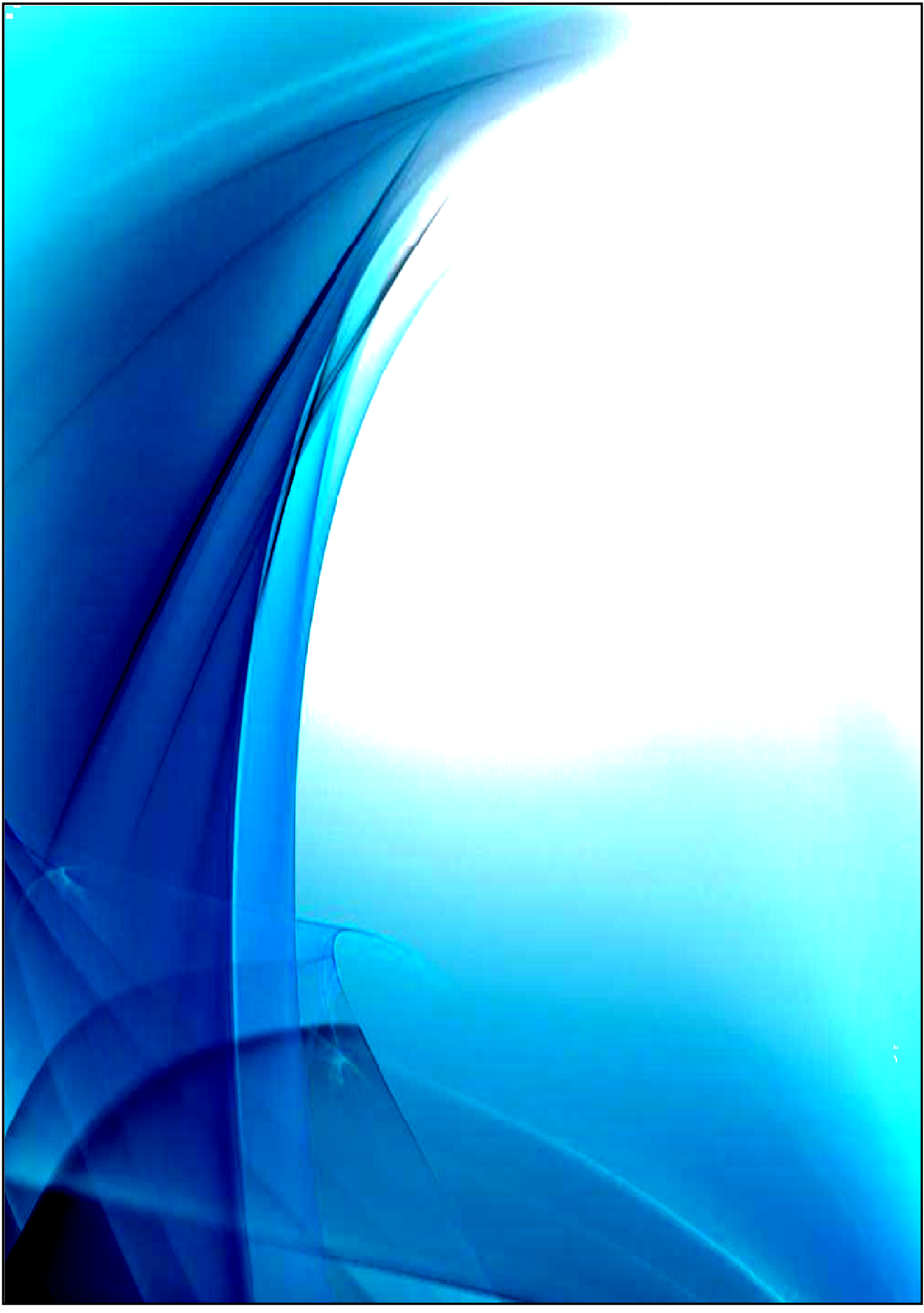


University Center El-Wancharissi
of Tissemsilt - Algeria

المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي
تيسمسيلت

المعيار

في الحقوق والعلوم السياسية والاقتصادية

مجلة فصلية محكّمة

إصدارات المركز الجامعي تيسمسيلت

المجلد العاشر العدد 02 جوان 2019

EISSN 2602-6376 ISSN 2170-0931

المعيار

المعيار في الحقوق والعلوم السياسية والاقتصادية
مجلة فصلية أكاديمية محكّمة مفهرسة

المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي تيسمسيلت – الجزائر -

شروط النشر وضوابطه

- المعيار مجلة علمية محكمة تنشر البحوث الأكاديمية والدراسات الفكرية والعلمية والأدبية التي لم يسبق نشرها من قبل.
- دورية تصدر مرتين في السنة عن المركز الجامعي بتيسمسيلت. الجزائر.
- تُقبل البحوث باللغات العربية والفرنسية والانجليزية.
- ضرورة وجود مختصر أو تمهيد للمقال سواء باللغة العربية أو الأجنبية.
- تخضع البحوث والدراسات المقدمة للمجلة للشروط الأكاديمية المتعارف عليها.
- تخضع البحوث للتحكيم من طرف اللجنة العلمية للمجلة.
- تُقدم البحوث والدراسات مكتوبة في ورقة على مقاس (**21/29.7**) بهامش **3**سنتيم عن يمين الصفحة و**1.5** عن يسارها وهامش **2** سنتيم عن أعلى الصفحة وأسفلها.
- تتم الكتابة بخط (**Traditional Arabic**) حجم (**16**)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (**14**).
- تتم كتابة البحوث كاملة أو الفقرات والمصطلحات والكلمات باللغة الأجنبية داخل البحوث المكتوبة باللغة الفرنسية بخط (**Times new roman**) حجم (**12**)، وفي الهامش بالخط نفسه حجم (**10**).
- تكون الهوامش والإحالات في آخر الدراسة ولا يستعمل فيها التهميش الأوتوماتيكي.
- يُقدم البحث في قرص مضغوط ونسخة ورقية مطبوعة.
- لا يقل حجم البحث عن **10** صفحات ولا تتجاوز **15** صفحة.
- الأعمال المقدمة لا تُردّ إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر.
- المواد المنشورة تعبر عن آراء أصحابها، والمجلة غير مسئولة عن آراء وأحكام الكتاب. كما أن ترتيب البحوث يخضع لاعتبارات تقنية وفنية.

المدير المسئول عن النشر
أ. د. عيساني امحمد.

