



اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

Impact of Electronic Banking on the Islamic
Bank of Iraq

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي
M.M.Qahtan Yassen Jasem Al obediy



الملخص

تتلخص هذه الدراسة من عنوان وهو: «أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي»، ومن مقدمة للبحث إشملت على جميع عناصر البحث، وقد تقدم لإعداد الدراسة وتأليفها هو الباحث «قحطان ياسين جاسم العبيدي»، وتضمن المطلب الأول من بيان مفاهيم الخدمات الإلكترونية وأنواعها، مع الحرص على تعريف المصرف العراقي الإسلامي، كما تضمن المطلب الثاني على بيان أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي، وخدمات الأعمال الفردية على وجه خاص.

Abstract

This study summarizes the title: "The Impact of Electronic Banking on the Islamic Bank of Iraq" and it is a prelude to research that encompasses all elements of research, and it has been advanced to prepare and compose the study is the researcher "Qahtan Yassin Jasim al-Obaidi", which included the first requirement to describe the concepts and types of electronic services, while ensuring the definition of the Iraqi Islamic Bank, and the second requirement to indicate the impact of electronic banking services on the Iraqi Islamic Bank, and individual business services in particular.

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد:

فعنوان البحث هو: «أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي».

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من قبيل تسليط الضوء على الأعمال المصرفية العراقية، ومنها المصرف العراقي الإسلامي، وبيان مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الحركة المالية على المصرف العراقي الإسلامي ومنها الخدمات على مستوى خدمات الأعمال المصرفية، وقد اهتم الباحث على بيان مفهوم الخدمات المصرفية في المصرف العراقي الإسلامي من خلال المصادر المتيسره في المكتبات ومن خلال إفادة المصرف العراقي الإسلامي على بيان أهم الخدمات الإلكترونية كالصراف الآلي والبطاقة الإلكترونية وغيرها، ودراسة مدى تأثير هذه الخدمات على الحركة المصرفية والإدارية في المصرف العراقي الإسلامي.

أسباب اختيار البحث:

يعني هذا الموضوع بدراسة الأعمال المصرفية والخدمات الإلكترونية، ولرغد المكتبات التي تهتم بالأعمال المصرفية من خلال تقديم دراسة مفيدة، كما يأتي أسباب اختيار العنوان من أهمية المجال البحثي حيث يعد المصرف العراقي الإسلامي من المصارف الحكومية في العراق، والذي يعتمد على المبادئ والقواعد الشريعة والمقررة من فقهاء المسلمين حيث استمد المصرف العراقي الإسلامي ضوابط الأعمال مما قرره الشريعة الإسلامية.

أهداف البحث:

يهدف البحث على دراسة حركة الأعمال المصرفية والإدارية، ومنه المصرف العراقي الإسلامي، كما يهدف على دراسة الخدمات الإلكترونية على صعيد خدمات أعمال المصرف، وإن من أهداف البحث هو بيان مدى مفهوم الخدمات الإلكترونية في المصارف الإسلامية والتعريف بالمصرف العراقي الإسلامي، ومن ثم بيان مدى تأثير الخدمات الإلكترونية على أعمال المصرف العراقي الإسلامي.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والاستقرائي حيث يعد من أكثر المناهج انسجاماً مع طبيعة وأهداف الدراسة الحالية، ويبنى هذا المنهج على : دراسة نظرية وعملية لبناء الإطار المعرفي من خلال الاستفادة من المراجع والمصادر المتنوعة ما بين الكتب والمقالات والأبحاث والأوراق العلمية المحكمة المنشورة في الدوريات أو المؤتمرات والندوات سواء الموجودة في المصرف العراقي الإسلامي أو المنشورة في قواعد البيانات

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.

الأسئلة الافتراضية للبحث:

ما هو مفهوم الخدمات الإلكترونية وأنواع هذه الخدمات؟، ما هو تعريف المصرف العراقي الإسلامي؟. وما هو مدى تأثير الخدمات الإلكترونية على حركة أعمال المصرف العراقي الإسلامية وخدمة أعمال الأفراد؟، وإن جميع الأسئلة سنجيب عنها في طيات هذا البحث.

خطة الدراسة: وفيها:

المقدمة:

اشتملت المقدمة على عنوان، وأهمية البحث، وأسباب اختيار البحث، ومنهجية البحث وأهداف البحث كذلك.

-المطلب الأول: وفيه:

مفاهيم الخدمات الإلكترونية المصرفية، التعريف بالمصرف الإسلامي العراقي.

-المطلب الثاني: وفيه:

أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي.

-الخاتمة: وفيها: النتائج والتوصيات.

