الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

Mobile banking services

م. م ورود خالد محمد
جامعة الانبار / كلية القانون والعلوم السياسية / قسم القانون
Wurood Khalid mohammed
Academic rank : Assistant teacher
College of Law and Political Science-Anbar University

الملخص

القى التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم بظلاله على جميع جوانب الحياة ، ومنها القطاع الخدمي ، الذي يشكل القطاع المصرفي جوهره والعمود الفقري له ، حيث اصبحت المصارف تقدم خدمات مصرفية الكترونية بطرق مختلفة ، مثل الصراف الآلي، والانترنت ...الخ .

ومن ابرز هذه الخدمات ، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، إذ تتولى المصارف اليوم تقديم خدمة متكاملة لعملائها عن طريق الهاتف ، لكي تكمل خدماتها الآلية الأخرى ، والخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول تعد كذلك من احدث الخدمات المصرفية الإلكترونية ، فقد شملت العديد من الخدمات والتي تُلبي حاجة جميع المواطنين على اختلاف طبقاتهم المجتمعية ،إذ تعمل هذه الخدمة بطريقة معينة من خلال استخدام القنوات التفاعلية للاتصال الإلكتروني ، إلا أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في استخدامها ، فهي تمتاز بكونها تحقق منافع عدة للعملاء ، كماإنها تحقق ارباح كبيرة للمصارف، وفي ذات الوقت فأن استخدامها لا يخلو من المخاطر التي تشكل تحدياً أمام انتشارها .

الكلمات المفتاحية : المصرف المحمول ، الخدمات المصرفية ، العميل ، الهاتف المحمول، المحفظة الالكترونية

Abstract

The technological development that the world is witnessing today has cast a shadow over all aspects of life, including the service sector, which is the banking sector as its core and backbone, as banks have become providing electronic banking services in various ways, such as automatic teller machines, the Internet … etc.

Among the most prominent of these services is mobile banking services, as banks today provide an integrated service to their customers through the phone, in order to complete their other automated services, and the mobile banking service is also one of the latest electronic banking services, as it includes many services that meet a need of all citizens of different social classes, this service operates in a certain way through the use of interactive channels for electronic communication, but there are many factors that affect its use, as it has the advantage of achieving several benefits for customers, and it also achieves great profits for banks, and at the same time, its used including risks which challenge its spread.

Key words: mobile bank, banking services, customer, mobile phone, Electronic wallet

المقدمة

حققت التطورات التكنولوجية المتسارعة في حقل تكنولوجيا المعلومات والشبكة العنكبوتية ، وشبكات الاتصال ، طفرة نوعية في مختلف المجالات وكل قطاعات الأعمال ، ولا سيما القطاع الخدمي الذي يمثل القطاع المصرفي جوهره ، ومحوراً هاماً لاقتصاد البلد ومؤسساته.

حيث بات القطاع المصرفي قطاعاً حيوياً بسبب مواكبته للتطورات في سبيل تقديم الخدمات المميزة والحديثة ، والتي قد تتقاطع أو تلتقي مع رغبات وتوقعات العملاء ، خاصة في ظل المنافسة القوية بين المصارف ، مما يسهم في تطوير عمل القطاع المصرفي وفي السنوات الأخيرة ، توسعت خيارات التواصل مع المصارف حيث تم إنشاء خدمات جديدة مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف والخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، وعن طريق الكمبيوتر الشخصي وخاصةً للشركات [١]، فكل هذه التفرعات هي جزء لا يتجزء من المصارف الالكترونية حديثة الوصول للعميل .

يعد الهاتف المحمول من أهم الأجهزة التي يتم من خلالها تقديم العديد من الخدمات ، بل أنه من اكثرها شيوعاً، ومع تطور هذه الخدمات أصبح أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي، حيث نمت الخدمات عبر الهاتف المحمول بسرعة كبيرة ، وفي القرن العشرين بدأ استخدام الهواتف المحمولة في الخدمات المصرفية و تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات[٢]، وبعد هذه الفترة ، استجابت المصارف بسرعة لحقبة جديدة في استخدام الهواتف المحمولة في جميع أنحاء العالم وبدأت في التواصل مع عملائها عن طريق الرسائل النصية القصيرة وقنوات الكترونية أخرى.

أهمية البحث : تكمن أهمية البحث حقيقةً في حداثة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، فكان لا بد من دراسة ماهيتها لمعرفة ما مدى ملائمة هذه الخدمات لاحتياجات ورغبات العميل وبيان أهميتها، والتحديات التي تواجهها المصارف بهذا الخصوص ، وما هي أهم تطبيقاتها ، وأحكامها القانونية ، ، حيث اصبح استخدام الأنظمة الالكترونية عبر الهاتف المحمول ومنها الخدمات المصرفية ركيزة جديدة وواسعة في العالم كافة.

مشكلة البحث :

تظهر مشكلة البحث من جانبين نظري وتطبيقي ،فما يخص الجانب الأول ، فأن البحوث الاكاديمية والدراسات النظرية التي تتعلق بالموضوع مدار البحث تكاد تكون نادرة ، ومن هنا اندفعنا للبحث في موضوع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، آملين أن نضع بين يدي المشرع والمصارف ، دراسة يمكن الإفادة منها في تطوير هذه الخدمات ، وبالتالي فأن الحاجة قائمة لدراسة هذه الخدمات، والتي تعتبر لا غنى عنها مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية ، أما الجانب الثاني فأن تداول واستخدام هذه الخدمات دون غطاء قانوني متكامل يثير مشكلة لا يمكن تلافيها إلا من خلال سن تشريع ينظم التعامل بها أو من خلال اجراء تعديلات على القوانين القائمة المعنية بهذا الموضوع، الأمر الذي يحمل المشرع عبء وضع قواعد قانونية مناسبة لها ، كما أنه وبالرغم من

التطور في التقنية المصرفية المستخدمة في المصارف العراقية ، وفروع المصارف الأجنبية في العراق إلا إنها ما زالت قاصرة على عملاء المصرف الذين لديهم حسابات مصرفية والذين هم في الغالب يمارسون الأنشطة التجارية ، وبالتالي نجد أن غالبية الأشخاص لا يستفيدون من هذه التقنية مما يؤدي إلى الحد من انتشارها.

هدف البحث

يهدف هذا البحث تسليط الضوء على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، والتي نلاحظ تعاظم دورها وتطور استخدامها يوماً بعد يوم ، الأمر الذي يوجب بيان آليات التعامل بها والمخاطر التي تحيط بها .

ولأجل تحقيق الهدف المنشود ، والنتيجة المبتغاة ، لا بد من اتباع منهج بحثي محدد وواضح ، يعتمد منهجية التحليل والاستقراء ، من خلال قراءة واقع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، ومن ثم وضعها قيد الملاحظة ، من منطلق الجزء نحو الكل .