المعيار

المجلد العاشر العدد 02 جوان 2019
مجلة علمية محكمة تصدر عن المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي
تيسمسيلت – الجزائر
توجه جميع المراسلات باسم رئيس التحرير
عن طريق البوابة الإلكترونية www.asjp.cerist.dz

المركز الجامعي : أحمد بن يحي الونشريسي تيسمسيلت . الجزائر.
الهاتف/الفاكس : 046573188
البريد الإلكتروني: www.cuniv.tissemsilt.dz

EISSN 2602-6376 ISSN 2170-0931

رئيس المجلة:
أ. د. دحدوح عبد القادر
المدير المسؤول عن النشر:
د. عيساني امحمد
رئيس التحرير:
د. مرسي رشيد.
نائبا رئيس التحرير:
د. علاق عبد القادر، د. عيسى الدراجي
هيئة التحرير:
أ. غربي محمد، د. بوراس محمد، أ. د. شريط عابد، د. محي الدين محمود عمر، د. خالد روشو، د. مرسي مشري، د. العيداني إلياس
الهيئة العلمية:
من المركز الجامعي تيسمسيلت: أ. غربي محمد د. رابحي بوعبد الله، د. بوراس محمد، د. علاق عبد القادر، د. روشو خالد، د. لعروسي أحمد، د. مرسي مشري، د. قزران مصطفى، د. شعشوع قويدر، د. زرقين عبد القادر، د. دراجي عيسى، د. محي الدين محمود عمر، د. العيداني إلياس، د. عيسى اسماعيل، د. بوزكري الجيلالي، د. ضويفي حمزة، د. عادل رضوان. **من جامعة ابن خلدون تيارت:** أ. د. بوزيان أحمد، **من جامعة صفاقس، تونس:** أ. د. عبد الحميد عبد الواحد، د. بوبكر بن عبد الكريم، **من جامعة المنصورة، مصر:** د. محمد كمال سرحان، **من جامعة طرابلس، ليبيا:** د. أحمد رشراش، **من الجامعة الأردنية، الأردن:** أ. د صادق الحايك، **من جامعة الجزائر 03، الجزائر:** د. فتحي بلغول، **من جامعة لمين دباغين، سطيف:** أ. د بوطالبي بن جدو، **من جامعة وهران:** أ. د. مختار حبار، **من جامعة سيدي بلعباس:** أ. د. محمد بلوحي، **من جامعة سعيدة:** د. عبد القادر رابحي، **من جامعة تلمسان:** أ. د. محمد عباس، أ. د. عبد الجليل مرتاض، **من جامعة تيزي وزو:** أ. د. مصطفى درواش، **من جامعة مستغانم:** د. منصور بن لكحل، **من جامعة زيان عاشور، الجلفة:** د. حربي سليم، **من جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف:** أ. د حفصاوي بن يوسف، أ. د مويسي فريد، د. مخلوف أوسماعيل،
UNIVERSITIE PAUL SABATIER TOULOUZE 03. FRANCE: CRISTINE Mensson.

كلمة العدد

تواصل المجلة في هذا العدد السير في خطها الذي رسمته منذ بداية انطلاقها، رامية إلى تثمين البحوث والجهود العلمية الجادة والرصينة، وأن تكون منبراً لإبرازها والرقي بها.

وفي هذه الكلمة نشير إلى عدد من المواضيع التي تم اعتمادها في هذا العدد والتي تمس بالوقع والراهن المعيش، نذكر منها موضوعاً عن علاقة النحو بالتراث العربي، وكذا موضوع تخليد الثورة التحريرية في القصيدة السعرية، وموضوعات نقدية، وترجمة لمواضيع آخرى، وهي عينة ذكرناها على سبيل التمثيل فقط في معرض إشارتنا إلى اهتمام المجلة بالبحوث التي تتناول القضايا الآتية في مختلف المجالات، وهي محاولة لمسايرة الواقع الراهن.

المدير المسئول عن النشر

أ. د. عيساني امحمد

فهرس المجلة

كلمة العدد	ص. ت
– أثر التمكين النفسي في إبداع موظفي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة برج بوعريريج زروخي فيروز، جيجيق زكية، د. لجلط ابراهيم	ص 01
– أثر الثقافة التنظيمية على الأداء التسويقي بالمؤسسة الصناعية: دراسة حالة وحدة قارورات الغاز بباتنة د/اسماعيل نسرين، أ.د/ يحياوي إلهام	ص 18
– إعداد وتطبيق النموذج العشوائي ذي الفترة الواحدة مع العجز لتحديد القرارات المثلى للشراء من المواد الاولية في المؤسسة الصناعية –دراسة تطبيقية د. عيسى حجاب، د. محمد علي الجودي	ص 38
– استخدام التكنولوجيا الحديثة لتسهيل منظومة تسيير الزبائن في المؤسسة الاقتصادية – حالة الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز – د. قرابصي سارة، أ.د. يحياوي الهام	ص 52
– التغيير التنظيمي وإشكالية تجسيده في المنظمات نماذج نظرية وإجراءات تنفيذية أ. خبيزي سامية	ص 67
– الديمقراطية التشاركية البيئية لتحقيق التنمية المحلية في الجزائر د. عبد اللاوي جواد	ص 77
– المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار الاقتصاد الرقمي – دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي:Wingspan.com Bank د. بورقبة قويدر د.عمري ريم، أ.عمري سامي	ص 91
– برامج التدريب و تنمية الابداع داخل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصناعية الجزائرية – دراسة حالة عينة من المؤسسات الممولة من الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة ولاية عين الدفلى – د. أحمد بن يحي ربيع، د. فرحات عباس	ص 108
– تأثير تبني استراتيجية السوق الأزرق على تحقيق الميزة التنافسية استعراض تجارب بعض الشركات العالمية د. صفيح صادق، د.صدوقي غريسي، د. بوشيخي محمد رضا	ص 127
– تقييم أداء صناديق الاستثمار وفق المؤشرات المركبة – دراسة حالة سوق الكويت للأوراق المالية–	

د. حاج قويدر قورين، د. عمر عبو، د.كمال قسول	ص 140
– عقوبة العمل للنفع العام الحل البديل من أجل تفعيل السياسة العقابية في الجزائر د/بن شنوف فيروز، د/شامي أحمد،	ص 162

المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار الاقتصاد الرقمي

- دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي: Wingspan.com Bank -

د. بورقبة قويدر

جامعة زيان عاشور الجلفة (كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور، الجزائر)

د.عمري ريم

جامعة تبسة (كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة تبسة، الجزائر)

أ.عمري سامي

جامعة تبسة (كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة تبسة، الجزائر)

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى الكشف عن واقع إدارة البنوك المحمولة في ظل بيئة الأعمال الحديثة التي أوجدها الاقتصاد الرقمي. حيث أصبحت معظم البنوك وكثير من عملائها يرون أن الأعمال المصرفية عبر قناة الهاتف المحمول تعتبر فكرة منطقية، ففي عالم الحسابات الإلكترونية صارت الأموال عبارة عن معلومات منقولة من خلال شبكات الاتصال.