- قائمة المصادر والمراجع:

-المخلص بالعربي والإنكليزي:

المطلب الأول

مفاهيم الخدمات الإلكترونية المصرفية، التعريف بالمصرف الإسلامي العراقي

الفرع الأول: مفاهيم الخدمات الإلكترونية المصرفية:

تعد توسعة الصناعات المصرفية مقارنة بالخدمات الأخرى في المجالات الإقتصادية المحلية لأغلب دول العالم؛ بشكل يتميز على باقي القطاعات وذلك بسبب قدرة القطاع المصرفي على مواكبة التطور الخدمي، والمساهمة مع المتغيرات التكنولوجية والاتصالات والخدمات الأخرى بكافة أنواعها، بينما صناعة الخدمات عامة لم تحظ بالاهتمام الكافي من طرف الإقتصاديين الأوائل رغم أهميتها، في حين أصبحت الخدمات في وقتنا الحاضر هي الصناعة الرائجة في معظم المجتمعات، ولما لها الأهمية الكبرى في كافة مجال الإقتصاديات بين العديد من دول العالم، حيث ظهر التسويق المصرفي لأول مرة في، (١٩٧٤م - ١٩٦٧م)، ثم فرنسا وأوروبا، وتطور في الفترة (١٩٧٣م، مصارف أمريكا في الفترة من ١٩٦٦م، وزاد الإهتمام به في السنوات والعقود الأخيرة نتيجة تزايد الإقتناع بأهمية توافر المعلومات عن الزبائن والأسواق كأساس لإتخاذ القرارات والتطوير من سياسات المصارف^(١).

«وإنما تعدى ذلك إلى تزايد الإهتمام بضرورة العمل وبشكل مستمر على تطوير سياسات البنوك وأساليبها حتى تزيد مقدرتها على مجابهة إحتياجات العملاء من جهة، ومتغيرات السوق من جهة أخرى»^(٢).

كما سعى التسويق المصرفي أيضاً؛ بالإهتمام من جانب المصارف الإسلامية، وتوسعت هي الأخرى في العالم مرتكزة على قدرتها على تحقيق إحتياجات عملائها من خلال عدم التعامل بالربا وتخفيف أثاره، وعدم التعامل مع المصرف بالطرق القديمة، وقد حظيت هي كغيرها من المصارف التجارية في الدول النامية بفرصة المساهمة في وضع السياسات أو تطوير التقنيات أو إيجاد الحلول للمشكلات المتعلقة بتقديم خدماتها باستخدام الخدمات الإلكترونية وخدمات الإنترنت، وبهذا فقد شهد عالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً كنتيجة منطقية لثورة التكنولوجية، بهدف تطوير أداء المصارف وفقاً للظروف المحاطة بها، وتتجسد بالوضوح في التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية^(٣).

(١) ينظر: حوكمة البنوك، حاكم محسن محمد، حمد عبد الحسين راضي، البازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م ص: ٨٤. وينظر: مصادر توفير

السيولة في البنوك الإسلامية، دكتور على سيد اسماعيل دار التعليم الجامعي، مصر-الإسكندرية، ٢٠٢٠م، ص: ٦٤.

(٢) التسويق المصرفي، عبد الكريم أحمد جميل، الجنادية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٥م، ص: ٧١.

(٣) ينظر: التسويق المصرفي، عبد الكريم أحمد جميل، الجنادية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م، ص: ٧٠-٧٥. ينظر: التسويق المصرفي، وصفي

عبد الرحمن أحمد النعسة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص: ٩٣.

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

وبسبب التحولات النوعية في الخدمات الإلكترونية والمؤثرة في سلوك العملاء؛ فإن الجهود المصرفية تتجه نحو خلق خدمات مصرفية جديدة، تسهل التعامل مع العملاء بشكل أسرع، كما تسهل عملية إجراء التبادل والتحول المالي بشكل أدق، خاصة وأن عدد غير قليل من المستهلكين إندفع بشكل كبير لإستخدام الخدمات المصرفية الحديثة التي تشبع متطلباتهم الغير متناهية، وتضمنهم بالحصول على أغلب الخدمات الأخرى التي يحتاجونها^(١).

إن كثافة التطور والنشاط بقطاع الخدمات المصرفية، وتزايد استخدام الإنترنت للأغراض التجارية، جعل جميع الإهتمامات تنصب على الجودة الإلكترونية؛ بأبعادها المختلفة، خاصة بعد أن أصبحت اتجاه الخدمات المصرفية إتجهاً سائداً كما نراه اليوم في المصارف، من أجل تقديم خدماتها إلكترونياً^(٢).

ولتتمكن البنوك من تنوع خدماتها وتطويرها بشكل يستوفي الإحتياجات والمتطلبات المتطورة والمتغيرة؛ فهي بحاجة إلى متابعة آخر المستجدات في التكنولوجيا المصرفية وتطويرها واستخدامها بالشكل المطلوب والدقة المتناهية؛ وبأقصى سرعة خاصة؛ وأن جودة الخدمات الإلكترونية ترتبط مباشرةً بجودة الخدمة المدركة؛ وأن أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية قد تؤثر ضمناً على جودة الخدمة المدركة لدى العملاء عن جودة الخدمات الإلكترونية التي يمكن أن تؤدي إلى استراتيجية تسويقية إلكترونية أكثر فعالية مع تقديم خدمات إلكترونية تتمحور على نهج ورغبة الأعضاء والحرص على ترك إنطباعاتاً رائعات لدى العملاء، ومعرفة النظريات التي تهتم بقياس جودة الخدمة المصرفية^(٣).

تصاحب المنافسة في مجال التجارة والأعمال المصرفية تغيرات عديدة في أنماط الخدمات التقليدية ناتجة عن البيئة التنافسية الحالية التي تتطلب استخدام التكنولوجيات الجديدة، ولم يكن النظام المصرفي مستثنى من مواكبة المفاهيم الحديثة في مجال الخدمات المصرفية وطريقة خدمة العملاء التي تغيرت في جميع أنحاء العالم، حيث بدأت المصارف العراقية في إعادة النظر في أعمالها التقليدية نتيجة التغيرات الإقتصادية والإجتماعية والمالية المستجدة على الساحتين المحلية والدولية، وتؤكد الدراسات أن العديد من المصارف تستخدم الإنترنت لتقديم الخدمات لعملائها ولتمنحهم القدرة على الإختيار بين البدائل، ولقد أصبح العملاء يستخدمون الإنترنت لإجراء معاملاتهم المصرفية كأحد الوسائل المفضلة لهم^(٤).