ويكون ذلك من خلال خطة بحث التي نسير وفقها في ترتيب الموضوع بشكلٍ منطقي :

المبحث الأول : ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

المطلب الأول : التعريف بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكيفية عملها

المطلب الثاني : أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وتحديات استخدامها

المبحث الثاني : تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وأحكامها القانونية

المطلب الأول : تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

المطلب الثاني : الأحكام القانونية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

الخاتمة

المبحث الأول

ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

لبيان ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، يتعين علينا أن نقوم بالتعريف بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وبيان كيفية عملها ، ومن ثم نعرج على أهميتها، وتحديات استخدامها ، من خلال المطلبين الآتيين :

المطلب الأول

التعريف بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكيفية عملها

في السنوات القليلة الماضية ونتيجة زيادة انتشار الهواتف المحمولة، لاحظنا مدى تطور استخداماتها بغية تحقيق اغراض محددة ،إذ بدأ استخدامه للوصول إلى الشبكة العنكبوتية ، ثم جرى

استخدامه في التطبيقات المتعلقة بها كقراءة البريد الالكتروني وتصفح المنتجات المعروضة على الشبكة ، ثم ظهر اقبال على التطبيقات والخدمات على الأجهزة المحمولة لتحسين سبل الوصول إلى الخدمات المتعلقة بمعلومات الأسواق وعمليات تحويل الأموال [٣] ، هذا الاقبال الكبير دفع المصارف إلى تطوير خدماتها من خلال اطلاق خدمة جديدة تتلائم مع التكنولوجيا الحديثة ، وتتيح لعملائها إتمام العديد من العمليات والانشطة المصرفية ، واحدث هذه الخدمات اطلق عليها أسم الموبايل البنكي أو المصرفي ، أو المصرف المحمول ، ولكن ما هو المقصود بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وكيف تعمل ؟ نجيب على ذلك من خلال الفرعين الآتيين :

الفرع الأول

تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تعرّف الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكلٍ عام على أنها ((تقديم المصارف للخدمات المصرفية التقليدية والمبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية ، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها المصارف))[٤].

وهناك من يعرف الخدمات المصرفية الإلكترونية على ((عملية تقديم الخدمات المصرفية عن طريق قنوات التوصيل الالكترونية مثل شبكات الانترنت والهاتف المحمول)) [٥].

ونلاحظ على التعريفين السابقين للخدمات المصرفية الإلكترونية أنها لم تحدد خصائصها ، بالطرق التي تميزها عن الخدمات المصرفية التقليدية سوى ذكرها بأن هذه الخدمات تتم من خلال قنوات تفاعلية للاتصال الالكتروني .

أما الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، فتعرف على أنها((أداة لإدارة الحسابات يمكن الوصول إليها من خلال الهاتف المحمول وظهرت هذه الخدمة الحديثة في السوق كبديل للخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتسهل الوصول إلى الحسابات والعمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول))[٦]، ويؤخذ على هذا التعريف أنه لا يتسم بخصائص التعريف العلمي ، إذ ينبغي وضع تعريف للخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول بما يكفل بيان ماهيتها وخصائصها بحيث يمكن وصفه بأنه تعريف جامع مانع .

وعليه يمكن تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بأنها ((خدمة يقدمها المصرف لعميله عبر قناة اتصال الكترونية من خلال الهاتف المحمول ، بما فيها فتح الحسابات والشراء الإلكتروني وتحويل الأموال ومعرفة سعر الصرف والتحذيرات الأمنية والتذكير وكشف الحساب وتحديد مواقع المصارف والصراف الآلي ATM)) .

ومما تقدم يمكننا القول أن الحصول على الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول تتطلب توافر ثلاثة أمور وهي :

١- المصرف : وهو الشخص الذي يحمل ترخيصاً أو تصريحاً بمقتضى القانون لمباشرة الأعمال المصرفية[٧] ، وهو الطرف الذي يقدم الخدمة بكل انواعها لجميع عملائه ، وبناءً على ما يمتلكه من انظمة متطورة واجهزة الكترونية ، حيث تمكنه من تقديم الخدمات وتوفير الحماية الكاملة لحسابات عملائها والمحافظة على سريتها وخصوصيتها ، إذ أن الالتزام بالمحافظة على سرية الحسابات المصرفية يعد التزاماً جوهرياً يقع على عاتق المصرف .

والمصرف هو وحده من يحدد الشروط الواجب توافرها في العميل الذي يرغب بالتعامل معه للحصول على مختلف الخدمات المصرفية .

٢- العميل: لا يمكن لأي شخص الاستفادة من خدمة المصرف المحمول ، ما لم يكن عميلاً للمصرف[٨] ، أي أنه يتعامل مع المصرف ، ولديه حساب فيه ، ولا يهم ما هي طبيعة العلاقة بين المصرف وعميله ، فقد يملك حساباً جارياً فيه أو حساب ادخار ، أي أنه تعامل مع المصرف وفق شروط واجراءات يحددها الأخير .

٣- قناة الكترونية: تعد فرص استخدام الهاتف المحمول في الاتصال بالمصرف أكثر أهمية حيث يمثل استخدام الهاتف المحمول قناة اتصال مباشرة تنتشر على نطاق واسع ويمكن للعملاء من خلالها الوصول الفوري إلى عملية مصرفية أو طلب خدمات أو التعامل مع الحسابات[٩].

الفرع الثاني

عمل نظام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تعتمد الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) لتحقيق توافرها على مدار ٢٤ ساعة وتسريع تقديم الخدمات المالية [١٠] .

وتعمل من خلال ربط الهاتف المحمول بجهاز الكمبيوتر الخاص بالمصرف ، فيتم تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال تطبيق المصرف المحمول ، حيث يقوم العميل بطلب رقم محدد ، ويتولى جهاز المعلومات بالرد عليه ويطلب منه ادخال رقمه السري الذي اعطاه له المصرف، وبعد التحقق من أنه يتحدث مع شخص مخول يمكنه اعطاء المعلومات التي يريد.

يمكن استخدام هذه الخدمة بسهولة سواء في داخل الدولة أم خارجها، فإذا كان العميل في الخارج ويريد الوصول إلى حسابه المصرفي[١١] ، فيمكن القيام بذلك من خلال مشغل الهاتف المحمول حيث يتم الوصول إلى المصرف عن طريق الإنترنت (من خلال خدمة WAP التي تتيح قراءة صفحات الإنترنت مباشرة على شاشة الهاتف المحمول) أو عن طريق الرسائل القصيرة من خلال المشغلين المحليين[١٢].

المطلب الثاني

أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وتحديات استخدامها

للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أهمية بالنسبة للمصارف والعملاء على حدٍ سواء ، كما أن استخدامها يواجه العديد من التحديات التي من شأنها أن تؤثر على انتشارها ، وهذا ما سوف نتناوله من خلال الفرعين الآتيين :

الفرع الأول

أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تبرز أهمية المصرف المحمول في مواكبة التطورات التي يشهدها عالم الاتصالات واستخدام اجهزة الهاتف النقال ومرافقتها للمستخدم في كل مكان ، فظهرت بناءً على ذلك الحاجة إلى دعم الانشطة المصرفية وربطها بأنظمة الاتصال لتسهيل حصول صاحب الحساب على بيانات مستمرة وبصورة متجددة عن حسابه ، اينما كان ، طالما كان بالإمكان أن تصل إليه ذبذبات شبكة الاتصال بالنسبة للشبكة المزودة للخدمة .