كلمات مفتاحية: الهاتف المحمول، البنوك المحمولة، الاقتصاد الرقمي.

Abstract:

This paper aims to reveal the reality of managing mobile banks under the modern business environment created by digital economy. And has become the most banks and many of its clients believe that the banking business through the channel of the mobile phone is a logical idea, in the world of electronic accounts become money is information transmitted through communication networks.

Key words: Mobile phone, mobile banks, the digital economy

مقدمة:

يعيش العالم موجة من التحولات الواسعة وثورة من العلم والتقنية وحركية واسعة تطال كل شيء، حيث لم يعرف تغيرات كالتي يعرفها اليوم، ولم يشهد تحديات كالتي يواجهها، بشكل أدت معها إلى خلق توجهات جديدة قلبت المفاهيم والمصطلحات والممارسات التقليدية رأسا على عقب، لتحل محلها أخرى أكثر دلالة ونجاعة، فقد غزت تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلوماتية جل القطاعات الاقتصادية ومختلف مناحي حياة البشر، وأصبح التطور الذي يشهده العالم يعزى في أغلب الأحيان إلى ما تمتلكه كل منظمة من معرفة، حيث أضحت السلاح الأكثر تميزا في معركة التقدم والرقي.

ونتيجة لتلك التطورات ظهر ما يسمى بالاقتصاد الرقمي، أي الاقتصاد القائم على الانترنت والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وقد أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم المعاملات الاقتصادية بين مختلف الدول، وأصبح العالم في سوق إلكترونية تنافسية واسعة. وقد دخلت تكنولوجيا المعلومات في مجال المعاملات المصرفية، وهو ما ساعد في بروز ظاهرة البنوك المحمولة، التي تتيح قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عن طريق جهاز الهاتف المحمول ومن خلال رقم سري.

وقد عملت بعض المؤسسات المصرفية الضخمة مثل بنك وان الأمريكي على إنشاء كيانات منفصلة لتنمية المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

1- إشكالية الدراسة

من خلال ما سبق تبرز معالم مشكلة البحث في طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع إدارة المعاملات المصرفية عبر الهواتف المحمولة في ظل الاقتصاد الرقمي؟

2- التساؤلات الفرعية

إلى جانب السؤال الجوهري للإشكالية العامة، يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم البنوك المحمولة؟
- كيف تعمل البنوك المحمولة؟
- ما هي أسس الاقتصاد الرقمي؟
- ما هو واقع إدارة البنك المحمول الأمريكي وينج سبان دوت كوم؟

3- أهمية الدراسة وأهدافها

تظهر أهمية الدراسة من خلال الدور الذي تلعبه البنوك المحمولة في عالم يشهد تغيرات سريعة ومعقدة نتيجة الثورة التكنولوجية والمعلوماتية. وتهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- محاولة إبراز أهمية استخدام الهاتف المحمول في بيئة الأعمال المصرفية.
- تبيان مفهوم البنوك المحمولة في ظل مستجدات الاقتصاد الرقمي التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات.
- انعكاسات هذا الاستخدام على بيئة الأعمال الاقتصادية.

4- فرضيات الدراسة

يمكن تلخيص الفرضيات الأساسية لهذا البحث كما يلي:

– تؤدي البنوك المحمولة إلى إتمام العمليات المصرفية بأقل تكلفة، وأكبر منفعة لكلا الطرفين، البنك مقدم الخدمة والعميل متلقي الخدمة.

– إن البنوك المحمولة أو العمليات المصرفية التي تتم من خلال الهواتف المحمولة لها طابع يختلف عن البنوك التقليدية.

5– منهج الدراسة

من أجل إنهاء مختلف تطلعات هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتغطية الجانب النظري، ومنهج دراسة الحالة من خلال إسقاط الدراسة النظرية على واقع إدارة البنك المحمول الذي أنشأه بنك وان الأمريكي.

6– هيكل الدراسة

للإجابة على الإشكال المطروح وبلوغ الأهداف المرجوة من الدراسة، فإنه تم تقسيمها إلى ثلاث محاور أساسية:

– **المحور الأول**: الاقتصاد الرقمي؛

– **المحور الثاني**: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بيئة الأعمال الاقتصادية؛

– **المحور الثالث**: البنوك المحمولة كأحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في مجال العمل المصرفي؛

– **المحور الرابع**: دراسة حالة البنك الأمريكي " بنك وينج سبان دوت كوم Wingspan.com Bank".

المحور الأول: الاقتصاد الرقمي

بات مؤكدا أن العالم اليوم يشهد ثورة تكنولوجية هائلة، ولاسيما في مجال تكنولوجيا المعلومات، بصورة فاقت كل الاحتمالات والتوقعات، وأصبحت المعلوماتية العنصر الأساسي، بل المحرك الرئيسي للتغيير الاجتماعي والاقتصادي، وفي ظل بيئة رقمية جديدة جاء الاقتصاد الرقمي ليمثل منظورا جديدا في التعاملات الاقتصادية في المجتمعات المتقدمة، إذ أضحى الاقتصاد الرقمي يمثل فكرا واتجاها وفلسفة وممارسة مختلفة تماما عن العصر الصناعي، ولذلك بات الاقتصاد العالمي يعتمد على المعلومة مضافا لها التقنية الحديثة وخاصة الرقمية منها، والتي ارتبط بها الاقتصاد الرقمي الجديد.