(١) ينظر: إدارة التسويق - منظور تطبيقي استراتيجي، على فلاح الزعبي دار اليازوري العلمية، ٢٠٠٨م، ص: ٨٩-٩٩.

(٢) ينظر: التجارة الإلكترونية، أ.د محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م، ص: ١٥٥-١٦٥.

(٣) ينظر: التخطيط التسويقي، د. بشير العلاق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع-٢٠١٩م، ص: ١-٢١.

(٤) ينظر: الصناعة المصرفية الاسلامية مداخل وتطبيقات، صادق راشد الشمري، اليازوري للنشر والتوزيع، ص: ١٤-٦٥.

اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

الخدمات المصرفية الإلكترونية كانت فقط لفحص الحسابات، بينما هي اليوم تشتمل على مجموعة واسعة من الخدمات، وأن التطور التكنولوجي سمح للبنوك ليس فقط بتقديم الخدمات القائم عليها فرع المصرف عبر الإنترنت، بل أيضاً خدمات جديدة ذات قيمة مضافة وتتوفر فقط عبر الإنترنت مثل التجارة الإلكترونية والوساطة، ومعلومات القوائم المالية وتنبيهات البريد الإلكتروني وخدمات الطرف الثالث كدفع الضرائب، وإدارة الفواتير كالكهرباء وغيرها^(١).

فعرّف الخدمات الإلكترونية المصرفية؛ بأنها إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى المصرف إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان»، أو أنها «قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات إتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة إتصال العملاء»^(٢).

هدفت خدمات الصيرفة الإلكترونية إلى وسيلة لتعزيز حصة البنوك في السوق المصرفي، تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطات البنوك داخل وخارج الحدود الوطنية، وسيلة لتخفيض التكاليف، إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها المصرف دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة، حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي زمان أو مكان^(٣).

تنوعت أشكال الخدمات الإلكترونية المصرفية إلى عدة أنواع وهي ما تلي:

١. آلة الصراف الآلي: «هو جهاز الكتروني يوفر لعملاء المؤسسات المالية إجراء المعاملات المالية في الأماكن العامة كبديل عن الحاجة إلى موظف»^(٤).
٢. خدمة الرسائل البنكية: «تعتبر خدمة الرسائل البنكية من الخدمات المجانية المقدمة للعملاء على مدار الساعة لتلبية احتياجاتهم وإدارة معاملاتهم المصرفية المختلفة دون الحاجة إلى موظف»^(٥).
٣. الصيرفة المنزلية: «وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان، والذي يتصل

(١) ينظر: المحاسبة المالية، أ.د. غالب الرفاعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص: ١٢-٣٨.

(٢) ينظر: إدارة العمليات المصرفية: العادية، غير العادية، الإلكترونية، محمد الصيرفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، ص: ٢١٣-٢٥٥.

(٣) ينظر: اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية، خالد احمد على محمود، دار الفكر الجامعي، مصر- الاسكندرية، ٢٠١٨م، ص: ٣٤٩.

(٤) اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية، خالد احمد على محمود، ٣٥٩.

(٥) التسويق الإلكتروني/ عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، يوسف احمد ابو فارة دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م، ص: ٧٠.

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر أو رقم سري أو كليهما لاتمام العمليات المصرفية المطلوبة وهذا يضمن السرية العالية في التعامل»^(١).

٤. نقاط البيع الإلكتروني: «وهي الآلات التي تنشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم على حسابه الإلكتروني»^(٢).

٥. الصيرفة المحمولة: «وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابة للاستعلام عن أرصده وكذلك للخصم منه وتنفيذا لأي من الخدمات المطلوبة»^(٣).

٦. الصيرفة الهاتفية: «إذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز الاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح اداء الخدمات المصرفية هاتفيا وباستخدام رقم سري وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة»^(٤).

٧. التلفزيون الرقمي: «هو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك أو شبكة الانترنت، حيث يتم التفاعل مع الزبائن في المنزل خصوصا ربات البيوت، لا سيما في حالة عدم قرض جهاز حاسوب»^(٥).

٨. بنوك الإنترنت: «وتعد الأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال الخدمة المصرفية الالكترونية بفضل اتساع شبكة الانترنت»^(٦).

الفرع الثاني: التعريف بالمصرف الإسلامي العراقي:

تأسس المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية وهو أول مصرف عراقي اسلامي بموجب قرار مجلس قيادة الثورة السابق المرقم ٢٠٥ عام ١٩٩٤م، وبلغ رأسماله المكتتب به عند التأسيس حوالي ١١٦ مليون دينار عراقي وبلغت نسبة مساهمة المؤسستين فيه ٩٠٪ وتم تسديد ٢٤٪ من قيمة الأسهم وفتح أول فرع ببغداد في ٢٥ / ٤ / ١٩٩٤م ولقد تمت مضاعمة رأس المال عام ٢٠٠٠م إلى ٢٥٩ مليون دينار عراقي وأخيرا أصبح ١٠ مليارات دينار عراقي، وباشر عمله بالاستثمار في عدة مجالات كالمزاجعة والمشاركة وإدارة المحافظ الاستثمارية

(١) إدارة العمليات المصرفية: العادية، غير العادية، الإلكترونيّة، محمد الصيرفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، ٢٠١٦م، ٢١٨.