ونظراً للتطور الحاصل في صناعة الهواتف المحمولة ، ولصغر حجمها ، وقلة وزنها ،وانخفاض اسعارها ، زاد انتشارها بشكلٍ غير مسبوق في تاريخ الأجهزة التكنولوجية عموماً، إذ اصبحت الأداة التكنولوجية الوحيدة التي لا تفارق مستخدميها في كل وقت .

ومع ازدياد القبول العالمي للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كقناة توصيل للمنتجات والخدمات المصرفية ، فقد وفرت هذه الوسيلة فرص أعمال جديدة للمصارف ، وساعدت كثيراً في نقل المعلومات الروتينية إلى خارج فروع المصارف [١٣]، ومكنت الزبائن من الاستفادة من هذه الخدمات [١٤].

ولأن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تتكون من المعاملات الإلكترونية بين العملاء والمصرف الذي يتعاملون معه ،فأن تشغيل هذه المعاملات من خلال شبكة اتصالات مغلقة باستخدام برامج محددة يوفرها المصرف وبهذه الوسائل ، يقيم العملاء علاقات مع مصرفهم دون التواجد في مقره[١٥].

و تتيح الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء الوصول إلى الخدمات المصرفية من خلال قنوات التوزيع البديلة التي تركز على الاحتياجات التشغيلية للعملاء، وتستخدم هذه القنوات غير التقليدية "العملة الإلكترونية"[١٦] التي لها غطاء قانوني من العملات القانونية الحقيقية ، وتقدم مزايا جعلت العملاء والمصارف يستخدمونها بشكل متزايد كابتكار تكنولوجي دائم واتصال سريع وتكلفة أقل من القنوات التقليدية ، وكذلك خدمة عدد أكبر من العملاء ، سيما في المناطق النائية التي لا يوجد فيها مصرف.

وبفضل التقدم التكنولوجي أيضا تم تطوير وتنفيذ خدمات جديدة والتي تكمل مجموعة الخدمات التقليدية حيث تتيح خدمات TELES للعملاء الوصول إلى قاعدة بيانات المصرف والقيام بعمليات مختلفة من خلال فروع مصرفية افتراضية[١٧].

ويمكن أن تكون هذه الخدمات: بسيطة ، تسمح للعملاء فقط بالحصول على معلومات حول حالة حساباتهم، وإجراء المدفوعات أو التحويلات بين الحسابات ، وطلب النماذج المصرفية، والاستفسار عن القروض، والمنتجات والخدمات [١٨]، والحصول على المعلومات المالية والمصرفية (أسعار الصرف وأسعار الفائدة وما إلى ذلك) [١٩].

وخلاصة القول ، أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي خدمة سريعة وآمنة وفعالة تقدم معلومات محدثة عن حالة حسابات العملاء المصرفية ، مهما كان موقع العملاء [٢٠].

المطلب الثاني

تحديات استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

توجد العديد من العوامل التي من شأنها أن تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، إلى جانب العديد من المخاطر التي تحيط بها والتي تشكل تحدياً أمام تطورها ، وقد تكون سبباً في عدم انتشارها بشكل كبير بالرغم من فوائدها الجمة ، ولذا سنتعرض لما ذكر من خلال الفرعين الآتيين :

الفرع الأول

العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

بعد الاطلاع على أهم الدراسات التي اجريت من قبل بعض الباحثين بشأن العوامل التي تؤثر في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وبالرغم من شحتها ، إلا أنه يمكن أن نستنتج بأن من أبرز العوامل التي تؤثر في استخدام تلك الخدمات هي :

أولاً : الفوائد المدركة

تعد الفوائد التي تعود على الزبون (العميل) من جراء استخدامه لنظام معين ، المكون الأول من مكونات قبول التكنولوجيا ، حيث يقدم على استخدامها معتقداً أنها سوف تعزز من ادائه الوظيفي[٢١] ، وأن تقبل الزبون للخدمات المصرفية الإلكترونية ، تعتمد بالدرجة الأساس على المنافع والفوائد التي سيجنيها من وراء استخدامه لها ، وابرز هذه الفوائد توفير الجهد والوقت والتكلفة ....الخ .

وبينا بأن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي من احدث الخدمات المصرفية الالكترونية ، وهو ما يدفع الزبائن إلى التفكير باستخدامها بغية الحصول على منافعها ، فالإنسان بطبيعته يسعى إلى ما هو أفضل ويتطلع إلى تجربة ابرز ما وصل إليه العلم والتكنولوجيا الحديثة .

لذا فأن احتمالية استخدام الزبائن للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وانتشارها واردة بشكل كبير ، وهي متأتية من شعورهم بفائدة وملائمة هذه الخدمات مع احتياجاتهم ورغباتهم ، فهي توفر عليهم الكثير الوقت والجهد ، فيتم تنفيذ الكثير من العمليات المصرفية في أي وقت وفي أي مكان يكون فيه .

وتأسيساً على ذلك ، فأن الزبون الذي يحصل على الفوائد من وراء استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول سيكون لديه نوايا أكبر اتجاه استخدام ما يستجد من تطورات تكنولوجية في هذا المجال .

ثانياً: الثقة

يعتبر المصرف المكان الامن نسبياً للعميل، ومع تطور الزمن وسهولة استخدام التكنولوجيا ، اصبح من الواجب مواكبة العصر والعمل وفق التطور المطلوب بهدف البحث عن راحة العميل وايضاً الوصول للخدمات اللازمة بأي وقت كان واي يوم كان على الرغم من تخوف العميل من الوثوق بالخدمات المصرفية الالكترونية عامةً والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول خاصةً مما يؤدي قلة الاقبال عليها، حيث توصل أحد الباحثين[٢٢] في دراسة اجراها حول تأثير عامل الثقة على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، إلى نتيجة مفادها بأنه وعلى الرغم من هذه الخدمات تحظى بثقة المستخدمين ، إلا أن المخاوف والشعور بالقلق لا تزال قائمة لديهم ، بسبب عمليات الاختراق والسرقة ، الأمر الذي يتطلب من المصارف أجراء المزيد من الدراسات والابحاث لتعزيز عامل الثقة بهذه الخدمة .

وتعني الثقة في هذا المضمار اعتقاد العميل بأن خصوصية معلوماته الشخصية ومعاملاته (والتي يمكن الوصول اليها بسهولة من قبل المصرف) سوف لن تتعرض للمساس، أي حماية معلومات العميل الخاصة من الجهات غير المصرح لها كالقراصنة [٢٣].

لذلك على المصارف أن تبني الثقة مع عملائها لجذبهم لاستخدام خدماتها وكسبهم كعملاء دائمين ، فالعملاء يتبنون الخدمة التي تقدمها المصارف التي تحظى بثقتهم ويوفر لهم السرية والحماية لمعاملاتهم ، فكلما زادت الثقة بين المصرف وعميله من جهة الخدمات التي يقدمها كلما زاد استخدامهم لها [٢٤].

ثالثاً :سهولة الاستخدام والتأثير الاجتماعي

تسعى المصارف عادةً لإيصال خدماتها المصرفية لعملائها بأبسط واسهل الطرق من خلال استخدام احدث التقنيات في تصميم التطبيقات بصورة تجعل من اليسير على مستخدميها الوصول اليها ، والاستفادة من تلك الخدمات المقدمة .