1– مفهوم الاقتصاد الرقمي

يعتبر موضوع الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على التكنولوجيا الرقمية موضوعا معرفيا جديدا، غير أن التسميات المتعددة والمترابطة (مثل: الاقتصاد الشبكي، أو الاقتصاد القائم على الانترنت، أو اقتصاد المعرفة)،

فرضت شيئا من عدم الوضوح في مثل هذه المفاهيم، ومن أجل إماطة اللثام عن كل ذلك يمكن تعريف الاقتصاد الرقمي بأنه:

– "الاقتصاد الرقمي هو ذلك الاقتصاد الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومرتبط بشبكة المعلومات العالمية (الانترنت)، إضافة إلى توافر طرق المعلومات السريعة والهواتف المحمولة وخدمات التبادل الرقمي للمعلومات، وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة مناحي الحياة وأسلوب أداء الأعمال"،[1]

– "الاقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الانترنت أو اقتصاد الواب، وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقمية، والشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية مثل تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، والتكنولوجيا الخلوية"،

إذن وكمحصلة لما تم ذكره، يتبين أن الاقتصاد الرقمي هو ذلك النوع من الاقتصاد القديم الجديد الذي يقوم في مجمل عملياته على المعلومات، ومستندا في أغلب خطواته على استخدام تكنولوجيا المعلومات التي أسقطت وألغت كل الحدود والحواجز أمام تدفق المعلومات والسلع والخدمات وحركة رؤوس الأموال من أجل الوصول إلى الأسواق بغض النظر عن أماكن وجودها وزمانها، إنه الاقتصاد اللاحدودي.

2– خصائص الاقتصاد الرقمي

فيما يلي أهم خصائص الاقتصاد الرقمي:

– الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد لاحدودي، من ايجابياته أن الموقع الجغرافي والحدود قد خف أثرها، بينما تعاظم دور المعلومات وأهمية الوصول إليها، وبالتالي فإن هذا الاقتصاد يرتكز على المعلومات ودورها الدافع في عملية التكامل، فالمعلومات هي المفتاح إلى عولمة الاقتصاد وشموليته. ولم يقتصر التغيير عل حدود المكان فقط، ولكن الزمان أيضا؛ حيث أصبح إيقاع العمل مستمرا على مدار الساعة، وأصبح الحد الأدنى لساعات العمل أربعا وعشرين ساعة في اليوم على مدار العام، وهذا يعني ضرورة وجود منحنى عمل عالمي لدى الشركات حتى تستطيع المنافسة والبقاء.

– يوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من حيث الحداثة والكفاءة والأهمية والدقة.[2]

– أصبح رصيد المؤسسة الاقتصادية يقوم بالأساس على مخزونها المعرفي المعلوماتي.

– لم تعد الموارد الطبيعية المفتاح الرئيسي الوحيد للتطور الاقتصادي، ولا كذلك العدد الكمي للقوى البشرية.

– يوفر خدمات أسهل وأسرع، وبأقل تكلفة ممكنة، وأهم مثال على ذلك الأعمال المصرفية الخلوية (البنك المحمول).

– يرتبط الاقتصاد الرقمي بالتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية، ولاسيما ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والانترنت، الاتصالات، الشبكات، مما يعني أن الإمكانية التكنولوجية هي التي تلعب الدور الأساسي في بزوغ وتطوير الاقتصاد الرقمي.

3– أسس الاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي بقدر ما يعتمد على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، فإنه يعتمد على الأسس والمبادئ التي أخذت تتطور لتفسير الظواهر الرقمية والممارسات السائدة على نطاق واسع في هذا الاقتصاد عموما، وفيما يلي أهم هذه الأسس:[3]

3–1– قانون الأصول الرقمية

لأن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية ولا تستهلك عند استخدامها، فإن الشركات تستطيع أن تنشئ القيمة من استخدام هذه الأصول في عدد لا متناهي من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها. والواقع أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأول للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقميا أقرب إلى الصفر (فيما يشبه ما يسمى بالربح الخالص أو المنفعة الخاصة). وهذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد في مجال الأصول الرقمية في مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول أو السلع المادية.

3–2– اقتصاديات الحجم الجديدة

إن اقتصاديات الحجم التقليدية تقوم على أن إنتاج الحجم الصغير يتم من خلال شركات صغيرة، وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية إنجازها من قبل شركة كبيرة. فتقديم الخدمة المصرفية ذات العلاقة بصفقات العملاء في نفس الوقت تتطلب توفير موظف مصرفي لكل صفقة للعمل عليها وإلا فإن خط الانتظار سيزداد. ولكن مع الانترنت والسماح للأفراد بإجراء الصفقات يمكن حل مشكلة موظفين بعدد الصفقات، حيث يمكن أن يتيح إمكانية إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع البنك في نفس الوقت عبر الانترنت.

3–3– ضغط التكلفة لكل صفقة

لا شك أن الانترنت أدى إلى حالة جديدة في مجال إجراء الصفقات تتمثل في النقرات تساوي الصفقات، فإذا كانت الشركات التقليدية تتجنب الصفقات الصغيرة؛ لأن تكلفة تأديتها قد تكون أكبر من العائد الناتج عنها، فإنها مع الانترنت ونماذج الأعمال الجديدة، تكون تكلفة الصفقة أقرب إلى الصفر، وحيث أن التكلفة ضئيلة، فإن هذا سيضاعف الحجم الكلي للنشاط بشكل غير مسبوق، وبذلك تكون فرصة صنع النقود من خلال النقرات ذات إمكانات عظيمة.

3–4– الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة

إن الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد الحركة السريعة ووسيلته الأقمار الصناعية والبريد الالكتروني.

3-5- تكلفة المنتج الرقمي

إن تكاليف المنتج الرقمي تتسم بخصائص فريدة في الاقتصاد الرقمي، فالمنتجات الرقمية (الأفلام، الألعاب، الموسيقى...إلخ)، تتميز بهيكل وسلوك تكلفة مختلف كثيرا عن المنتجات المادية، حيث أن إنتاج النسخة الأولى تكون في الغالب مكلفة جدا، ولكن إنتاج النسخ الأخرى يكون بتكلفة منخفضة جدا.