(٢) إدارة العمليات المصرفية، محمد الصيرفي، ٢١٨.

(٣) إدارة العمليات المصرفية، محمد الصيرفي، ٢١٨.

(٤) الادارة الالكترونية، د. سعد غالب ياسين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م، ص: ٢١٢.

(٥) الأعمال المصرفية الإلكترونيّة، عبد الهادي مسعودي، ص: ٢٥.

(٦) المصدر نفسه.

اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

وقبول الودائع النقدية وفتح الحساب الجاري والتعامل بالعملات الاجنبية والاعمال المصرفية التي تتناسب مع أحكام الشريعة^(١).

لقد كانت الدوافع وراء إنشاء ذلك المصرف هي اثبات الهوية الاسلامية للبلد ومحاولة دعم وتعزيز الاقتصاد الوطني من خلال تحفيز المستثمرين الذين لا يرغبون بالاستثمار عن طريق اخذ الفوائد الربوية، وتمكين اصحاب رؤوس الأموال على اقامة مشاريعهم الانتاجية عن طريق الشراكة بين المصرف والمستثمر والاستفادة من التمويل المصرفي، بدأ المصرف العراقي الاسلامي مزاوله نشاطه بكامل صلاحياته من قبل البنك المركزي العراقي يوم ٢٣ فبراير ١٩٩٣م، وعمل المصرف على مشاركة عجلة التنمية الاقتصادية والنمو في البلاد، يقود المصرف العراقي الإسلامي طليعة المصارف الأخرى في العراق كونه أول مصرف اسلامي، يعمل عن طريق ابتكار وتطوير المعاملات المصرفية الدارجة في العراق وخاصة في ظل الإطار السياسي والإقتصادي الراهن، وفقاً لأنظمة وأحكام الشريعة الإسلامية بدأ المصرف العراقي الإسلامي من خلال فرعه الرئيسي، بمشاركة المصارف الحكومية العاملة آنذاك في تقديم الخدمات المالية للأفراد والشركات، وبدأ أيضاً الاستثمار في مختلف القطاعات الإستثمارية وفقاً لأحكام وأنظمة الشريعة الإسلامية منذ التأسيس سعى المصرف العراقي الإسلامي لترسيخ وتأكيد القيم الإسلامية في التعاملات المالية والمصرفية^(٢).

المطلب الثاني: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي:

يهتم موضوع هذا المطلب بوجود الخدمات الإلكترونية المصرفية وأثرها على المصرف الإسلامي العراقي وحصراً تسليط الضوء على الخدمات المصرفية للأفراد، ففي ظل اتجاه العالم نحو الحداثة الرقمية الإلكترونية بكافة أشكالها، لا سيما المالية منها، فقد لعبت صناعة الخدمات المالية دوراً هاماً في إقتصاديات وأسواق الدول المختلفة، الأمر الذي يتطلب من البنوك فهم وجود الخدمات المصرفية المقدمة، ودراسة توقعات العملاء لجودة الخدمات المصرفية المتعلقة بالمصارف المالية وطرح المفاهيم المتعلقة بالخدمات الإلكترونية المصرفية، ومن هنا الكشف عن النقاط الأساسية في أبعاد وجود الخدمات الإلكترونية التي لا بد من الأخذ بها في الاعتبار للتكيف مع التطورات المستقبلية ومواكبتها، بحيث يسهل على إدارة البنوك والزبائن التحول من التعامل بالأسلوب التقليدي إلى الأسلوب الإلكتروني، والذي صار مشكلة من مشكلات الإعاقة في فهم الزبائن للتعاملات

(١) ينظر: المصارف الإسلامية، دراسة قانونية في أهم المستجدات الحديثة، مصطفى ناطق صالح مطلوب، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٩م، ص: ٣٧. وينظر: تنوع الخدمات المصرفية وأثرها في حجم الودائع، مروان عبد الرسول حمودي الغريزي دار الكتب والوثائق العراقية، ١٩٩٨م، ١٠-٢٠.

(٢) العلاقات العامة والمزايا التنافسية في المصارف، زينة محمود أحمد، ص: ١٣١. وينظر: المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، لعبد الرزاق رحيم الشمري، دار الكتاب الثقافي، ٥٢٦.

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

المصرفية الإلكترونية وكيفية الاستفادة منها، وبهذا فقد تعدت الخدمات المصرفية التسويق المصرف في الكلاسيكي، «وقد زاد إهتمام المصارف بالتسويق في العقود الأخيرة لعدة أسباب كزيادة اقتناع مسئولوا البنوك بأهمية وظيفة التسويق والدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الوظيفة في تحقيق أهداف المصرف من حيث الاستمرار هذه الوظيفة في تحقيق أهداف المصرف من حيث الاستمرار والاستقرار والنمو ومن هنا اكتسبت وظيفة التسويق أهميتها ومكانتها الشرعية كوظيفة أساسية في الهيكل التنظيمي للبنك»^(١).