وفيما يتعلق بالمصرف المحمول نجد أنه مصمم ليكون سهل الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الأخرى ، باعتبار أن سهولة الاستخدام تشكل عاملا جاذبا في تقبل المستهلكين لأي نظام خاص يتعلق بالمعاملات الالكترونية لا سيما المالية منها .

ويمكن تعريف سهولة الاستخدام على انها الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لنظام معين لن يتطلب منه الكثير من الجهد ، أي يكون بإمكانه استعمال ذلك التطبيق من دون أي تعقيدات .

وتطبيقاً لذلك ، فأن تزايد اقبال العملاء على استخدام المصرف المحمول بغية الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يوفرها هذا التطبيق مرهوناً بمدى تحقق مكون آخر من مكونات نظرية قبول التكنولوجيا وهو سهولة الاستخدام والذي حظي باهتمام العديد من الباحثين.

أن تصميم تطبيق المصرف المحمول على نحو يكون من السهل على شرائح المجتمع المختلفة مهما كان المستوى العلمي لها استخدامه ، سوف يساعدهم على اتمام المهام بسهولة أكثر مما لو صمم التطبيق بطريقة تكون صعبة الاستخدام[٢٥] .

ويفهم من ذلك أن النظام الذي يمكن وصفه بأنه سهل الاستخدام والذي لا يحتاج الى الكثير من الجهد لاستخدامه ، سوف يؤدي بلا شك إلى زيادة في استخدامه ، وبالتالي مزيد من الرضا به والاقبال على استخدامه من قبل العملاء .

أما ما يخص التأثير الاجتماعي على استخدام المصرف المحمول ، فأنه يمكن القول بأن الانسان وهو بلا شك كائن اجتماعي يتأثر سلباً وايجاباً بشيء معين وبمن هم محيطون به من الاشخاص المهمين حوله .

لذا فأن التأثير الاجتماعي هي الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن الاشخاص المهمين من حوله يعتقدون أنه ينبغي عليه استخدام ما يستجد من انظمة ، ومنها تطبيق المصرف المحمول ، فقد يكون الاشخاص المحيطين بالمستخدم هم احد العوامل التي تؤثر في استخدام تطبيق المصرف المحمول ، سلباً أو ايجاباً بناءً على ما وجدوه من منافع ومزايا أو عيوب .

وعليه لا يمكن نكران مكون التأثير الاجتماعي كعامل من عوامل انتشار استخدام المصرف المحمول ، فلها درجة تأثير أعلى قياساً بالمكونات الأخرى، بحسب ما توصل إليه بعض الباحثين[٢٦] ، فالبيئة الاجتماعية (العائلة ، الاصدقاء ، زملاء العمل) اضافة الى وسائل الاعلام لها دور في زيادة الاقبال على استخدام المنتجات التكنولوجية الحديثة ، ولها تأثير على وجه الخصوص بالنسبة للخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول في اعاقة أو تسهيل انتشارها [٢٧].

الفرع الثاني

المخاطر التي تحد من استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

بالرغم مما تحققه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من مزايا، لا تستطيع المصارف التقليدية تقديمها [٢٨]،حيث تمنح العميل الأمان بدلاً من حمل النقود الورقية وتجنب السرقة والضياع ، أما بالنسبة للتاجر ، فهي تعد وسيلة جيدة لإجراء وسرعة انجاز العديد من العمليات المصرفية ، مما يساهم في زيادة المبيعات .

إلا أنها لا تخلو من مخاطر ناجمة عن استخدام هذه الوسائل، وهذه المخاطر قد تكون مخاطر قانونية أو مخاطر فنية ، إذ أن النقص والقصور التشريعي وعدم قدرة الهاتف المحمول على تحويل النقد إلى قيمة الكترونية ، أو صرف المبالغ النقدية ، وانما يمكنه فقط تحويل الأموال أو تحويل القيمة الكترونياً ،يعد من أهم التحديات التي تواجه المصارف في ميدان المصرف المحمول ، ففيما يتعلق بالمخاطر بالفنية ، فأن الأنشطة المصرفية عبر الهاتف المحمول بحاجة إلى مساندة عبر برنامج لتحويل النقد ، ومن ناحية أخرى ، فأن المصرف الراغب في تغطية منطقة جغرافية معينة باستراتيجية الأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول سيحتاج إلى شبكة للسحب والإيداع في تلك المنطقة[٢٩] .

وهناك مخاطر أخرى تتمثل بأن مستخدمي المصرف المحمول معرضون لخطر تلقي رسائل SMS وهمية ، بالإضافة إلى الخطر المتمثل بفقدان الهاتف المحمول وامكانية الوصول إلى PIN المصرف المحمول الخاص بالعميل وغيرها من المعلومات الحساسة [٣٠] .

وهناك ايضاً احتمالية تعرض المصرف والزبون إلى خسائر مالية غير متوقعة وغير مخطط لها ؛ وذلك لسوء استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل الزبون نفسه والنابع من قلة المعرفة في استخدام الخدمات المتاحة في المصرف المحمول .

ولا يغيب عن بالنا المخاطر الأمنية ، والتي نعني بها في هذا المضمار الدرجة المتعلقة بالكشف عن المعلومات الشخصية والمالية ومدى توفر الأمن في استخدام المصرف المحمول .

المبحث الثاني

تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وأحكامها القانونية

بعد إن بينا تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وكيفية عملها ، وأهميتها ، والتحديات التي تواجهها ، كان لا بد لنا أن نتطرق من خلال هذا المبحث إلى تطبيقاتها ، وأحكامها القانونية من خلال المطلبين الآتيين :

المطلب الأول

تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

ونعرض من خلال هذا المطلب أهم تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وهي :

اولاً: الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة

تستخدم خدمة الرسائل النصية القصيرة المرسلة عبر الهاتف المحمول للعميل ، حيث يمكن استخدام الرسائل النصية القصيرة للعمليات السلبية والنشطة على نحو مشابه ، كما هو الحال مع الخدمات المصرفية عبر الهاتف التقليدية ، إذ يمكن للعميل تلقي معلومات تلقائيًا حول رصيد حسابه فيتم إرسال رسالة نصية قصيرة إلى العميل على الفور بعد إجراء عملية معينة ، أو عند الطلب فيرسل العميل إلى البنك رسالة منسقة بشكل صحيح تقوم بمعالجتها والإجابة على العميل.

أما بالنسبة للمعلومات المرسلة عند الطلب فتتعلق في الغالب بأسعار الفائدة الحالية ، أو أسعار صرف العملات، حيث يعد توفير هذه المعلومات أمرًا بسيطًا بالنسبة للبنك لأن هذه المعلومات متاحة للجمهور ولا تحتاج إلى حماية.

ومع ذلك يمكن للعميل أن يطلب معلومات حول الرصيد الموجود في حسابه ، وهي ليست معلومات عامة ويجب حمايتها عند توفيرها و يتم استخدام كلمات المرور لهذا الغرض أو التقنيات القائمة على مبدأ المفتاح الإلكتروني ومع ذلك ، فإن العميل يطلب رموز ثابتة ومتغيرة [٣١].