4- هيكل الاقتصاد الرقمي

يتكون الاقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية التي تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى الدولية. ويعتبر البريد الإلكتروني ومواقع الانترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الإلكترونية –أي تبادل السلع والخدمات والأموال عبر الانترنت أو تحويل الأموال بين البائعين والمشترين والبنوك باستخدام الأموال البلاستيكية والأدوات الالكترونية الأخرى–. ويشمل الاقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية بالجملة أو التجزئة عن طريق قنوات التوزيع الإلكترونية وهو ما يسمى بالبنوك الالكترونية. وتقوم الشركات المساهمة الإلكترونية في الاقتصاد الرقمي بتصميم موقع على شبكة الانترنت وكتالوج إلكتروني للتعريف بالشركة ونشاطها وخططتها ومراكزها المالية وأسواقها وأهداف تصديرها لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية.[4]

وفي الأخير يمكن القول أن هناك تجليات جديدة في عالم الاقتصاد الرقمي، فبعد الانطلاقة السريعة للأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، ثمة توجه متسارع نحو الأعمال الالكترونية اللاسلكية، أبرزها البنوك المحمولة (الخلوية).

المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بيئة الأعمال الاقتصادية

تعتبر البنية الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات واحدة من أهم أوجه انعكاسات العولمة على الاقتصاديات المختلفة، لذا أصبح نجاح منظمات الأعمال اليوم يتوقف بشكل كبير على مدى قدرتها على مواكبة التغيرات المستمرة في بيئة العمل التي تتواجد بها، وخصوصا أمام المتغيرات التكنولوجية التي تتضمن استعمال أحدث الطرق لتقديم الخدمات، ومن هذا المنطلق وجب الاهتمام بالتطور التكنولوجي في بيئة الأعمال الاقتصادية.

1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق والخوض في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع.

– "التكنولوجيا **Technology** مكونة من جزئين أحدهما **(Techno)** وتعني التشغيل الصناعي، والثاني **(Logy)** أي العلم والمنهج، وعند دمج الجزئين معا يكون مفهوم التكنولوجيا هو علم التشغيل الصناعي".[5]

– "المعلومات هي نتاج لمعالجة البيانات واستخلاص ما تتضمنه".

– "تكنولوجيا المعلومات هي مجموعة المكونات المادية للحاسبات والبرامج سواء برامج نظم أو برامج تطبيقات، بالإضافة لشبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة المطلوبة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وعرض وإرسال واسترجاع المعلومات، وذلك بالكفاءة والسرعة والدقة المطلوبة".[6]

– "تكنولوجيا الاتصالات هي التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الاتصال بين الأفراد أو الجماعات الذين يتواجدون في أماكن مختلفة، وتندرج تحتها مجموعة أنظمة مثل الهاتف، والفاكس، بالإضافة إلى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية والبريد الإلكتروني".

– "تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي كل ما يترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها، بأسلوب غير مسبوق".[7]

2– انعكاسات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بيئة الأعمال الاقتصادية

يمكن رصد بعض التأثيرات التي أحدثتها التطورات الراهنة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بيئة الأعمال الاقتصادية في الجوانب التالية:[8]

2–1– زيادة المبيعات

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في منظمات الأعمال إلى زيادة المبيعات ومن ثم تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف.

2–2– الحصول على مزايا تنافسية

تستخدم العديد من المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة فعالة واحتلال المراتب الريادية.

2–3– تخفيض التكاليف

يتحقق ذلك من خلال تقليل الحاجة للاستفسارات المتعلقة بالمبيعات، والتي يتم الرد عليها ومعالجتها من خلال الهاتف، بالإضافة إلى تقليل الحاجة لطباعة وتوزيع مواد الاتصالات التسويقية، حيث تتم هذه العملية من خلال الموقع الشبكي بدلا من وسائل الاتصالات التقليدية.

وخلاصة لما سبق، يتبين أن أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي السرعة في معالجة البيانات إلكترونيا وإمكانية توصيلها إلى جميع المستخدمين في جميع أنحاء العالم بالوقت المناسب لاتخاذ القرارات.

المحور الثالث: البنوك المحمولة كأحد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في مجال العمل المصرفي

مع التطور التكنولوجي أصبحت البنوك تتسابق للبحث عما يخدم عملائها بصورة أسرع وأفضل، لاسيما أن عنصر العملاء في البنك هو العنصر الأساسي، وهذا ما ساعد في بروز ظاهرة البنوك المحمولة، حيث أتاحت البنوك من خلال خدمة الهواتف المحمولة لعملائها إمكانية التعرف على رصيد الحساب المصرفي، والقيام بإيداع أو نقل الأموال من حساب إلى آخر دون سحب النقود وقت العملية، إضافة إلى تسديد كافة الفواتير والالتزامات للعميل، إذ يمكن القيام بكل ذلك عن بعد دون الحضور الشخصي للعميل، وذلك بفضل تقنيات الاتصال اللاسلكي التي توفرها الهواتف المحمولة.

يعتبر الهاتف المحمول وسيلة سهلة إذ يتيح الحصول على المعلومات عند طلبها أو الحاجة إليها، ولقد أوجدت الهواتف المحمولة وتقنيات إدماجها مفاهيم جديدة من بينها البنوك المحمولة.

1- مفهوم البنوك المحمولة

- "البنك المحمول هو الذي يسمح بإجراء مختلف العمليات المصرفية، انطلاقا من الهاتف المحمول، حيث يعمل لمدة 24 ساعة وباستمرار على مدار الأسبوع"،

- "البنك المحمول هو البنك الذي يوفر خدمة الأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول للعملاء مع حساباتهم في أي مكان وزمان، وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية بشكل فوري، من خلال استخدام متصفح الانترنت على هواتفهم المحمولة، كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وإغلاقها وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية".[9]

إذن وكمحصلة لما تم ذكره، يتبين أن فكرة البنوك المحمولة تأتي للتعبير على الخدمات المصرفية الحديثة التي تؤدى لعملاء البنك من خلال الهاتف المحمول، وبهذا يتمكن العميل من متابعة كافة عملياته في حسابه المالي لدى البنك من خلال رقم سري.