سعى المصرف العراقي الإسلامي من بين البنوك الإسلامية إلى تطوير الخدمات المصرفية من خلال التعامل مع ثلاثة فئات أو أصناف خدمية إن صح التعبير، وهي: الخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية للأعمال، والخدمات المصرفية للإستثمار.

فاشتملت الخدمات المصرفية للأفراد على أهم الحسابات التي ينتفع منها العميل عن طريق الخدمات الإلكترونية وهي ماتلي:

١. حسابات الإدخار: «هي عبارة عن استثمار مال لدى المصرف الإسلامي ويفوض بتوظيفه في الأوجه الشرعية ويحق لصاحب الحساب الادخاري الاستثماري السحب منه في أي وقت»^(٢).

استناداً إلى مبدأ المضاربة الإسلامي، تستطيع الحصول على عوائد من تقاسم الأرباح، وهذا يعني أيضاً؛ أننا كلما كان أداء المصرف أفضل، ارتفعت نسبة ما تحصل عليه من أرباح، ويعد حساب الادخار من المصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية أفضل الحلول الإسلامية للعملاء الذين يرغبون في ادخار أموالهم مع إمكانية الحصول على أرباح وفق قوانين الشريعة الإسلامية السمحاء، كما يمكن للعملاء استخدام الحساب عن طريق الخدمات المصرفية لعملياتهم المصرفية^(٣).

١ - حسابات الجارية: هو عقد يتفق بمقتضاه شخصان على أن يقيدا في حسابٍ عن طريق مدفوعات متبادلة، ومتداخلة الديون الناشئة عن العمليات التي تتم بينهما من تسليم نقود أو أموال أو اوراق تجارية قابلة للتمليك وغيرها^(٤).

أبدى المصرف الإسلامي العراقي عدة ميزات للحسابات الجارية تساهم في خدمة العملاء، ومنها:

١ - يمكن فتح الحسابات بالدينار العراقي أو بالعملة الأجنبية وهو الدولار الأمريكي.

(١) التسويق المصرفي، عبد الكريم أحمد جميل، ص: ٧١.

(٢) المصارف الإسلامية، حسين حسين شحاتة، دار النشر للجامعات، ٢٠٠٩م، مصر - القاهرة، ص: ٣٩.

(٣) ينظر: الإدارة الاستراتيجية في المصرف الإسلامي، يونس ابراهيم التميمي، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م، ص: ١٣٣-١١٩. وينظر: الأعمال المصرفية والإسلام، مصطفى الأزهر، مجمع البحوث الإسلامية، ١٩٨٥م، ص: ٢٤٧.

(٤) ينظر: المسؤولية المدنية للبنك في الحساب البنكي، خليفة بن محمد الحضرمي، دار الفكر والقانون، مصر - المنصورة - شارع الجلاء، ٢٠١٥م، ص: ٤٠١.

اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

- ٢- لا يتم دفع الأرباح عن طريق رصيد الحساب، إنما انفردت بدفع الأرباح بشكل مستقل.
 - ٣- يمكن اصدار دفتر الشيكات وهي العقود المالية بناءً على طلب صاحب الحساب.
 - ٤- حرية السحب والايداع عن طريق الحسابات الجارية للرصيد الدائن للحساب^(١).
٢. حسابات الوديعة: هو عقد بمقتضاه يسلم العميل مبلغاً معيناً من النقود إلى المصرف الذي يلتزم برد قيمته دفعة واحدة، أو على دفعات عند الطلب أو عند حلول الأجل المتفق عليه إلى العميل ذاته أو إلى شخص يحدده العميل^(٢).
- لقد وجه المصرف الإسلامي العراقي لكافة العملاء التعامل مع الحسابات الوديعة من خلال الأفراد والشركات ومن أصحاب الأعمال والمشاريع الصغيرة والكبيرة، حيث يمكنهم الاستثمار عن طريق أموالهم بالعوائد مالية المجزية، ولفترات طويلة تصل لغاية السنتين، مع امكانية فتح الحسابات بالدينار العراقي أو بالعملة الأجنبية وهو الدولار الأمريكي^(٣).
٣. حسابات النخبة: «وهي الحسابات التي يقصد بها تشجيع صغار المستثمرين على المشاركة في عمليات الاستثمار عن طريق السماح لهم بالايداع والسحب المقيّد جزئياً حسب الشروط الخاصة بحسابات التوفير»^(٤).
 ٤. البطاقة الإلكترونية: يتعامل المصرف العراقي الاسلامي بالبطاقة الإلكترونية لتسهيل الخدمات الإلكترونية للزبائن، وهي تتنوع إلى أربعة أنواع ومنها:
 - ١- بطاقة الخصم المباشر: «هي التي تصدر للعملاء الذين يحتفظون بحسابات جارية أو توفير لدى المصرف المصدر للبطاقة، ذلك أن في هذا النوع من البطاقات يتم الخصم مباشرة من حساب العميل»^(٥)، وتتمتع بطاقة الخصم المباشر بحماية عالية، وتوفر الاستفادة منها محلياً وعالمياً، والتي يمكن استعمالها عن طريق المكائن الإلكترونية والصرافات الآلية، التي تحمل علامة / MasterCard. وتتمتع بطاقة الماستر كارد باستخدام آمن من خلال تقنية الشريحة الذكية، وأن عملة البطاقة في المصرف الإسلامي العراقي تحدد حسب عملة الحساب المربوطة عليه لدى المصرف وهي: «طريقة تستخدمها بعض الدول عند قيامها بربط سعر الصرف
-
- (١) ينظر: تحليل الاستثمار في المصارف الاسلامية : دراسة تطبيقية في المصرف العراقي الاسلامي، نزار حبيب عباس دار الكتب والوثائق العراقية، ١٩٩٨م، ص: ٢١-٤٣.
- (٢) ينظر: حساب المضاربة في المصارف الإسلامية، عبد الله محمد عبد الرحمن العجلان، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، ٢٠١٥م، ص: ٣٩.
- (٣) ينظر: الصناعة المصرفية الاسلامية مداخل وتطبيقات، صادق راشد الشمري، اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص: ٣٣٨.
- (٤) الصناعة المصرفية الاسلامية مداخل وتطبيقات، صادق راشد الشمري، اليازوري للنشر والتوزيع، ص: ٣٣٦.
- (٥) المقاصة في الفقه الإسلامي والقانون وتطبيقاتها المالية المعاصرة، فاطمة الفرحاني، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس / ط: ١، ٢٠١٩م، ٢١٣.