وتحتوي الرسالة على بيانات مفصولة برموز # في بعض الأحيان لمعرفة رمز كل معاملة بما في ذلك يحتوي على ما يصل إلى خمسين حرفًا ويمكن للمستخدمين ارتكاب الأخطاء بسهولة وغالباً ما يكون هذا عاملاً مقيدًا للعملاء مما يقلل من أسلوب الراحة في هذه الخدمة.

ثانياً: هوية المشترك

هي واجهة برمجية تتيح إجراء تغييرات عشوائية على قائمة الهاتف المحمول حيث يمكن للمشغلين الذين يدعمون هذه التقنية استخدامها لتخصيص قوائم الهاتف المحمول و هذا يعني أن الوظائف التي تم تفعيلها ودفع ثمنها فقط هي التي ستظهر في قائمة المستخدم وتعود هذه التقنية إلى عام ١٩٩٨ومن بين الشركات الأولى التي استخدمتها في التطبيقات المصرفية القائمة على معيار GSM SIM Toolkit، RadioMobil و Expandia Bank في جمهورية التشيك حيث تدعم معظم الهواتف المحمولة في السوق الآن ولاستخدام هذه الخدمة ، يحتاج العميل إلى استخدام خدمات مشغل يدعم هذا المعيار في شبكته ، وأن يكون عميلاً لبنك يقدم تسليم الحسابات من خلالها ولديه هاتف محمول يدعم تقنية GSM SIM Toolkit واستخدام بطاقة SIM خاصة [٣٢].

وبعد شراء بطاقة SIM خاصة وتفعيلها في فرع المصرف المعني ، يمكن للعميل البدء في استخدام هذه الخدمة. سيتم توسيع قائمة الهاتف المحمول لتشمل بند الخدمات المصرفية ، والتي

من خلالها يمكن تنفيذ العمليات المصرفية النشطة أو السلبية ويختلف الهيكل الدقيق من مؤسسة مالية إلى أخرى اما الأمن ، فمن الضروري معرفة (PUK للتطبيقات المصرفية) و PIN.

فيكون تعيين PUK للعميل من قبل المصرف عند تنشيط التطبيق وتسجيله على بطاقة SIM الخاصة بالهاتف المحمول[٣٣].

ويتم استخدام PIN لكل وصول إلى العناصر المحمية في التطبيق المصرفي فعندما يقوم العميل بثلاث محاولات فاشلة لكتابة رقم التعريف الشخصي ، يتم حظر الوصول إلى التطبيق المصرفي وعناصره ، فمن الضروري معرفة PUK لإلغاء قفله ، فعندما يفشل العميل عشر مرات في كتابة PUK الصحيح ، لم يعد من الممكن استخدام بطاقة SIM للخدمات المصرفية.

أن الميزة الرئيسية لهذه الخدمة هي إن العميل يتبع فقط التعليمات على شاشة الهاتف المحمول وغالباً ما تتم مقارنة WAP (بروتوكول التطبيقات اللاسلكية) WAP بصفحات الويب على الرغم من أن هذا يعد تبسيطاً للعملية على عكس الصفحات التي تظهر على شاشة الكمبيوتر ، يقدم WAP نتائجه على شاشة هاتف محمول صغيرة وبالتالي يركز على معلومات النص فهو شكل من أشكال بوابة الخدمات المختلفة التي أعدها مشغل شبكة الهاتف المحمول[٣٤] .

وان أحد شروط استخدام الخدمة هو أن العميل يجب أن يكون لديه هاتف محمول يدعم تقنية WAP و يتم توفير الأمان مرة أخرى من خلال مفتاح إلكتروني لمصرفية WAP الذي لم ينتشر بشكل جيد حتى الآن ، ومع ذلك تستمر بعض المصارف في تقديمه على الرغم من العدد المنخفض نسبيًا لمستخدمي الهواتف في الممارسة المصرفية ، وظهرت أجهزة الكمبيوتر الشخصية أيضًا في المقدمة مما يسهل إلى حد كبير تقديم الخدمات المصرفية وتحديثها اما في مجتمع المعلومات ، تلعب أداة الاتصال هذه دوراً لا يمكن الاستغناء عنه ولا غنى عنه للخدمات المصرفية الإلكترونية باستخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية إلى جانب النمو الكبير في استخدام المجال المصرفي المتنقل في الوقت الحاضر[٣٥].

ثالثاً : المحفظة الإلكترونية

قد تتم عمليات الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول عن طريق محفظة مرتبطة بشريحة الهاتف من خلال تطبيق المحفظة الالكترونية التي يوفرها مزودي الخدمة بالتعاون مع شركات الاتصال وبإشراف البنك المركزي [٣٦]، وهي بطاقة رقاقة شبيهة ببطاقة الدفع التي تحتوي على سجل بالمبلغ المالي المتاح لمكان عمل بديل لمصرف به محطات طرفية وأجهزة يمكن للعملاء استخدامها للحصول على خدمات مصرفية مختلفة حيث يتيح إجراء العمليات التي يقدمها المصرف دون حضور موظف المصرف.

و تم تصميمها وفق أنظمة أمان حديثة خارج المصرف مع كلمة مرور تستخدم للوصول إلى منطقة الخدمة الذاتية ، ومن الممكن أيضًا استخدام المصادقة الأخرى على الأجهزة ، مثل المفتاح الإلكتروني و بصمة الإصبع وتكون مناطق الخدمة الذاتية متاحة ٢٤ ساعة في اليوم وعلى مدار ٧ أيام في الأسبوع [٣٧].

ومن أبرز انواعها محفظة العراق زين كاش ، والتي تأسست عام ٢٠١٤ بالتعاون مع شركة زين العراق للاتصالات بإشراف البنك المركزي العراقي ، وتوفر هذه الشركة (زين كاش) للدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول ، وخدمة زين كاش هي حساب مالي الكتروني يوفر للمشترك إمكانية تحويل الأموال النقدية (كاش) إلى نقود الكترونية للقيام بعمليات التحويل الالكتروني للأموال من حساب إلى حساب آخر ، ولا يشترط أن يكون لدى المشترك حساباً مصرفياً أي لا يشترط فيه أن يكون عميلاً لمصرف ، وهذا ما يميز هذه المحافظ عن التطبيقات الأخرى التي تقدم الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول .

وهناك ايضاً محفظة اسيا حوالة ، وهي محفظة الكترونية تم ترخيصها من قبل البنك المركزي العراقي لتقديم خدمات الدفع الالكتروني وسحب وايداع الأموال عبر الهاتف المحمول في أي وقت وفي أي مكان ، وتم تأسيسها عام ٢٠١٤ بالتعاون مع شركة آسياسيل.

وتكمن مزايا المحفظة الالكترونية من وجهة نظر العملاء في[٣٨]:

الراحة: الوصول إلى المصرف على مدار ٢٤ ساعة في اليوم ، ٧ أيام في الأسبوع ، دون الاعتماد على جدول المصرف.

المرونة: القدرة على التكيف مع احتياجات المشترك.