2- كيفية عمل البنوك المحمولة

خلال السنوات الأخيرة ظهر ما يعرف بالبنك المحمول، والذي يعني الحصول على الخدمة من خلال الهاتف المحمول، حيث يقوم البنك لاسلكيا بإرسال التطبيقات الخاصة بالأعمال المصرفية إلى الهاتف المحمول للعميل وهذا بعد أن يقوم العميل بتسجيل الاشتراك في هذه الخدمة، حيث يقوم العميل من أي مكان وفي أي وقت خلال اليوم بطلب رقم معين، فيقوم جهاز محمل عليه برنامج معلومات بالرد عليه، ويطلب منه إدخال الرقم السري الذي سبق أن أعطاه له البنك، فتظهر صفحة بها التطبيقات الالكترونية عبر قائمة الاختيارات في هاتفه المحمول، ومن ثم يختار العملية التي يريد القيام بها، لتظهر في شاشة هاتفه طلب لتأكيد المعاملة عن طريق اختيار ok.[10]

ورغم حداثة هذا النظام إلا أنه ثبت أنه يحقق للبنك أرباحا قد تصل إلى 06 أضعاف أرباح البنك العادي، وذلك لأن البنك المحمول يستخدم تكنولوجيا المعلومات لتحسين علاقاته وتوسيع مجال تعاملاته مع العملاء عن طريق التعامل مع البيانات الشخصية التي لديه عن العميل بطريقة ذكية، ليقوم بتسويق خدماته مثل فتح الحساب ودفع الفواتير ونقل الأموال بين الحسابات، بالإضافة إلى تسويق خدمات من نوع جديد للعملاء، فمثلا إذا كانت بيانات العميل تشير إلى أن لديه ابن بلغ سنا معينا، فإن البنك المحمول يستخدم هذه المعلومة أوتوماتيكيا ويعرض على العميل عروضا جديدة مثل تمويل مشروع لابنه بعد التخرج.

3- أهمية البنوك المحمولة

إن من أهم آثار وإفراز التطورات في الأعمال المصرفية، ظهور البنك الخلوي أو ما يسمى بالبنك المحمول، فبعد أن كان البنك في السابق في ظل الاقتصاد التقليدي يمارس كافة نشاطاته المصرفية ويقدم مختلف خدماته انطلاقا من مقره في مبنى معين، ويشترط الحضور الشخصي والجسدي للعميل، أصبح اليوم في ظل تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال، عنوان البنك عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة الهاتف المحمول للعميل يتصل به من خلال هذا الرقم لتسيير كافة معاملاته المالية والمصرفية.

وتعتبر جودة الخدمة مميزا رئيسيا وأقوى سلاح تنافسي تسعى جميع المنظمات التي تقدم الخدمة إلى امتلاكه، والبنوك مثل غيرها من الشركات، يعتبر العملاء من أصولها الأكثر أهمية، ونتيجة لذلك فإنه يجب على البنوك التقليدية أن تعمل على التحول وتبني فلسفة البنوك المحمولة لتلبية متطلبات البيئة التنافسية على اعتبار أن الاتصالات النقالة في أغلب الدول تشهد تغيرات هائلة، ونموا سريعا، وأصبح التهديد من الوافدين الجدد والمحتملين خطيرا، فالعملاء ستكون لديهم بدائل أكثر للاختيار من بينها وفقا لما يناسبهم، ونظرتهم إلى جودة الخدمات. ففي مثل هذه الظروف (التنافسية) فإن فهم احتياجات العملاء يصبح عاملا متزايد الأهمية.

4- ايجابيات وتحديات استخدام الهاتف المحمول في إجراء المعاملات المصرفية

يمكن إبراز ايجابيات وتحديات إجراء العمليات المصرفية باستخدام الهواتف المحمولة فيما يلي:

4-1- الايجابيات

تتيح الأجهزة الخلوية واستخداماتها تحقيق مزايا وفرص عديدة أبرزها:[11]

- فعالية إدارة الوقت والاستجابة لاستحقاقاته، وتحديدا في حقل نقل المعطيات للعملاء في كل وقت ودون التأخير أو الاعتماد على قدرات السكرتارية والموظفين التقليدية في تنفيذ طلبات التعامل مع العملاء.
- تحقيق شخصية الخدمات والاهتمام بشخص العميل، إذ تتيح الهواتف المحمولة ربطا مباشرا بين الخدمة وبين شخص متلقيها، وهو ما يتيح شعورا مميزا لدى العميل بأنه محط اهتمام، وفي الواقع العملي قد يكون من الصعب ربط الخدمة بالعميل عند تعدد العملاء، لكن في ظل تقنيات الأتمتة فإن نظم الكمبيوتر المدمجة والخادمة لشبكات الهاتف الخلوي تتيح توجيه الاهتمام المباشر للعميل بشخصه واسمه دون جهد إضافي في بيئة العمل العادية.
- تخفيض التكاليف عن عاتق البنك، حيث يعفى البنك من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة.
- توفير قاعدة بيانات خادمة للأعمال في كل وقت وكل مكان، إذ تتيح إمكانيات الدخول عبر الهاتف المحمول سواء من العملاء أو من فريق الموظفين القدرة على الوصول للمعلومات محل الاحتياج.
- إلغاء فكرة الموقع وعنصر المكان في تقديم الخدمة بما يتيح تقديم الخدمات في أسواق مفتوحة غير مقيدة بحدود.
- القضاء على الزحام وذلك لأن البنك المحمول ينقل خدماته إلى كل عميل حيثما كان دون الحاجة للحضور الشخصي.

4-2- التحديات

بالرغم من المزايا التي يتيحها البنك المحمول إلا أنه لا يكاد يخلو من المخاطر، ويمكن حصر أهم تحديات البنوك المحمولة فيما يلي:[12]

- بعض البنوك المقدمة لهذه الخدمة لا تبذل الجهد الكافي لإخبار عملائها بهذه الخدمة، الأمر الذي يقلل عدد المستفيدين منها.
- انشغال خطوط الاتصال في بعض الأوقات لاسيما في أوقات الذروة، مما يجعل العملاء يفقدون الثقة في هذه الخدمة.
- جهل كثير من العملاء لكيفية الاستفادة من هذه الخدمة.
- إمكانية تعرض الأفراد لعمليات نصب حيث أن الخدمة البنكية عبر المحمول يكون من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة.

وعلى الرغم من مخاطر هذا النوع من البنوك، إلا أنها آخذة في الانتشار في معظم دول العالم، حيث توفر الوقت والجهد.

5- الفرق بين إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة في ظل الاقتصاد الرقمي

يمكن تلخيص أهم جوانب الاختلاف بين إدارة البنوك بمفهومها التقليدي، وبين مفهومها المتعلق بالاقتصاد الرقمي في الجدول رقم **01**:

مجالات تركيز الإدارة	البنوك التقليدية	البنوك المحمولة
التنظيم	تقوم على البيروقراطية وانتشار الهياكل والمباني الضخمة والتجهيزات.	بنوك يغلب عليها الطابع الافتراضي، مما يخفض تكاليف فتح فروع جديدة داخل أو خارج الدولة.
التخطيط	التركيز على العدد الكمي للقوى البشرية.	التركيز على المحتوى المعرفي (المعرفة البشرية).
العملاء	مستوى محدود لخدمة العميل، والتركيز على إشباعه.	مستوى عال لخدمة العميل لإرضائه، والتركيز على إضافة القيمة للعميل.
العمل	تعمل البنوك حوالي 06 ساعات في اليوم ومن 06 إلى 05 أيام في الأسبوع.	العمل على مدار الساعة وعلى مدار الأسبوع.
تكلفة التواصل مع العملاء	مرتفعة بسبب حاجتها إلى كوادر كثيرة وموارد اتصالات.	منخفضة نسبيا لاعتمادها على الهاتف المحمول في تقديم الخدمات المصرفية.

جدول رقم "01"

إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على: حسن مظفر الرزو، **مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الإنترنت**، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2006.

إن البنوك المحمولة أو العمليات المصرفية التي تتم من خلال الهواتف المحمولة لها طابع خاص عن البنوك التقليدية، فهي تختلف من حيث طريقة استخدامها وطريقة تقديم خدماتها المصرفية، إلا أن ذلك لا يمنع من تقديم كافة الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك التقليدية. ويعتبر بنك وينج سبان دوت كوم من الرواد في مجال البنوك المحمولة.

المحور الرابع: دراسة حالة " بنك وينج سبان دوت كوم Wingspan.com Bank "

قام بنك وان الأمريكي في 24 جوان 1999 بإتباع إستراتيجية جديدة في الأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول، فبعد امتلاك بنك وان ما يزيد عن 100 فرع للبنك موزعة على 14 ولاية أمريكية، قام هذا البنك بإنشاء بنك مستقل أسماه "**وينج سبان دوت كوم**"، حيث يعمل هذا البنك الجديد وبشكل منفصل تماما عن بنك وان، بل ويمكنه أيضا أن يتنافس مع بنك وان في بعض المجالات، ويكون الوصول إليه ممكنا عن طريق الهاتف المحمول فقط.[13]

1- إستراتيجية "بنك وان" للأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول

تضمنت إستراتيجية "بنك وان" المبدئية مع "وينج سبان دوت كوم" العناصر التالية:

- محاولة الرد على طلب العميل للحصول على قرض بالموافقة أو الرفض في أقل من دقيقة واحدة.
- توفير بطاقات ائتمان تقدم خصما بنسبة 05 ٪ على المشتريات من بائعين مختارين على الانترنت مثل أمازون.
- تقديم قائمة عريضة من الاستثمارات المالية التي تقدمها الشركات، حيث يوفر بنك وينج سبان وظيفة بحث خاصة لعملائه بتصفح الانترنت بحثا عن أقل معدل رهن عقاري متاح في السوق، والحصول على رسالة في الهاتف المحمول تعلمهم بموقع أفضل صفقة استثمارية مالية.

ولقد تم إنفاق ما يقرب 100 مليون دولار لترويج وينج سبان في الولايات المتحدة الأمريكية، بما في ذلك الإعلانات التي تظهر في عدد كبير من مواقع الانترنت، وذلك لجذب عملاء جدد، وإنشاء وعي قوي بالعلامة التجارية الجديدة "وان"، ومن ثم تحقيق مكانة قوية في أعمال الصرافة اللاسلكية.[14]

وفي أول شهرين من التشغيل جذب وينج سبان ما يقارب 75000 عميل، وهو ما يعادل ثلث العملاء التي تشير كل البنوك المحمولة لوجودهم معها في ذلك الوقت، وعلى الرغم من أن "بنك وان" توقع أن يخسر أموالا في "وينج سبان" في السنوات القليلة الأولى من عمله، إلا أنه تبين أن هذا البنك المحمول الذي تم إنشائه يعد من الأساليب الجديدة لإجراء العمل البنكي والرفع من أدائه.

2- الخدمات التي يقدمها بنك وينج سبان دوت كوم

من المعاملات المصرفية التي ينجزها البنك المحمول "وينج سبان دوت كوم" ما يلي:

- نقل أموال العملاء باستخدام المحمول، بحيث لا يقتصر التحويل عبر المحمول على النطاق المحلي فقط.
- يقدم بنك وينج سبان دوت كوم بعض الخدمات المصرفية المحمولة كالاستعلام عن الرصيد ودفع الفواتير وتحويل الأرصدة وخدمة الرسائل عبر الهاتف.

– خدمة الاستعلام عن الحساب من خلال الهاتف المحمول، وتتم هذه الخدمة بإطلاع العميل على أي تغير يطرأ على حسابه لدى البنك فيما يخص عمليات السحب والإيداع، كذلك يمكن للعميل إرسال رسالة استعلام عن الرصيد من خلال الهاتف المحمول.

ويتم ما سبق عن طريق التوجه لبنك وينج سبان وتقديم إثبات الشخصية وتسجيل طلب إضافة الخدمة وملئ استمارة الاشتراك.

الخاتمة:

من أهم إفرازات الاقتصاد الرقمي في الأعمال المصرفية، ظهور البنك المحمول، فبعد أن كان البنك سابقا في ظل الاقتصاد التقليدي يمارس كافة نشاطاته المصرفية، ويقدم مختلف خدماته انطلاقا من مقره في مبنى معين، ويشترط الحضور الجسدي للعميل، أصبح اليوم في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال، عنوان البنك عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة الهاتف المحمول للعميل يتصل به لتسيير كافة معاملاته المالية والمصرفية.

بناءا على ما سبق يمكن استخلاص النتائج التالية:

– تقديم الخدمات المصرفية بدون فروع بنكية عبر استخدام الهواتف المحمولة تعد الوسيلة الأكثر تفضيلا من قبل العملاء بالمقارنة بالخيارات الأخرى المتاحة (التنقل للوصول إلى البنك، والوقوف في طوابير من أجل إنجاز المعاملات المصرفية).

– تتمثل المنافع الكامنة لاستخدام الهواتف المحمولة بالنسبة للبنوك في زيادة معدلات التوغل والانتشار، وتقديم المزيد من الخدمات، والاحتفاظ بالعملاء والحصول على عملاء جدد، والحد من تكلفة تقديم الخدمات.

– بفضل تقنيات الاتصال اللاسلكي التي توفرها الهواتف المحمولة يمكن القيام بكل المعاملات المصرفية عن بعد دون الحضور الشخصي للعميل.

اختبار الفرضيات

– تمحورت الفرضية الأولى حول أن البنوك المحمولة تؤدي إلى إتمام العمليات المصرفية بأقل تكلفة، وأكبر منفعة لكلا الطرفين، البنك مقدم الخدمة والعميل متلقي الخدمة، وذلك ما تم تأكيده من خلال العرض، حيث يتيح استخدام الهواتف المحمولة لإجراء مختلف المعاملات المصرفية إلى إعفاء البنوك من عبئ فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة، وكذا تمكن البنوك المحمولة العميل من متابعة كافة عملياته في حسابه المالي لدى البنك عن طريق جهاز الهاتف المحمول ومن خلال رقم سري في أي مكان وزمان.

– أما الفرضية الثانية فجاءت حول أن البنوك المحمولة أو العمليات المصرفية التي تتم من خلال الهواتف المحمولة لها طابع يختلف عن البنوك التقليدية، وذلك ما تم تأكيده من خلال العرض، حيث تختلف البنوك المحمولة من حيث طريقة استخدامها وطريقة تقديم خدماتها المصرفية التي تعتمد على الهواتف المحمولة، عكس البنوك التقليدية التي تشترط الحضور الشخصي للعميل لإتمام كافة معاملاته، إلا أن ذلك لا يمنع البنوك المحمولة من تقديم كافة الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك التقليدية.

وفي الأخير يمكن اقتراح بعض التوصيات:

– ضرورة تحول البنوك التقليدية وتبني فلسفة البنوك المحمولة لتلبية متطلبات البيئة التنافسية على اعتبار أن الاتصالات النقالة (المحمولة) في أغلب الدول تشهد تغيرات هائلة، ونموا سريعا.

– ضرورة نشر الوعي بالخدمات التي تقدمها البنوك المحمولة عن طريق توزيع الأدلة الورقية التي تشرح خطوات الاستفادة من خدمة البنك المحمول أو تخصيص موظف فني بكافة فروع البنك لتوضيح وتبسيط عملية استخدامها. أو عبر وسائل الإعلام المختلفة.

الهوامش:

[1]– جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص: 23.

[2]– موسى رحماني وبن إبراهيم الغالي، "الاقتصاد الرقمي وتحديات البنوك الخلوية"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 04- 05 ديسمبر 2007، ص: 05.

[3]– تقروت محمد ومتناوي أحمد، "الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الالكترونية في الدول العربية"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 04- 05 ديسمبر 2007، ص: 05.

[4]– فريد النجار، **الاقتصاد الرقمي: الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية**، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 31.

[5]– بلعياء خديجة ومعموري صورية، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال"، **الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 13- 14 ديسمبر 2011، ص: 07.

[6]– خلود عاصم ومحمد إبراهيم، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية"، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية**، بغداد، 2013، ص: 232.

[7]– بشير كاوجة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية –دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة–**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص: 22.

[8]– طرشي محمد وتقروت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمة الأعمال العربية"، **الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 13- 14 ديسمبر 2011، ص: 04.

[9]– Achraf AYADI, "Innovation Technologique dans les réseaux mobiles et création de la valeur: cas de la banque mobile", **conférence internationale de management des réseaux d'entreprises**, France, 06- 08 octobre 2004, P: 04.

[10]– إغناسيو ماس وكبير كومار، "**الأعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف، ولمن؟**"، العدد 48، جوان 2008، ص: 04، على الموقع:

http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.34446/FN48_AR.pdf

[11]– إليفي محمد، "إشكالية أمن معلومات البنوك الخلوية في بيئة الاقتصاد الرقمي"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 04- 05 ديسمبر 2007، ص: 08.

[12]– عماد الدين أحمد محمد عبد الحليم، **المعاملات المصرفية بواسطة الهواتف النقالة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2010، ص ص: 40- 41.

[13]– sur le site: **http://en.wikipedia.org/wiki/Wingspan_Bank** ،visité le:06 Mars 2019.

[14]-"Bank one's Wingspan fails to take off online", sur le site:

http://www.computerworld.com/s/article/51189/Bank_One_s_Wingspan_Fails_to_Take_Off_Online , visité le: 01 février 2014.

قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية

I – الكتب

1- حسن جاسم جعفر، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013.

2- حسن مظفر الرزو، **مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الانترنت**، معهد الإدارة العامة، 2006.

3- فريد النجار، **الاقتصاد الرقمي: الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية**، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2007.

II- الرسائل الجامعية

4- بشير كاوجة، **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية -دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف بورقلة-**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.

5- عماد الدين أحمد محمد عبد الحليم، **المعاملات المصرفية بواسطة الهواتف النقالة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2010.

III- المقالات والدوريات

6- خلود عاصم ومحمد إبراهيم، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية"، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية**، بغداد، 2013.

IV- الملتقيات العلمية

7- إليفي محمد، "إشكالية أمن معلومات البنوك الخلوية في بيئة الاقتصاد الرقمي"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 04- 05 ديسمبر 2007.

8- بلعياء خديجة ومعموري صورية، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال"، **الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 13- 14 ديسمبر 2011.

9- طرشي محمد وتقروت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمة الأعمال العربية"، **الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 13- 14 ديسمبر 2011

10- موسى رحماني وبن إبراهيم الغالي، "الاقتصاد الرقمي وتحديات البنوك الخلوية"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 04- 05 ديسمبر 2007.

11- تقروت محمد ومتناوي أمحمد، "الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الالكترونية في الدول العربية"، **الملتقى الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 04- 05 ديسمبر 2007.

V- مواقع الانترنت

12- إغناسيو ماس وكبير كومار، "**الأعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف، ولمن؟**"، العدد 48، جوان 2008، ص: 04، على الموقع:

http://www.microfinancegateway.org/gm/document-1.9.34446/FN48_AR.pdf

13- http://en.wikipedia.org/wiki/Wingspan_Bank

14- "Bank one's Wingspan fails to take off online", sur le site:

http://www.computerworld.com/s/article/51189/Bank_One_s_Wingspan_Fails_to_Take_Off_Online

ثانيا: باللغة الفرنسية

I- Les séminaires

15- Achraf AYADI, "Innovation Technologique dans les réseaux mobiles et création de la valeur: cas de la banque mobile", **conférence internationale de management des réseaux d'entreprises**, France, 06- 08 octobre 2004.