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

بعملة أخرى أو بسلة من العملات أو أي مقياس آخر مثل ربط العملة بالذهب^(١). والمكانات المربوطة بعملات الدول العالمية، وإمكانية إصدار بطاقات تابعة لأفراد العائلة، وتوفير البطاقة خدمة الرسائل القصيرة المجانية التي تتيح لك التواصل الدائم مع البطاقة^(٢).

٢- بطاقة الراتب: وهي التي تمكن الموظف في الدوائر الحكومية أو الشركات الأهلية من قبض راتبه ومن من خلالها يمكن للموظف استخدام البطاقة للسحب النقدي والتحويل المالي والمشتريات عن طريق؛ أي: جهاز بالعالم يحمل شعار شركة ماستر كارد^(٣).

٣- بطاقة السفر: يكون استعمالها في معظم دول العالم؛ للتبادل المالي من خلال السحب والشراء النقدي بكل سهولة، ولا يشترط وجود حساب من قبل المصرف العراقي الإسلامي، لإصدار بطاقات السفر، ويكون التبادل المالي بالعملة الأجنبية وهي الدولار أو تكون بالعملات المتعددة ومنها العراقية، للمساهمة في تطوير الخدمة الإلكترونية فيما بين العميل والمصرف^(٤).

٤- بطاقة الأنترنت: وهي بطاقة تهتم بالتسوق التجاري عبر الأنترنت، وتقوم بالمبادلات المالية فيما بين حساب العميل والشركات التجارية عبر الأنترنت وبالتعاون مع شركة ماستر كارد العالمية، حيث تمكن حاملها من استخدامها عبر جميع مواقع الأنترنت التي تحمل شعار MasterCard بشكل آمن، كما يمكن استخدام البطاقة في كافة مواقع التسوق العالمية بما فيها (PayPal، Ebay، Amazon، AliExpress) وغيرها من المواقع العالمية، فإن أن الصناعة المصرفية الإسلامية تستطيع أن تقدم خدماتها المصرفية الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت ضمن محورين وهما التوسط بين البائعين والمشتريين لإنجاز المعاملات المالية والطريقة الأكثر شيوعاً هي إنجاز المعاملات المالية عن طريق بطاقات الائتمان؛ إذ يجري إرسال تفصيلات بطاقة الائتمان عبر الأنترنت عندما يملأ المشتري نموذج الشراء هناك وسائل متطورة للدفع عبر شبكة الأنترنت كما ذكرنا هي البطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية وهناك الشيك الإلكتروني بالإضافة إلى بطاقات الائتمان التقليدية وفيما يلي تفصيل لوسائل الدفع الإلكترونية^(٥).

(١) تغير القيمة الشرائية للنقود الورقية، هایل عبد الحفیظ یوسف داود، المعهد العلمی للفکر الإسلامی، دار دراسات فی الاقتصاد الإسلامی: ٣٥. ص: ١٤٤.

(٢) هكذا أفاد المصرف العراقي الإسلامي للباحث من خلال اطلاعه الميداني في يوم ١٠/٧/٢٠٢٢م، الموافق يوم الأحد.

(٣) ينظر: الأعمال المصرفية الإلكترونية، عبد الهادي مسعودي، اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م، ص: ٦٢.

(٤) ينظر: تمويل الخدمات في المصارف الإسلامية باستخدام صيغة الإجارة الموصوفة في الذمة، لأحمد محمد محمود نصار، دار الكتب العلمية، ٢٠١٥م، ص: ٦٩-٧١.

(٥) ينظر: الاقتصاد الرقمي، أسامة عبد السلام السيد، دار عيذاء للنشر والتوزيع، ص: ٢٥١. وينظر: إدارة التسويق، وائل رفعت خليل، ص: ٢٨٩. وينظر: التسويق الإلكتروني، رائد محمد عبد ربه، الجنادرية، للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ص: ٦٦.

اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

٥. المنتجات الإسلامية؛ ومنها:

١- التكافل: التكافل هو مفهوم تأميني إسلامي يركز على المعاملات الإسلامية المصرفية، مع مراعاة قواعد وأنظمة الشريعة الإسلامية، وهو أن يكون المصرف الإسلامي العراقي في كفالة جماعة من الناس، وأن يكون كل قادر أو ذي سلطان كفيلاً في مجتمعه يمدّه بالخير، وأن تكون كل القوى الإنسانية في المجتمع متلاقية في المحافظة على مصالح الآحاد، ودفع الأضرار عنهم^(١).