إمكانية الوصول: في الوقت الحالي ، يمكن للمشتركين الوصول إلى الخوادم المصرفية عن طريق الاتصال الهاتفي أو عبر الويب ، وكذلك سهولة الوصول إلى كشوف الحسابات المصرفية .

الأمان: تتم المعاملات في أفضل شروط السلامة.

تكاليف منخفضة: هناك تخفيضات في الرسوم (١٠-٥٠٪ من الرسوم العادية) .

توفير الوقت وتقليل النفقات (لا مزيد من النقل من وإلى مبنى المصرف).

إمكانية التشغيل البيني : من الممكن استيراد وتصدير قواعد البيانات من أجل إدارة أكثر كفاءة للتطبيقات المحاسبية الخاصة بالمشترك .

المطلب الثاني

الأحكام القانونية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

بينا بأن تقدم التكنولوجيا، أدى إلى ظهور وتطور الخدمات المصرفية الالكترونية، وتحديداً "المصرف المحمول" وفيما يخص أحكامه القانونية نبين الآتي :

اولاً: الى أي مدى يتم تطبيق القواعد القانونية المُطبقة على المصرف التقليدي على المصرف المحمول؟

من حيث الكيان القانوني ، تتمتع المصارف التقليدية بالكيان القانوني بسبب واقعها الملموس على أرض الواقع ، متمثلًا في انتشار فروعها العديدة وانتشار عدد كبير من الموظفين في تلك الفروع في حين أن المصارف الإلكترونية ومنها المصرف المحمول ليس لها فروع منتشرة على الأرض ، بل هو فرع واحد يمكن لأي عميل الوصول إليه بغض النظر عن الوقت الذي يريد فيه الدخول إلى المصرف ، كما أن المصارف الإلكترونية ليس لديها هذا العدد الضخم من الموظفين الموجودين في المصارف التقليدية ومن حيث الخدمات المقدمة للعملاء ، تقدم المصارف التقليدية جميع العمليات المصرفية لعملائها ، ولكن بطريقة تقليدية تتطلب الكثير من الجهد والوقت من كل من البنك والعميل[٣٩].

أما المصرف المحمول فهو يقدم نفس الخدمات لعملائه أيضا ولكن بطريقة إلكترونية حديثة توفر كل هذا الوقت والجهد. وعليه فإننا نعتقد أن العمل المصرفي عبر الهاتف المحمول يجب أن يخضع لنفس القواعد القانونية التي تحكم العمل المصرفي التقليدي ، بحيث يتمتع العملاء بالمستوى المناسب من الطمأنينة عند تعاملهم مع هذا النوع من المصارف[٤٠]، مع اننا نفضل تنظيمه بنصوص قانونية صريحة تلافياً لما قد يحدث في المستقبل من مشاكل قانونية.

ب :علاقة البنك المركزي بالمصرف المحمول

في بعض دول العالم يشترط إشراف البنك المركزي على المصارف سواء كانت مصارف تقليدية أو مصارف إلكترونية [٤١]، كما أن خضوع المصارف سواء كانت تقليدية أو إلكترونية للإشراف من قبل البنوك المركزية في كل دولة يوفر الكثير من الحماية للعملاء المحميين من رقابة البنك المركزي على ما يقوم عليه المصرف الذي يقدم الانشطة والخدمات المصرفية، من أجل حماية أموالهم المودعة لدى تلك المصارف وحتى لا تكون هذه الأموال بدون رقابة ، وتستخدم في عمليات مشبوهة مثل عمليات غسيل الأموال ، والتي تنتشر في العديد من البلدان حيث لا يوجد أي مقياس للرقابة، لذا فأن الرقابة تكون على العمليات المصرفية التي تقوم بها هذه المصارف مهما كان نوعها تقليدية أو إلكترونية[٤٢] ، على الرغم من غياب النص القانوني الصريح الخاص بالمصرف المحمول ، إلا أنه وبموجب نظام الدفع الالكتروني العراقي رقم (٣) لسنة ٢٠١٤ تخضع الخدمات المصرفية

عبر الهاتف المحمول لإشراف البنك المركزي بوصفه وسيلة الكترونية ، كذلك القواعد العامة في قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم (٧٨) لسنة ٢٠١٢ وبالرغم من أن الهدف منها هو وضع وتوفير الاطار القانوني لاستعمال الوسائل الالكترونية في اجراء المعاملات الالكترونية[٤٣] ، إلا انها غير كافية لسد النقص التشريعي الذي يعاني منه نظامنا القانوني ، وعليه ندعو المشرع العراقي إلى ضرورة معالجة هذا الفراغ التشريعي من خلال سن قانون خاص ينظم فيه الأنشطة المصرفية الالكترونية عامةً والمصرف المحمول خاصةً أو من خلال اجراء تعديلات على القوانين المعنية بهذا الشأن .

الخاتمة

أحمد الله وأثني عليه ، وأشكره على توفيقه ، وعونه وتسديده ، بما هيأه لي من أسباب لإتمام هذا العمل العلمي الموسوم بـ(الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول) ، لأرسم خاتمته بالآتي :

النتائج

١- أن خدمة المصرف المحمول يقدمها المصرف لعملائه حصراً ، أي حتى يمكن الاستفادة من هذه الخدمة لا بد من أن يكون الشخص من عملاء المصرف بأن يكون لديه حساباً مصرفياً، على العكس من خدمة المحفظة الالكترونية ،والتي تقدمها الشركة (المزود) عبر الهاتف المحمول تحت إشراف البنك المركزي لأي شخص حتى وإن كان لا يملك حساباً مصرفياً من خلال تعاقده معها ، وإعطائه الرقم السري الخاص به ليتم تفعيل التطبيق الخاص بهذه الخدمة.

٢- أن الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول توفر بلا شك منافع لمستخدميها ، حيث يمكنهم تنفيذ العمليات المصرفية والإفادة منها في أي زمان ومكان ، ولكن لا تدرك هذه المنافع من قبلهم بالشكل الكافي عند الاستخدام .

٣- هناك علاقة طردية بين العوامل المؤثرة في استخدم المصرف المحمول وهي (المنافع ،الثقة ، وسهولة الاستخدام ، والتأثير الاجتماعي) وزيادة وانتشار الاستخدام .

٤- يتمتع التطبيق بشكل عام بثقة المستخدمين ، ومع ذلك تبقى المخاوف موجودة لديهم على اساس ان الهاتف المحمول بيئة غير آمنة لهذا النوع من الخدمات .

٥- تتباين سهولة وصعوبة استخدام خدمة المصرف المحمول ، بحسب المؤهل العلمي للفرد المستخدم ، بحيث كلما زاد المستوى العلمي ، كلما كانت هناك سهولة وثقة في استخدامه، وهناك تأثير اجتماعي على نية استخدام والانتفاع من الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول.

٦- يعاني نظامنا القانوني من نقص في النصوص التي تنظم الانشطة المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول على الرغم من صدور نظام الدفع الالكتروني رقم ٣ لسنة ٢٠١٤، إذ أنه لا يغطي الخدمات المقدمة من قبل المصارف بالتحديد بصورة عامة ، والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بصورة خاصة.