٢- المربحة: هو أكثر عمليات التمويل الإسلامية شيوعاً في الوقت الحالي، والمربحة «هو بيع ما ملكه بما قام عليه وبفضل. فهو بيع للعرض-أي السلعة- بالثمن الذي اشترى به مع زيادة شيء معلوم من الربح»^(٢). وتتضمن المربحة شراء أصل معين من قبل المصرف العراقي الإسلامي بناءً على طلب العميل ثم بيعه إلى العميل بسعر يشمل ثمنه الأصلي ونسبة ربح متفق عليها^(٣).

٣- الإجارة: تملك المنافع بعوض، سواء كان ذلك العوض عيناً أو ديناً أو منفعة، ووفقاً لأحكام صفقة الإجارة فقد أفاد المصرف العراقي الإسلامي قيامه بشراء أصل معين من البائع ثم يؤجره للعميل لفترة زمنية متفق عليها فيما بين المتقاعدين مقابل أجرة محددة سلفاً^(٤).

٤- الاستصناع: بأنه طلب عمل شيء خاص، على وجه مخصوص، مادته من الصانع. فإذا قال شخص لآخر من أهل الصنائع: اصنع لي الشيء الفلاني بالأوصاف التالية بكذا درهماً، وقبل الصانع ذلك، كان ذلك استصناعاً؛ فقد أفاد المصرف العراقي الإسلامي بأن الاستصناع هو تعاقد على شراء البضائع التجارية حسب النوعية والمواصفات المتفق عليها؛ فيما بين المتقاعدين، حيث يتم دفع ثمن معلوم فيما بين الطرفين من قبل المصرف في وقت التعاقد أو تدريجياً وفقاً لدرجة تقدم أو إتمام العمل، وتستخدم المؤسسات المالية الإسلامية هذا النوع من العقود عادةً باعتبارها اتفاقاً مع العميل لتمويل حاجاته المختلفة من الصناعات والإنشاءات العمرانية، ويتولى المصرف العراقي الإسلامي الدفع مع الجهات المعنية بالتقاعد كاملاً أو وفقاً لاكتمال مراحل معينة من العمل، يقوم العميل بعد ذلك بالتسديد للمصرف على شكل أقساط وفقاً لإمكانياته المادية على السداد^(٥).

(١) ينظر: معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، لنزيه حماد، دار القلم - دمشق، ط: ١، ٢٠٠٨م، ص: ١٤٩.

(٢) معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، نزيه حماد، ص: ٤٠٩.

(٣) تنوع الخدمات المصرفية واثراها في حجم الودائع، مروان عبد الرسول حمودي الغريزي دار الكتب والوثائق العراقية، ١٩٩٨م، ص: ٦٥-٧٠.

(٤) ينظر: معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، لنزيه حماد، ص: ٢٠. وينظر: تمويل الخدمات في المصارف الإسلامية، أحمد محمد محمود نصار، ص: ٥-٢١.

(٥) ينظر: معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، لنزيه حماد، ص: ٥٥. وينظر: تمويل الخدمات في المصارف الإسلامية، أحمد محمد محمود نصار، ص: ٥-٢١.

م.م. قحطان ياسين جاسم العبيدي

وحسب اطلاع الباحث فقد أثرت الخدمات الإلكترونية بشكل إيجابي على أعمال المصرف العراقي الإسلامي حيث انتقل من التعامل التقليدي الكلاسيكي الذي كان يعتمد على الحضور الورقي إلى التعامل الإلكتروني كما هو موضح في المطلب، وتعد الخدمات الإلكترونية ثورة في عالم الإدارة الحديثة نتيجة لما قدمته من آثار إيجابية في تسهيل العمليات الإدارية، وتقليص وقت وتكلفة إنجاز المهام، وإتاحة المعلومة في كل وقت، وتطوير الأداء الوظيفي، ورفع مستوى الكفاءة والإنتاجية للمصرف من خلال توظيف التقنية ونظم المعلومات في دعم عملية الإدارة، ولا تقتصر فوائد الإدارة الإلكترونية على النواحي الإدارية إنما تمتد إلى النواحي الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للمنظمة، الأمر الذي جعل دراستها ودراسة آثارها من الموضوعات المهمة التي لا بد من إلقاء الضوء عليها.

الخاتمة والنتائج

أختم عمل البحث بالحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وأما بعد:

فقد توصل الباحث على أهم النتائج البحثية ومن بين تلك النتائج هو التوصل إلى عنوان مختص بالمصارف الإسلامية وهو أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصرف الإسلامي العراقي.

وتوصلت الدراسة على إنشاء مقدمة تتألف من أهمية البحث، وأهداف البحث، وأسباب اختيار عنوان البحث، مع توضيح المنهجية البحثية، وبيان خطة البحث.

كما توصلت الدراسة على تكوين مطلب يهتم بالمفاهيم الخدمية الإلكترونية وبالتعريف بالمصرف العراقي الإسلامي، واستطاع الباحث بيان مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على حركة المصرف العراقي الإسلامي.

كما استطاع بيان أهم أنواع تلك الخدمات المصرفية، وكذلك الدعم الذي يقدمه المصرف العراقي الإسلامي؛ لتعزيز أعمال الخدمات الفردية.

وقد بينتُ حيث تعد الأعمال المصرفية الالكترونية الأساس الذي تركز عليه مجالات تحديث وعصرنة الادارة المصرفية، وأن مسيرتها تؤشر على بداية المسار الصحيح التي تعنى بخلق المستقبل والتأثير في اتجاهاته من خلال استثمار فرص النمو التي تظهر في بيئة الأعمال المرتبطة بالانترنت والأعمال الإلكترونية المباشرة المشهور بالعالم الرقمي، وسط الاعتماد على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة في العراق عموماً والمصرف العراقي الإسلامي على وجه الخصوص.

وأخيراً نتجت أعمال الباحث عن قائمة للمصادر والمراجع تبدأ من الألف وتنتهي بالياء مرتبة على طريقة الحروف الهجائية وليس الأبجدية، ثم أفرزت الدراسة على بيان ملخص باللغة العربية واللغة الإنكليزية بعدما وضعصفحة كاملة تهتم بالخاتمة والنتائج التي نحن في صدددها.

قائمة المصادر والمراجع

١. الإدارة الإستراتيجية في المصرف الإسلامي، يونس ابراهيم التميمي، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م.
٢. الادارة الالكترونية، د. سعد غالب ياسين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م.
٣. إدارة التسويق - منظور تطبيقي استراتيجي، على فلاح الزعبي دار اليازوري العلمية، ٢٠٠٨م.
٤. إدارة العمليات المصرفية: العادية، غير العادية، الإليكترونية، محمد الصيرفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، ٢٠٠٧م.
٥. الأعمال المصرفية الإليكترونية، عبد الهادي مسعودي، اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
٦. الأعمال المصرفية والإسلام، مصطفى الأزهر، مجمع البحوث الإسلامية، ١٩٨٥م.
٧. الاقتصاد الرقمي، أسامة عبد السلام السيد، دار عيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
٨. اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية، خالد احمد على محمود، دار الفكر الجامعي، مصر- الاسكندرية، ٢٠١٨م.
٩. التجارة الإليكترونية، أ.د محمد الفاتح محمود المغربي، دار الجنان للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م.
١٠. تحليل الاستثمار في المصارف الاسلامية : دراسة تطبيقية في المصرف العراقي الاسلامي، نزار حبيب عباس دار الكتب والوثائق العراقية، ١٩٩٨م.
١١. التخطيط التسويقي، د.بشير العلاق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع-٢٠١٩م.
١٢. التسويق الإليكتروني، رائد محمد عبد ربه، الجنادرية، للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠٠٦م.
١٣. التسويق المصرفي، عبد الكريم أحمد جميل، الجنادرية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م.
١٤. التسويق المصرفي، عبد الكريم أحمد جميل، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٥م.
١٥. التسويق المصرفي، وصفي عبد الرحمن أحمد النعسة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
١٦. تمويل الخدمات في المصارف الإسلامية بإستخدام صيغة الإجارة الموصوفة في الذمة، لأحمد محمد محمود نصار، دار الكتب العلمية، ٢٠١٥م.
١٧. تنوع الخدمات المصرفية و اثرها في حجم الودائع، مروان عبد الرسول حمودى الغريرى دار الكتب والوثائق العراقية، ١٩٩٨م.
١٨. حساب المضاربة في المصارف الإسلامية، عبد الله محمد عبد الرحمن العجلان، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، ٢٠١٥م.

 اثر الخدمات المصرفية الالكترونية على المصرف الاسلامي العراقي

١٩. حوكمة البنوك، حاكم محسن محمد، حمد عبد الحسين راضي، البازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م.
٢٠. الصناعة المصرفية الاسلامية مداخل وتطبيقات، صادق راشد الشمري، البازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م.
٢١. المحاسبة المالية، أ.د. غالب الرفاعي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع. ٢٠٠٩م.
٢٢. المسؤولية المدنية للبنك في الحساب البنكي، خليفة بن محمد الحضرمي، دار الفكر والقانون، مصر- المنصورة- شارع الجلاء، ٢٠١٥م.
٢٣. مصادر توفير السيولة في البنوك الإسلامية، دكتور على سيد اسماعيل دار التعليم الجامعي، مصر- الإسكندرية، ٢٠٢٠م.
٢٤. المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، لعبد الرزاق رحيم الشمري، دار الكتاب الثقافي، ٢٠١٢م.
٢٥. المصارف الإسلامية ودورها في رفع الكفاءة الانتاجية، د. الطاهر قانة، دار الخليج دار الخليج للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.
٢٦. المصارف الإسلامية، حسين حسين شحاتة، دار النشر للجامعات، مصر- القاهرة. ٢٠٠٩م.
٢٧. المصارف الإسلامية، دراسة قانونية في أهم المستجدات الحديثة، مصطفى ناطق صالح مطلوب، المركز القومي للإصدارات القانونية. ٢٠١٩م.
٢٨. معجم المصطلحات المالية والاقتصادية في لغة الفقهاء، لنزيه حماد، دار القلم - دمشق، ط: ١، ٢٠٠٨م.
٢٩. المقاصة في الفقه الإسلامي والقانون وتطبيقاتها المالية المعاصرة، فاطمة الفرحاني، دار الجندي للنشر والتوزيع، القدس/ ط: ١، ٢٠١٩م.