التوصيات :

١- ندعو المصارف إلى مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا فيما يخص الخدمات المصرفية ، وضرورة الاهتمام بعامل الثقة لزيادة تبني العملاء لخدمات

المصارف الالكترونية عبر الهاتف المحمول وذلك من خلال استخدام النشرات التعريفية ، وتزويدهم بالمعلومات الصحيحة حول طريقة استخدام هذه الخدمة وبيان أهميتها ، تلافياً لوقوعهم بعمليات النصب والاحتيال ، وذلك بشكل شخصي ، أو عن طريق رسائل التحذير .

٢- التركيز على عامل أمن وسرية المعلومات لجذب العملاء من خلالها وتوفير المعلومات الكافية والتي يحتاجها العميل لدى استخدامه الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول.

٣- كما نوصي بتوعية العملاء حول خدمات المصرف المحمول ، وتعريفهم بالمنافع التي يدركونها نتيجة استخدام هذه الخدمة ومدى أهميتها ، والاهتمام بعامل المنافع كونه من أهم العوامل المؤثرة في تطورها ، من خلال توجيه الموظفين وتدريبهم على تقديم الايضاحات المباشرة للعملاء الذين يزورون المصرف وتوعيتهم بمنافع استخدام هذه الخدمة وخاصة فيما يخص اختصار الوقت والجهد مراعين بذلك الفروق العمرية والمستوى التعليمي للزبائن.

٤- العمل على تنظيم وإعداد برامج ترويجية وتسويقية لتعريف العملاء غير المستخدمين لخدمة المصرف المحمول ، والعملاء غير المتعاملين مع المصرف مقدم الخدمة بهذه الخدمة الجديدة ، بحيث يكون لدى غالبية افراد المجتمع معلومات حول هذه الخدمة .

٥- نرى أنه من الضروري الاهتمام بعامل سهولة الاستخدام كونه أحد العوامل المؤثرة في تطور خدمة المصرف المحمول ، وبما أن لعامل التأثير الاجتماعي دور في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، لذا ننصح المصارف بالطلب من العملاء الذين يستخدمون هذه الخدمة والراضين عنها حث الأشخاص المقربين على استخدامها وتقديم النصح لهم حول فوائد استخدامها .

٦- نوصي المشرع العراقي بإصدار قانون خاص ينظم فيه الخدمات المقدمة من قبل المصارف حصراً والتي تكون بوسائل الكترونية ، وأحكام المصرف المحمول ، أو من خلال اجراء التعديلات على القوانين المعنية بهذا الشأن ، كقانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ أو نظام الدفع الالكتروني رقم ٣ لسنة ٢٠١٤؛ وذلك نظراً للخصوصية التي يتمتع بها المصرف المحمول ، وتلافياً لما يحدث في المستقبل من مشاكل بهذا الخصوص.

قائمة المصادر

اولاً : المصادر باللغة العربية

أ- الكتب

١-ابراهيم بختي ، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية .

٢- أحمد سفر ، انظمة الدفع الالكترونية ، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان، ٢٠٠٨.

٣-أحمد سويلم ، إدارة البنوك و بورصات الأوراق المالية ، شركة العربية للنشر والتوزيع ، بدون سنة نشر.

٤- بشير العلاق ، تسويق الخدمات ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، ٢٠١٠ .

٥-جلال عايد الشورة ، وسائل الدفع الالكتروني، ط١ ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، ٢٠٠٨ .

٦- سامر جلدة ، البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، ط٣، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٨.

٧- طارق محمد جمزة ، النقود الالكترونية كإحدى وسائل الدفع ، ط١، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١١.

٨-عمر وصفي عقيلي ، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠١ ، ط ١.

٩-عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، دار البيان للنشر ، مصر ، ٢٠١٠ .

١٠- محمد أحمد سمير ، " الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك " دار الميسرة للنشر و التوزيع ، ط ١ ، عمان ، ٢٠٠٩ .

١١- محمد الصيرفي ، إدارة المصارف الالكترونية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥.

١٢-محمد حسن الطائي , التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد لأجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع , عمان , ٢٠١٠ ، ط ١ .

١٣-محمد صالح و نور خلف ، التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، ٢٠٠٥.

١٤-محمود محمد أبو فروة ، ط١،الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت " ، دار الثقافة ، عمان ، ٢٠٠٩.

١٢-محمود جاسم الصميدعي ، التسويق المصرفي، ط١، دار المناهج للنشر و التوزيع , عمان , ٢٠٠١ .

١٣- منير محمد الجنبيهي و ممدوح محمد الجنبيهي ، الشركات الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥.

١٤-هادي مسلم يونس البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ، ٢٠٠٩ .

ب- الرسائل الجامعية

١- ابراهيم موصللي ، العوامل المؤثرة في سلوك العملاء تجاه الخدمات الالكترونية المصرفية ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد ، جامعة حلب، ٢٠١١.

٢-الحر سامي عباس العنبكي ، العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن ، رسالة ماجستير ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، ٢٠١٥.

٣- امجد ماريديني ، العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سوريا، رسالة ماجستير، كلية ادارة الاعمال التخصصي MBA ، الجامعة الافتراضية السورية .

٤-سليم عبد الرزاق ، اثر التطورات المالية والنقدية في نهاية القرن العشرين على اقتصاديات الدول العربية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٦.

٥-محمد نبيل محمد عبد الرحيم ، اثر التسويق الالكتروني للخدمات المصرفية بواسطة الهاتف النقال في تحقيق رضا العملاء ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الأعمال ، ٢٠١١، ص ٢١ وما بعدها .

٦- مصعب محمد عرفه احمد ، دور التسويق الالكتروني في تحقيق رضا العملاء ، رسالة ماجستير ، جامعة افريقيا العالمية ، كلية العلوم الإدارية ، ٢٠١٩.

٧- وسيم محمد الحداد ، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية و آفاق تطورها في الجزائر ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ام البواقي ، ٢٠١١ .

ج-المجلات والدوريات

١- بن موسى اعمر ، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية ، بحث منشور في مجلة دراسات اقتصادية ، العدد ٣٨، ٢٠١٩.

٢-محمد علي السميرات ، ورائد العضايلة ، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء ، بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة ، المجلد ١٤، العدد ١، ٢٠١٧.

د- الأنظمة والقوانين

١- نظام الدفع الالكتروني للأموال العراقي رقم ٣ لسنة ٢٠١٤.

٢- قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم ٧٨لسنة ٢٠١٢.

٣-قانون المصارف العراقي رقم ٩٤ لسنة ٢٠٠٤.

هـ-المواقع الالكترونية

١- اغناسيو ماس ، وكبير كومار ، الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول لماذا وكيف ولمن ؟، بحث منشور على الموقع الالكتروني : www.cgap.org.

٢-جاسم المناعي ، نظام الدفع عبر الهاتف المحمول الأبعاد والقواعد المطلوبة ، ورقة بحثية مقدمة إلى اللجنة العربية لنظم الدفع والتسوية ، صندوق النقد العربي على الموقع الالكتروني : www.amf.org.ae .

ثانياً:المصادر الاجنبية

١-Abdulkadir ,N," An investigation into the adoption of mobile banking in Malaysia" American journal of economics, Vol.٣,No,٣,٢٠١٣.

٢- Jayawardhena, C. and Foley: "Changes in the banking sector – the case of Internet banking in the UK", Journal of Internet research: Electronic Networking Application and policy.٢٠٠٠.

٣- Khan,S.N ,Akter," Factors influencing adoption and usage of mobile banking :Bangladesh experience" international journal of finance and banking research.vol.,٢٠١٧.

٤- Mukherjee, A P, A model of trust in online relationship banking. International Journal of Bank Marketing, ٢٠٠٣.

الهوامش

(١) سامر جلدة ، البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، ط٣، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٨، ص ١٥١.

(٢)محمد نبيل محمد عبد الرحيم ، اثر التسويق الالكتروني للخدمات المصرفية بواسطة الهاتف النقال في تحقيق رضا العملاء ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الأعمال ، ٢٠١١، ص ٢١ وما بعدها .

(٣) أحمد سفر ، انظمة الدفع الالكتروني ، ط١ ، منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠٠٨، ص ٣٨.

(4) سليم عبد الرزاق ، اثر التطورات المالية والنقدية في نهاية القرن العشرين على اقتصاديات الدول العربية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٦، ٢١.

(٥) بن موسى اعمر ، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية ، بحث منشور في مجلة دراسات اقتصادية ، العدد ٣٨، ٢٠١٩ ، ص ٣٩٩.

(٦) -محمد الصيرفي ، إدارة المصارف الالكترونية، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية ، ٢٠٠٥،ص٧٥.

(٧) -ينظر المادة (١) من قانون المصارف العراقي رقم ٩٤ لسنة ٢٠٠٤.

(٨) جاسم المناعي ، نظم الدفع عبر الهاتف المحمول الابعاد والقواعد المطلوبة ، ورقة بحثية مقدمة إلى اللجنة العربية لنظم الدفع والتسوية ، صندوق النقد العربي ، ص ٢ ، منشورة على الموقع الالكتروني : www.amf.org.ae.

(9) Jayawardhena, C. and Foley: "Changes in the banking sector – the case of Internet banking in the UK", Journal of Internet research: Electronic Networking Application and policy.٢٠٠٠, P٤٢.

(١٠)محمود جاسم الصميدعي ، التسويق المصرفي ، ط١، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠١، ص ٥١.

(١١)عمر وصفي عقيلي ، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ، ط١، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠١، ص٤٤.

(١٢)منير محمد الجنبيهي وممدوح محمد الجنبيهي ، الشركات الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠١٠، ص ٤١.

(١٣)مصعب محمد عرفه احمد ، دور التسويق الالكتروني في تحقيق رضا العملاء ، رسالة ماجستير ، جامعة افريقيا العالمية ، كلية العلوم الإدارية ، ٢٠١٩، ص ٥٤.

(١٤)محمد نبيل محمد عبد الرحيم ، مصدر سابق ، ص ٣٢.

(١٥) منير محمد الجنبيهي وممدوح محمد الجنبيهي ، مصدر سابق ، ص ١١٢.

(١٦) وهذه العملة تسمى بالنقود الالكترونية وهي قيمة نقدية مخزنة على اداة الكترونية على شكل وحدات ائتمانية تكون مقبولة كوسيلة للدفع من قبل اشخاص غير الذين قاموا بإصدارها ، للمزيد من التفصيل انظر : طارق محمد حمزة ، النقود الالكترونية كإحدى وسائل الدفع ، ط١، منشورات زين الحقوقية ، ٢٠١١، ص ٦٠.

(١٧)محمد أحمد سمير ، الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك ، ط١، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان ٢٠٠٩، ص ٩٣.

(١٨) محمود محمد أبو فروة ، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت ، ط١، دار الثقافة ،عمان ، ٢٠٠٩، ص ١٣١.

(١٩) محمد صالح ونور خلف ، التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٥، ص ٨٩.

(٢٠) عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، دار البيان للنشر ، مصر ، ٢٠١٠، ص ٣١.

(٢١) ابراهيم موصللي ، العوامل المؤثرة في سلوك العملاء تجاه الخدمات الالكترونية المصرفية ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد ، جامعة حلب، ٢٠١١، ص ٣٠.

[٢٢] امجد ماردیني ، العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سوريا، رسالة ماجستير، كلية ادارة الاعمال التخصصي MBA ، الجامعة الافتراضية السورية ، ٢٠١٨، ص ٢٦.

[23]Khan,S.N ,Akter," Factors influencing adoption and usage of mobile banking :Bangladesh experience" international journal of finance and banking research.vol.,٢٠١٧,٣,No.١,pp١-١٢.

[٢٤] محمد علي السميرات ، ورائد العضايلة ، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء ، بحث منشور في مجلة جامعة الشارقة ، المجلد ١٤، العدد ١، ٢٠١٧، ص ١٨٢.

[٢٥] امجد ماردیني ، مصدر سابق ، ص ٩.

[٢٦] امجد ماردیني ، مصدر سابق، ص ٢٧.

[27] Abdulkadir ,N," An investigation into the adoption of mobile banking in Malaysia" American journal of economics, Vol.3,No,3,2013,p153.

[٢٨]عمر وصفي عقيلي، مصدر سابق ، ص ٦١.

[٢٩] اغناسيو ماس ، وكبير كومار ، الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول لماذا وكيف ولمن ؟، بحث منشور على الموقع الالكتروني : www.cgap.org

[٣٠] الحر سامي عباس العنبكي ، العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن ، رسالة ماجستير ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، ٢٠١٥، ص ٢٢.

[٣١] محمد أحمد سمير ، مصدر سابق ، ص ١٣٣.

[٣٢] محمد الصيرفي ،مصدر سابق ، ص ٨١.

[٣٣]محمود حسين الوادي وبلال محمود ، المعرفة والادارة الالكترونية وتطبيقاتها المعاصرة ، ط١، دار صفاء ، عمان ، ٢٠١١، ص٧١.

[٣٤]بشير العلاق ، تسويق الخدمات ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٠، ص٨٩.

[٣٥] احمد سويلم ، ادارة البنوك وبورصات الأوراق المالية ، شركة العربية للنشر والتوزيع ، بدون سنة نشر ، ص٥٢.

[٣٦] ينظر المادة (٤) من نظام الدفع الالكتروني للأموال العراقي رقم ٣ لسنة ٢٠١٤.

[٣٧] محمد حسن الطائي ، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال ، ط١، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٠، ص ١١٨.

[٣٨]هادي مسلم يونس البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية –دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ، ٢٠٠٩، ص ١١١.

[٣٩] أحمد سفر ، مصدر سابق ، ص ١١.

[٤٠] وسيم محمد الحداد ، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، اطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة ام البواقي،٢٠١١، ص ١٥٦.

[٤١] ابراهيم بختي ، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ط٢، ديوان المطبوعات الجامعية ،ص٢١.

[42]Mukherjee, A. " model of trust in online relationship banking. International Journal of Bank Marketing" ٢٠٠٣,٢١(١): P. ٥–١٥.

[٤٣] ينظر المادة (٢) من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢.