

الخدمات الالكترونية كمدخل لتحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية -دراسة حالة مصرف

الراجحي وبنك دبي الإسلامي

د.ميلود زنكري

ط. سارة بوالشعير

miloud.zenkri@univ-bba.dz

sarasamira1992@gmail.com

جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعربريج

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة

ملخص:

في ظل تعاظم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العصر الحاضر، أصبحت جودة الخدمات المصرفية المقدمة أحد أبرز الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو والبقاء لمؤسسات الخدمات عامة والمصارف الإسلامية خاصة، وعليه جاءت هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على دور الخدمات الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية والارتقاء بها لتلبية لاحتياجات ورغبات العملاء من جهة والمحافظة على قطاعيها السوقية من جهة أخرى، حيث تم التطرق إلى تحديد الإطار المفاهيمي للخدمات الالكترونية والمصارف الإسلامية، كما تم الحديث عن أهم المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية الإسلامية، ليتم في الأخير دراسة حالة كل من مصرف الراجحي وبنك دبي الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: الخدمات الالكترونية، جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، المصارف الإسلامية.

Abstract:

In light of the increasing use of information and communication technology in the present era, the quality of banking services provided has become one of the most powerful competitive weapons in securing the continuity, growth and survival of public service institutions and Islamic banks in particular, and accordingly this research paper came to shed light on the role of electronic services in improving the quality of Islamic banking services. And upgrading them to meet the needs and desires of customers on the one hand, and to maintain their market sectors on the other hand, where the definition of the conceptual framework for electronic services and Islamic banks was discussed, and the most important concepts related to the quality of Islamic banking services were discussed, so that in the end a case study of both Al Rajhi Bank and Dubai Islamic bank.

Key words: Electronic services, quality of banking services, Islamic banks.

JEL classification: G21, O33

عرفت السنوات الأخيرة طفرة تكنولوجية كبيرة في نظم المعلومات والاتصالات، والتي انعكست على كافة الأصعدة وشملت جميع القطاعات، وبدورها شهدت الصناعة المصرفية تحولا نوعيا غير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف كنتيجة منطقية للتقدم العلمي والتكنولوجي الذي شغل حيزا هاما في أعمال هذا القطاع، فبرزت أشكال جديدة في أداء المصارف لأعمالها وخاصة أسلوب إنجازها للخدمات المصرفية، وظهر ما يعرف باسم الخدمات الالكترونية، ونظرا للدور الحيوي الذي تقوم به هذه الخدمات على مستوى دعم كيان المصرف وبقائه واستمراره، فقد أدركت الإدارات في المصارف أهمية هذا الدور، وعمدت إلى إعادة النظر في سياساتها وابتكار خدمات مصرفية جديدة (الخدمات الالكترونية) ومتطورة ذات طابع تنافسي وتنوعها وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسيابها لتلبية متطلبات العملاء واحتياجاتهم بشكل كامل وبدقة وبأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن، ويساعدها على التكيف مع هذه التغيرات لإرضاء المتعاملين معها والارتقاء بالعمل المصرفي.

في خضم هذه المستجدات ونظرا لكون المصارف الإسلامية ليست بمنأى عن هذا التطور، فقد فرضت عليها هذه التغيرات الهائلة والمتسارعة بذل الجهود لمسيرة عصر الرقمنة والتقنيات المتطورة وفي طليعتها الأنظمة الحديثة للمعلومات والاتصالات، والتفاعل معها لإرضاء فئة المتعاملين الذين يريدون إتمام معاملاتهم المصرفية وفق متطلبات العصر ودون الخروج عن الأطر الشرعية الإسلامية، فقامت بتبني الخدمات الالكترونية لما لها من دور في رفع فعاليتها وزيادة كفاءتها وتحسين جودة خدماتها واكتساب ميزة تنافسية بما يحقق كسب رضا المتعاملين وثقتهم وزيادة معاملاتهم باعتبارهم المحور الرئيس لنشاط هذه المؤسسات، وليس هذا فحسب بل يتعداه إلى جذب شريحة أكبر من المتعاملين ويرفع حصتها السوقية ويضمن قدرتها على الاستمرار والبقاء في السوق المصرفية. فجودة الخدمات المقدمة تعتبر من أساسيات العمل المصرفي والسلاح التنافسي الأكثر تحقيقا للتميز والريادة، ويعد مصرف الراجحي وبنك دبي من أبرز المصارف الإسلامية التي أولت الاهتمام بتبني الخدمات الالكترونية لترقية وتحسين جودة خدماتها ودخول العصرنة من أبوابها الواسعة.

من هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل: ما مدى مساهمة الخدمات الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية؟

وللإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى العناصر الأساسية الآتية:

أولا: الإطار المفاهيمي للخدمات الالكترونية

عرف عالم الأعمال المصرفية تحولات جذرية من خلال الاتجاه إلى تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع ما أصبحت تتسم به سوق الصيرفة من تطورات تقنية وتكنولوجية سميت بالخدمات الالكترونية والتي تعتمد على الوسائط الالكترونية. وفيما يلي بيان لمفهوم هذه الخدمات وأهميتها ودوافع ظهورها ومنافذ توزيعها.

1- مفهوم الخدمات الالكترونية وأهميتها ودوافع ظهورها :

✚ مفهوم الخدمات الالكترونية :

هناك العديد من التعاريف التي أعطيت للخدمات الالكترونية نذكر منها:

عرفت الخدمات الالكترونية بأنها: "مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، وتشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات ومن أجل تحسين الربحية وتخفيض التكاليف" (رضوان، 1999، صفحة 10).

وهي أيضا: "كل العمليات التي أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها باستخدام الوسائل الالكترونية مثل الهاتف أو الحاسوب والصراف الآلي والانترنت.... وغيرها، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية" (سفر، 2006، صفحة 92).

وتتصف الخدمات الالكترونية بأنها:

- خدمات تتم عن بعد ودون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة؛
 - أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيودا جغرافية؛
 - أنها خدمات تقوم على التعاقد دون الحاجة إلى مستندات ورقية.
- #### ✚ أهمية الخدمات الالكترونية :

أصبحت الخدمات الإلكترونية تمثل الركيزة الأساسية للصناعة المصرفية، والعنوان الرئيسي للتعاملات المصرفية المستقبلية التي ستمكن العملاء من إتمام غالبية عملياتهم واحتياجاتهم دون الحاجة إلى زيارة فرع البنك من هذا المنطلق أدركت البنوك العاصرة أهمية تحقيق الترابط بين نجاح البنك وبين توجهه الإيداعي في مجال توظيف التكنولوجيا واستثمارها في التعرف على حاجات العملاء والسعي لتحقيقها بما يحقق الميزة التنافسية والمحافظة عليها، واستمراره في تحقيق مستويات أعلى من إشباع حاجات العملاء ورغباتهم.

وقد أسهمت الخدمات الإلكترونية في الارتقاء بمعايير وجودة الخدمات للعملاء وأتاحت قدرا أوسع من الفاعلية في تنفيذ العمليات بشكل فوري ومباشر، فضلا عن اتساع مظلة الخدمات التي باتت من الممكن تنفيذها بواسطة القوات المصرفية الإلكترونية المختلفة ، إلى جانب ما أسهمت به تلك القنوات من رفع معدلات الحماية وتقليص احتمالات الأخطاء التشغيلية التي قد تحدث من العنصر البشري، إذ أن كافة الخدمات الإلكترونية تخضع لسلسلة دقيقة من الإجراءات ومراحل التدقيق لتأكيد على سلامة العمليات (قاحوش، 2001، صفحة 36).

✚ دوافع ظهور الخدمات الالكترونية :

إن ظهور خدمات الصيرفة الالكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها ما يلي (بن صالح، 2021، صفحة 67)

- ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي.
 - التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة الانترنت، والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية خاصة في استراتيجيات وأساليب عمل المصارف.
 - تناقص دور المصارف في مجال انفرادها بتقديم الخدمات المالية، فقد تزايد عدد المنافسين ومنها شركات الخدمات المالية فير المصرفية بحيث وجدت الفرصة متاحة أمامها لتقديم نوع جديد من العمليات التي يحتاجها الزبائن متوسطي الدخل والذين لم يحصلوا على الخدمات المصرفية المرغوبة في السابق، ويرغبون في استثمارات ذات مردود أعلى إلى جانب بساطة وسهولة التعامل (طربية، 2001، صفحة 128).
 - المنافسة الشديدة بين البنوك مع بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية، حيث اكتسبت هاته المنافسة أبعاد دولية في تحرير التجارة العالمية. Sa&At2019YAYA
 - ولوج العديد من المؤسسات التجارية والاقتصادية سوق الأعمال المصرفية، ومن أمثلة ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة طارت يستخدم عند التسوق فيها، وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.
 - وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك أو غيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية وذلك لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة ريفية المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات
- 2- منافذ توزيع الخدمات الالكترونية :

تماشيا مع التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حرصت البنوك على مواكبة تطورات وسائل العمل المصرفي الالكتروني واستعمال القنوات الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية، فظهرت منافذ توزيع عديدة تقدم خدمات مصرفية بالشكل المناسب حتى تفي بحاجات ورغبات العميل. ومن أبرزها:

• خدمات آلات الصراف الآلي :

وتشكل أكثر الوحدات الالكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة البنكية، وهي أجهزة اتصال محوسبة تمكن عملاء المؤسسات المالية من الوصول للخدمات المقدمة من قبل تلك المؤسسات، بحيث يتم التعرف على العميل بمجرد إدخال البطاقة البلاستيكية ذات الشريط الممغنط ويحتوي على رقم البطاقة وبعض المعلومات الأخرى مثل: تاريخ انتهاء الصلاحية، رقم التعريف الشخصي الذي سبق إدخاله من قبل العميل للجهاز (الحكيم، 2012، صفحة 13)، ويتم نشر تلك الآلات بالأماكن المختلفة وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، وتستخدم للحصول على العديد من الخدمات مثل: السحب والإيداع النقدي، وإيداع الشيكات ودفع الفواتير، الاستفسار عن الرصيد والتحويل ما بين الحسابات، الاستفسار عن أسعار العملات... الخ (المساعد، 2003، صفحة 326).

• خدمات الصيرفة المنزلية :

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان آخر، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر أو رقم سري أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة، وهذا يتضمن السرية العالية في التعامل (الحداد و شقيري، 2012، الصفحات 64-65)

• خدمة الرسائل المصرفية :

وتسمح هذه الخدمة للعميل بمتابعة كافة العمليات المصرفية التي تمت على حساباته الشخصية أولاً بأول من خلال استلامه رسائل نصية من المصرف على هاتفه النقال تبلغه فيها بنوعية المعاملة التي تمت على حسابه خلال دقائق من إجراءاتها، ومن أهم الرسائل تحويل الراتب، التحويلات بين الحسابات، الإيداع النقدي، السحب النقدي، معاملات بطاقات السحب الآلي ومعاملات استخدام بطاقة الائتمان.

• خدمة البنك الهاتفية :

وهي خدمة تقدمها البنوك لعملائها، حيث تمنحهم حق الاتصال الهاتفي بالبنك من خلال رقم مخصص مرتبط بالحاسوب المركزي للبنك، ويطلب بعد ذلك من العميل إدخال رقمه السري على جهاز الهاتف، ثم يطلب العملية التي يريدتها، فتتجزئ بذلك العملية دون الحاجة للحضور الشخصي للبنك، مما يتيح الفرصة لعملاء البنك بالتحكم في حساباتهم وإجراء عمليات الدفع وتحويل الأموال من أي مكان حول العالم بواسطة هواتفهم الجواله (Bechir, 2017, p. 03).

• نقاط البيع الالكترونية:

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والحديثة بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه الكترونياً بإدخال هاته البطاقة داخل هاته الآلات المتصلة الكترونياً مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أن تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونياً.

• خدمة السويفت :

هي عبارة عن شبكة اتصالات متطورة ما بين البنوك تعالج معاملات تحويل الأموال في كافة أنحاء العالم وتعمل على ربطها وتوفر لها الاتصال بسهولة وسرعة وأمان، بحيث تكون مربوطة بخدمة المقاصة ومراقبة من قبل البنوك المركزية وهذا من أجل تسهيل عمليات الاتصال مع البنوك العالمية (Aglietta & Scialom, 2002, p. 04).

• خدمة السويتش الالكتروني :

هو عبارة عن خدمة تتمثل في الربط بين فروع المصرف الواحد، بحيث يتمكن العميل من السحب أو الإيداع في حسابه لدى أي فرع، دون وجوب حضوره إلى الفرع الذي فتح فيه حسابه وكذلك الأمر بالنسبة للشيكات، كما تتمثل هذه الخدمة في الربط بين المصرف والمصارف الأخرى، للتحويل منه واليه وتبادل الرسائل المالية وغير المالية الكترونياً عبر نظام مستقر وعلى درجة عالية من الإتقان (شافي، 2007، صفحة 71).

• الصيرفة عبر شبكة الانترنت :

تسمح هذه الخدمة لعملاء المؤسسات البنكية بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الالكترونية التي تشغلها المؤسسة البنكية عبر الانترنت، حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الآمنة للعملاء الذين يحوزون على بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم البنكية من أي مكان وعلى مدار الساعة، ومن أهم هذه المعاملات نجد: التحقق من أرصدة الحسابات، فتح حسابات جديدة، تحويل الأموال بين الحسابات ودفع الفواتير الكترونياً، تسديد فواتير بطاقات الائتمان، شراء أو بيع الاستثمارات وغيرها (معهد الدراسات المصرفية ، 2013، صفحة 03)

ثانياً: مدخل نظري للمصارف الإسلامية وجودة خدماتها

تعتبر المصارف الإسلامية الركيزة الأساسية لتطبيق العمل المصرفي الإسلامي، وقد ظهرت كثمرة للصحوة الإسلامية التي دعت إلى ضرورة التخلي عن التعامل مع المصارف التقليدية التي يتركز نشاطها على الربا المحرم ، وبذلك تعد منافساً قوياً للبنوك التقليدية رغم ما تتميز به من اختلاف في طبيعة العمل والأسس التي تقوم عليها وكذا الأهداف التي ترمي إلى تحقيقها. وقد أصبحت مواكبة التطورات التكنولوجية من أهم المداخل الرئيسية لتطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية.

1- ماهية المصارف الإسلامية :

✚ تعريف المصارف الإسلامية وأهميتها وأهدافها:

عرفت المصارف الإسلامية في اتفاقيات إنشاء الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية في الفقرة الأولى من المادة الخامسة عند الحديث عن شروط العضوية في الاتحاد كالاتي: "يقصد بالبنوك الإسلامية في ذلك النظام تلك البنوك والمؤسسات التي ينص قانون إنشاءها ونظامها صراحة على الالتزام بمبادئ الشريعة، وعدم التعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً" (الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، 1977، صفحة 10).

والمصارف الإسلامية هي: "كل مؤسسة بنكية لتجميع الأموال وتوظيفها وفق مقتضيات الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع متكافل بأحكام التكافل الاجتماعي، وتحقيق عدالة التوزيع، ووضع المال في مساره الصحيح لتحقيق التنمية" (الجنيدل و أبودية، 2009، صفحة 28).

وترجع أهمية وجودها إلى تلبية رغبات المجتمعات الإسلامية في إيجاد قنوات للتعامل المصرفي دون استخدام أسعار الفائدة، وإيجاد مجال لتطبيق فقه المعاملات في الأنشطة المصرفية واعتبار المصارف الإسلامية التطبيق العملي أساسا للاقتصاد الإسلامي (وهبه و كلاكش، 2011، الصفحات 15-16).

وبغرض تحقيق رسالة المصرف الإسلامي في تقديم الخدمات المصرفية والاستثمارية في ضوء الشريعة الإسلامية ولتلبية حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق رضاهم لابد من الوصول إلى أهداف عديدة منها:

- الأهداف المالية: وتمثل في جذب الودائع وتنميتها، استثمار الأموال وتحقيق الأرباح.
- الأهداف الخاصة بالمتعاملين: ينبغي على المصرف الإسلامي الحرص على أهداف المتعاملين معه، ومنها: تقديم الخدمات المصرفية، توفير التمويل للمستثمرين، وتوفير الأموال للمودعين.
- الأهداف الداخلية: ونذكر منها: تنمية الموارد البشرية، تحقيق معدل النمو، والانتشار جغرافيا واجتماعيا.
- الأهداف الابتكارية: وهي تقديم العديد من التسهيلات المصرفية وتحسين مستوى أداء الخدمات المصرفية والاستثمارية في ظل المنافسة لغرض جذب أكبر عدد من الزبائن وتشمل: ابتكار صيغ للتمويل، ابتكار وتطوير الخدمات المصرفية.

✚ الأسس التي تحكم عمل المصارف الإسلامية :

المصارف الإسلامية عبارة عن مؤسسات مالية تزاوّل النشاط المصرفي والاستثماري في ظل تعاليم الإسلام وفي حدود نطاق الضوابط الشرعية الإسلامية وانطلاقا من هذا المفهوم فإن للمصارف الإسلامية من الأسس والضوابط ما يميزها عن غيرها وأهم هذه الأسس ما يلي:

▪ استبعاد التعامل بالفائدة :

إن أول ما يمتاز به المصرف الإسلامي عن المصارف الأخرى، هو إسقاط الفائدة الربوية من كل عملياته وتعد هذه الخاصية المعلم الرئيسي والأول للمصرف الإسلامي، ودونها يصبح هذا المصرف كأى مصرف ربوي آخر لأن الإسلام قد حرم الربا بكل أشكاله وشدد العقوبة عليه (سمحان و يامن، 2011، صفحة 157).

▪ الالتزام بالمعاملات المالية الحلال:

ومقتضاه أن تكون المعاملات المالية التي تتم في إطار العملية الاستثمارية مشروعة ومطابقة لأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية من حيث الوسائل والأهداف بمعنى آخر "مشروعية الغاية ومشروعية الوسيلة" فقد تكون الغاية مشروعة ولكن الوسيلة غير مشروعة كالغش والربا والرشوة، والتزوير، والسرقه، والغرر والجهالة والتدليس فكلها معاملات حرام تؤدي إلى كل أموال الناس بالباطل ومنه فكل ما ينتج عنها حرام بالنتيجة كما قد تكون الوسيلة مشروعة كأحد أساليب الاستثمار الأموال المعروفة من مضاربة ومرا بحة وغيرها ولكن الغاية منها محرمة كاستيراد أو إنشاء مصنع لإنتاج الخمور أو بيع لحوم الخنزير. (بوحلاسة، 2014، صفحة 27).

▪ الالتزام بقاعدة الغنم بالغرم:

أي إذا دخل عنصر من عناصر الإنتاج في العملية الإنتاجية على أساس المشاركة في الربح الناتج لا على أساس الأجر الثابت فعليه أن يقبل المخاطرة، أي أن نضمن ما قد يحدث من نتائج سلبية ويتحمل مقابل استحقاقه لنصيب من الربح إذا تحقق، وهذا هو معنى الغنم بالغرم. (براني، 2013، صفحة 121).

■ الالتزام بالأخلاق الإسلامية في المعاملات:

تحرص المصارف الإسلامية على الالتزام بالأخلاق الإسلامية في تعاملاتها سواء مع المسلمين أو مع غير المسلمين وذلك من خلال: الرقابة الذاتية وحسن اختيار العاملين، الأمانة، اجتناب كل أساليب الغش والخداع والمكر والحيلة سواء في تحقيق الربح أو في توزيعه، التعامل الحسن مع العملاء عامة والمعسرين خاصة، اجتناب الاحتكار (بورقبة و زرارقي، 2015، صفحة 25).

■ الالتزام بالأولويات الإسلامية في التمويل والاستثمار:

ينبغي أن يقوم البنك بوضع أولويات لأنشطته الاستثمارية، بمستويات معيشية ثلاث: أولها مستوى الضرورة، التي تمثل حاجات أصلية للفرد وتمثل الحد الأدنى اللازم للبقاء، وثانيها: مستوى الكفاية أو الحاجات بمعنى الوصول في إشباع حاجات الفرد لحاجات من السلع والخدمات إلى مستوى معقول ومناسب، وثالثها مستوى الرفاهية أو التحسينات والتي تعني رغد العيش وسعة الرزق (براني، 2013، صفحة 123).

2- خدمات المصارف الإسلامية وأبعاد جودتها ومستويات قياسها:

✚ خدمات المصارف الإسلامية :

ويشير مفهوم الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية إلى قيام البنك الإسلامي بتقديم المنافع المالية والاستشارية لعملائه بما يلي احتياجاتهم ويحقق رغباتهم، ويعمل على تسيير المعاملات المالية والاقتصادية في المجتمع، وذلك مقابل أجر أو عمولة بمراعاة أن لا يشتمل ذلك على مخالفة شرعية أو شبهه بها.

هذا وتقدم المصارف الإسلامية كافة الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية ما عدا تلك الخدمات التي تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، ومن أهم الخدمات والأعمال ما يأتي (موساوي، 2016، صفحة 32)

❖ الأعمال المصرفية وفق أحكام الشريعة الإسلامية:

وتتبلور هذه الأعمال فيما يلي:

- قبول الودائع النقدية وفتح الحسابات الجارية، وحسابات الإيداع المختلفة وتأدية قيمة الشيكات المسحوبة وتفاصيلها، تحصيل الأوراق التجارية، وتحويل الأموال في الداخل والخارج وفتح الاعتمادات المستندية وتبليغها، وإصدار الكفالات المصرفية وخطابات الضمان وكتب الاعتماد الشخصي وبطاقات الائتمان وغير ذلك من الخدمات المصرفية؛
- التعامل بالعملة الأجنبية في البيع والشراء على أساس السعر الحاضر دون السعر الآجل، ويدخل في نطاق التعامل المسموح به حالات الإقراض المتبادل 'دون فائدة' للعملة المختلفة الجنس حسب الحاجة؛

- تقديم التسليف المحدد الأجل باعتباره خدمة مجردة عن الفائدة، إما بطريق خصم الكمبيالات التجارية قصيرة الأجل أو بطريقة الإقراض المقسط، وتمتنع في جميع الأحوال عن تقديم هذه الخدمة بطريق التسليف على أساس حساب جاري مدين؛
 - إدارة الممتلكات وغير ذلك من الموجودات القابلة للإدارة المصرفية على أساس الوكالة بالأجر؛
 - القيام بدراسات الجدوى الاقتصادية لحساب المتعاملين معه، وتقديم المعلومات والاستشارات لهم؛
 - القيام بدور الوصي المختار لإدارة الشركات وفقا للآراء الفقهية المعتمدة وبالتعاون المشترك مع الجهات الدينية ذات الاختصاص؛
 - القيام بأي أعمال مصرفية أخرى بعد موافقة لجنة الرقابة الشرعية.
- ❖ أعمال التمويل والاستثمار:

- تؤدي المصارف الإسلامية جميع أعمال التمويل والاستثمار على أساس أحكام الشريعة الإسلامية، وذلك من خلال:
- تقديم التمويل اللازم -كليا أو جزئيا- في مختلف الأموال والعمليات القابلة للتصفية الذاتية، ويشمل ذلك التمويل بالمضاربة والمشاركة المتناقصة وغير ذلك من صور مماثلة؛
 - توظيف الأموال التي يرغب أصحابها في استثمارها المشترك مع سائر الموارد المتاحة في الشركة، وفقا لأحكام المضاربة المشتركة، ويجوز للمنصرف في حالات معينة أن يقوم بالتوظيف المحدد حسب الاتفاق؛
 - استثمار الأموال في مختلف المشاريع المشروعة وفي مختلف القطاعات، شرط أن لا يتعدى مجموع استثمارات المصرف الدائمة من أمواله الخاصة نسبة 75% من مجموع رأس المال المدفوع واحتياطياته.

❖ الخدمات الاجتماعية :

- تقوم المصارف الإسلامية بدور الوكيل الأمين في تنظيم الخدمات الاجتماعية الهادفة إلى توثيق أوامر الترابط والتراحم بين مختلف الجماعات والأفراد، وذلك عن طريق الاهتمام بالمجالات الآتية:
- تقديم القرض الحسن للغايات الإنتاجية في مختلف المجالات؛
 - إنشاء وإدارة الصناديق المخصصة لمختلف الغايات الاجتماعية.

✚ جودة الخدمات المصرفية :

وتعرف جودة الخدمة المصرفية بأنها: القيمة التي يحصل عليها العميل، والتي تشبع احتياجاته وترضي توقعاته مثلما هو منتظر" (Eiglier & Langard, 1994, p. 26) وهي أيضا: "إرضاء لمتطلبات العملاء، ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على إتقانها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها إلى التفوق على متطلبات العملاء (الصرن، 2005، صفحة 32)". وأيضاً هي: "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها الزبون توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له" (الصميدعي و عثمان يوسف، 2014، صفحة 91).

- وينظر إلى جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر إحداهما داخلية والأخرى خارجية (التميمي، 2007، صفحة 103):
- وجهة النظر الداخلية: تركز على أساس الالتزام بالمواصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت على أساسها، وهي تعبر عن وجهة نظر الإدارة؛

▪ وجهة النظر الخارجية: تركز على جودة الخدمة المصرفية كما يدركها العملاء، فالجودة من الأساسيات التي تسبق رضا العميل وبالتالي احتفاظ المصرف به.

وتتمثل الأبعاد الأساسية التي تعبر عن جودة المصرفية المقدمة فيما يلي (بولودان، 2010، الصفحات 8-9):

➤ الاعتمادية: تعبر عن ثقة العميل بالمصرف، وعن مدى قدرة المصرف على الوفاء بالوعد المقدمة من قبله (أداء الخدمة بشكل أفضل وبأقل الأخطاء الممكنة):

➤ الاستجابة: ويتحدد هذا البعد من خلال قدرة ورغبة المصرف في المبادرة إلى مساعدة العملاء والرد الصريح على استفساراتهم، وإظهار الحماس تجاه العملاء، والسرعة في أداء الخدمة؛

➤ القدرة والمهارة في أداء الخدمة: ويعكس هذا البعد كفاءة الأداء، وكذا المعارف الخاصة بالعاملين والتي تمكنهم من إتقان مهامهم، وكذا الإلمام بظروف وطبيعة العمل وامتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة؛

➤ سهولة الوصول إلى الخدمة: وهي تعني مدى توافق الخدمة من حيث الزمان والمكان الذين يرغب فيهما العميل؛

➤ التعاطف مع العملاء (اللباقة): أي على مقدم الخدمة أن يتمتع بقدر من الاحترام والأدب والمحاذة المعبرة، فضلا عن الاحترام المتبادل؛

➤ الاتصال: ويعبر هذا البعد عن قدرة المصرف على تزويد العملاء بكل المعلومات الضرورية حول طبيعة الخدمة المقدمة، وكذا مخاطبته باللغة التي يفهمها.

➤ معرفة وفهم الزبون: ويعكس الجهد المبذول من المصرف للتعرف على احتياجات العملاء ورغباتهم؛

➤ الأمن: وتعكس خلو المعاملات مع المصرف من الشك والمخاطرة، أي امتلاكه لأجهزة السلامة والأمان للمحافظة على ممتلكات الزبائن؛

➤ المصداقية: ويمثل هذا البعد في قدرة المصرف على الالتزام بوعوده وأن يتعامل مع طلبات العميل بسرية تامة؛

التسهيلات المادية: بمعنى توفير التسهيلات المادية اللازمة لأداء الخدمة والمتمثلة في الوسائل والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة، المظهر المناسب للعاملين في المصرف، التصميم، التنظيم الداخلي للمصرف.

وهناك خمسة مستويات لقياس جودة الخدمات المصرفية يمكن تحديدها كالآتي (عرايبي و مديوني، 2011، صفحة 14):

➤ الجودة المتوقعة: من قبل العملاء والتي تمثل مستوى الجودة من الخدمات المصرفية التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من المصرف الذي يتعاملون معه؛

➤ الجودة المدركة: وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي تقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عال؛

- **الجودة الفنية:** وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل موظفي المصرف والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المقدمة؛
- **الجودة الفعلية:** التي تؤدي بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظف البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية؛
- **الجودة المرجوة:** للعملاء أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليه المصرف من عملائه عند تلقيهم لتلك الخدمات.

ثالثًا: دور الخدمات الالكترونية في تحقيق أهداف المصارف الإسلامية وأثرها في تحسين جودة خدماتها

1- دور الخدمات الالكترونية في تحقيق أهداف المصارف الإسلامية :

تساهم الخدمات الالكترونية في تحقيق أهداف المصارف الإسلامية من خلال ما يلي: (سحنون و منزري، 2020، الصفحات 1229-1230)

- التأثير على الهيكل التنظيمي، وتوفير دقة أكبر في الرقابة والمراجع الداخلية، وضمان سرعة انسياب وتدفق المعلومات، مما يسهل من عملية اتخاذ القرار السليم والصائب في المصرف الإسلامي؛
 - تطوير الخدمات وجعلها في متناول العملاء، يزيد من تعاملهم مع المصارف الإسلامية، مما يزيد من حجم الودائع المستقطبة واستثمارها؛
 - تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء، فالسرعة في انجاز وعرض المنتجات نتيجة تقرب المكان والاختصار في الوقت يؤدي إلى توافر الخدمة على مدار 24 ساعة وفي أيام العطل أيضا، وهذا ما يسمح لأي مصرف بالتواجد في جميع الأسواق وتحقيق الانتشار الجغرافي، مما يؤدي إلى خفض التكلفة فلا حاجة إلى زيادة الاستثمار في إقامة فروع كثيرة للمصرف وتكاليف إجراء مختلف العمليات من أوراق وأدوات مكتبية وغيرها هذا من جهة ويخفض ذلك أسعار الخدمات، ومن جهة أخرى تميزه بابتكارات متجددة باستمرار يحقق الجودة ويحسن ويوطد العلاقة مع العملاء ويسهل التواصل معهم مما يكسب المصرف الإسلامي ميزة تنافسية ويحسن أداءه ويتيح له توسيع قاعدة عملائه وبالتالي تحقيق الأرباح وضمان البقاء والاستمرارية؛
 - زيادة كفاءة موظفي المصرف والسرعة في انجاز مهامهم؛
 - المساهمة في توطيد العلاقة مع المصارف الأخرى والبنوك المركزية، عن طريق مثلا تبادل وتحويل الأموال الكترونيا والمقاصة الالكترونية، شبكة السويفت للتعامل مع المصارف في الخارج؛
 - زيادة مساهمة المصارف الإسلامية في تحقيق التنمية من خلال تشجيع التجارة الخارجية والداخلية وزيادة النمو الاقتصادي، وتحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي لأفراد المجتمع.
- 2- أثر الخدمات الالكترونية على تحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية:

3- يلجأ القطاع المصرفي للتجديد أي استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه، أما المستفيدين من الخدمات على الانترنت فينظرون إليها على أنها الزيادة في حرية الخدمات وتطوير الخدمات الاستشارية عن بعد.

إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، واللامحلية وكسب الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والأمنة وغير ذلك، كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية. وبالتالي فالمصارف الإسلامية التي تعتمد على قنوات التوزيع الإلكتروني من أجل زيادة ولاء ورضا العملاء، فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة (مولاي مصطفى، 2019، صفحة 196)، وفيما يلي أثر الخدمات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية:

➤ إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن:

من خلال وسائل الاتصال الإلكترونية التي تساهم في التعريف بالمصارف الإسلامية ونشر خدماتها على نطاق واسع بالشكل الذي يوفر لها القدرة على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن وكذا الحصول على حصص سوقية جديدة، أو على الأقل الاحتفاظ بحصتها السوقية الحالية (Bajou, 2008, p. 159)؛

➤ تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة :

نتيجة لانتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم أصبحت هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي مصرف من أدائها إلى زبائنه إلا إذا كان مصرفا الكترونيا لما تتميز به تلك العمليات من سرعة وكذا يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية بدلا من انتقال المتعامل إلى مقر المصرف شخصيا (الجنبيبي و الجنبيبي، 2005، صفحة 10)؛

➤ فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات :

إن التجديد في المؤسسات يهدف إلى فتح أسواق جديدة (محلية أو أجنبية)، فضلا عن زيادة الحصة السوقية من خلال قنوات التوزيع الجديدة التي تسمح بتأمين الخدمات للمستهلكين عبر مناطق جغرافية أوسع، وبالتالي التغلب على الأسواق جغرافيا. ومن هنا فإن المصارف الإسلامية التي تعتمد على قنوات التوزيع الإلكتروني، ستكون قادرة على كسر الحواجز المكانية والزمانية، وبالتالي غزو الأسواق (الانفتاح)، وهذا للحفاظ على عملائها، بل واستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية.

هذا وتساعد التكنولوجيا المؤسسات على تقديم خدمات أفضل لعملائها وبالتالي تنفي المنافسة وتتغلب عليها، لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولاً، أكثر تماسكا، أكثر ثراء وأكثر ابتكارا لكل من المؤسسة والعميل نفسه، فإن اعتماد المصارف الإسلامية على الانترنت في الواقع يتيح فرصا جديدة

لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية مطالبهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للمصرف التميز بالمقارنة بالمنافسين الرئيسيين (مولاي مصطفى، 2019، صفحة 197)

➤ تحقيق الميزة التنافسية:

توفر عملية تسويق المصرف لخدماته من موقعه عبر الانترنت فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية، فضلا على أن استخدام الانترنت تسهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية (بودي و بودي، 2011، صفحة 10)؛

➤ تخفيض النفقات:

تتيح هذه الخدمات تقليص التكاليف التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات، إذ لا يحتاج الزبون إلى الانتقال للبنك، مما يؤدي إلى عدم الحاجة إلى إنشاء فروع جديدة للبنوك، وخاصة في المناطق المعزولة جغرافيا، إذ يكفي إجراؤها عن طريق الخدمات الالكترونية للبنك، وذلك على سبيل المثال عن طريق الانترنت، الهاتف النقال، الرسائل القصيرة؛

➤ تعزيز العلاقة مع العملاء وتعميق الولاء:

إن اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت يسمح للمصارف الإسلامية بتعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات، هذه العلاقة تميل لتصبح أكثر تخصيصا، لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في المصرف والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام (مولاي مصطفى، 2019، صفحة 198).

كما تعمل الانترنت على زيادة فرص اتصال الزبون بمصرفه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بين الزبون والمصرف، ويخلق نوع جديد من الولاء له مما يساعده على المنافسة المحافظة على زبائنه الحاليين واستقطاب زبائن جدد (مسعودي، 2016، الصفحات 28-29).

رابعا: دراسة حالة مصرف الراجحي ومصرف دبي الإسلامي

يعد مصرف الراجحي ومصرف دبي من أهم المصارف الإسلامية التي تبنت الخدمات الالكترونية في محاولة منها لمسايرة التطور التكنولوجي الحاصل وتنويع خدماتها وتحسين جودتها بما يساهم في تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم ويمكنها من اكتساب ميزة تنافسية واستمرارية في دنيا الأعمال المصرفية.

1- دراسة حالة مصرف الراجحي:

➤ لمحة عن مصرف الراجحي:

مصرف الراجحي السعودي أحد أكبر المصارف الإسلامية في العالم، تأسس عام 1957، ويتمتع بخبرة تمتد لأكثر من 60 عاما في مجال الأعمال المصرفية والأنشطة التجارية، تم افتتاح أول فرع لمصرف الرجال في حي الديرة في الرياض عام 1957، بينما افتتح أول فرع للسيدات عام 1979، وقد حصل مصرف الراجحي على اسمه الحالي عام 2006، ولكن تم تأسيسه في الأصل كشركة صرافة في 1957 ثم تحول عام 1987 إلى مصرف تحت اسم شركة الراجحي للمصرفية للاستثمار، ويعد شركة سعودية مساهمة مقرها الرياض بالمملكة العربية السعودية، ويبلغ رأسماله 65 مليار ريال سعودي (6.67 مليار دولار) ويدير أصولا بقيمة 411 مليار ريال سعودي (165 مليار دولار أمريكي)، يمتلك مصرف الراجحي شبكة واسعة تضم أكثر من 570 فرعا، وأكثر من 4.794 جهاز صراف آلي، و 74.616 محطة طرفية للنقاط الطرفية، كما أن لديه أكبر قاعدة عملاء بين المصارف السعودية وهو مدرج في السوق المالية السعودية تحت رمز RJHI، وله فروع خارج المملكة في ماليزيا والأردن والكويت وغيرها (مصرف الراجحي ، 2021).

✚ الخدمات الالكترونية في مصرف الراجحي :

يعتبر مصرف الراجحي من أوائل المصارف المبادرة إلى مساندة تكنولوجيا الاتصالات الحديثة واستخدام مخرجاتها في تسريع العمل المصرفي، وتوفير خدمات للعملاء أكثر تميزا وتلبي تطلعاتهم. ومن أهم الخدمات الالكترونية التي يقدمها المصرف ما يأتي (مصرف الراجحي ، 2021):

❖ خدمة المباشر للأفراد:

هي خدمة مصرفية عبر الانترنت يقدمها مصرف الراجحي للعملاء لتمكينهم من القيام بمختلف أعمالهم المصرفية في أي وقت وأي مكان وبكل أمان وسهولة، تتيح هذه الخدمة: الاطلاع على تفاصيل حساب العميل، سداد الفواتير بمختلف الأنواع، الاطلاع على عمليات الاكتتاب المتاحة والمشاركة فيها، تحويل الأموال عبر أغلب بلدان العالم على مدار الساعة وبأفضل أسعار الصرف. الاطلاع على كشوف البطاقات الائتمانية والحصول على تفاصيل معاملات المالية وترتيبها ضمن فئات، تحديد سقف لبطاقة الائتمان أو بطاقة الخصم، أو إيقاف البطاقة إن تطلب الأمر.

❖ خدمة المباشر "للشركات":

هي خدمة إلكترونية أنشأها المصرف تسهل على مالك الشركة العميل تشغيل خدمات الشركة بحيث تكون جميع معاملات وبيانات الشركة محمية بأحدث تقنيات التشفير ووسائل التأمين، من خلال هذه الخدمة يمكن للشركات تحويل الأموال (التحويل بين حسابات الشركة في مصرف الراجحي، التحويل إلى مستفيدين لديهم حسابات في مصرف الراجحي أو مصارف محلية أو دولية أخرى، الحصول على أسعار صرف العملات الأجنبية، التحويلات الدولية من الحساب العملة الأجنبية إلى مستفيد حساب دولي بعملة مماثلة، إضافة مستفيد حساب دولي، سداد فواتير الخدمات المشتركة (خدمات المياه والكهرباء والاتصالات والجوال)، دفع رسوم خدمات وزارة الداخلية مثل رسوم التأشيرات والإقامة والمرور، تمنح للشركات نظام توزيع أرباح دقيق، خدمة نقاط البيع، خدمة تحويل الرواتب، التحصيل الفوري

والسهل لأقساط الخدمات والمنتجات المباعة، التحكم في صرف الشيكات التي تصدرها، استقبال رسائل نصية قصيرة على الهاتف الجوال لمالك الشركة بشأن المعاملات التي أجريت على جميع حساباته، الاطلاع على جميع الأوضاع النقدية والمعاملات في الوقت الحقيقي عبر جميع الحسابات التشغيلية لمالك الشركة.

❖ خدمة هاتف الراجحي (الهاتف المصرفي):

تمكن خدمة هاتف الراجحي من إنجاز معظم عمليات العميل المصرفية في أي وقت ومن أي مكان، من خلال الرقم الموحد للمصرف، وتتم هذه الخدمة من خلال الجوال أو الهاتف الثابت سواء كان العميل داخل الوطن أو خارجه، كما وتوفر على مدار الساعة، و365 يوماً في السنة.

يمكن للعميل من خلال خدمة هاتف الراجحي: الاطلاع على تفاصيل حساباته، تسديد فواتير الخدمات العامة (الاتصالات، الكهرباء، المياه)، تسديد فواتير كـ=مدفوعات سداد والمدفوعات الحكومية، التحويل إلى حسابات لدى مصرف الراجحي، إلى بنوك محلية، وإلى حسابات في بنوك خارجية، الاطلاع على كشوف البطاقات الائتمانية وسداد المبالغ المستحقة، تفعيل بطاقة العميل الائتمانية أو إلغاؤها وإعادة إصدار بطاقة وطلب بطاقة ائتمانية جديدة، الاستفسار عن أقساط تمويل العميل وتنفيذ السداد المبكر، شراء بطاقات الانترنت ADSL والهاتف وبطاقة أسعار الأسهم وغيرها، التحدث إلى مندوب أو مدير خدمة العملاء، إتاحة شراء بطاقات الاتصالات السعودية-الجوال المسبقة الدفع (سوا ولنا).

❖ خدمة الصراف الآلي ونقاط البيع :

▪ خدمة الصراف الآلي لمصرف الراجحي :

تعد شبكة الصراف الآلي لمصرف الراجحي الأكبر في المملكة حديثة ومجهزة بواجهات سهلة الاستخدام، وبانتشار يزيد عن 4700 جهاز في شتى أنحاء المملكة، وتتيح هذه الأجهزة لعملاء المصرف سحب الأموال وإيداعها بالريال السعودي أو الدولار الأمريكي، إضافة إلى إيداع النقد والشيكات، الاستعلام عن رصيد الحساب أو بطاقة الائتمان أو رصيد بطاقات الائتمان، دفع الفواتير والخدمات العامة، وسداد جميع الرسوم الحكومية، تقييد مشتريات نقاط البيع، الاكتتاب في الأسهم وبيعها، تحويل الأموال بين حسابات في مصرف الراجحي أو في المصارف المحلية أو الدولية وكذا الحسابات الخيرية، تحديث رقم الجوال الخاص بالعميل، وتغيير رقم التعريف الشخصي لبطاقة الخصم.

▪ خدمة نقاط البيع:

هي نظام لتحويل المبالغ إلكترونياً، إذ تمكن العميل من شراء السلع بواسطة بطاقة الصراف الآلي الخاصة به. يقوم هذا النظام بتحويل المبلغ المطلوب من حسابه في أي بنك إلى التاجر طالما حسابه وحساب التاجر معا ضمن الشبكة السعودية للمدفوعات مدى، وشبكة ماستر كارد وفيزا. من مزاياها: يقوم هذا النظام بالتحقق من الرصيد قبل إجراء المعاملة لضمان وجود رصيد كاف، على العميل أن يتأكد من حمله بطاقة الصراف الآلي فقط فهو ليس بحاجة للنقود،

تقبل المحطات الطرفية لدى المحلات التجارية البطاقات التي تعمل ضمن الشبكة السعودية للمدفوعات مدى، وشبكة فيزا وماستر كارد.

يملك مصرف الراجحي ما يزيد عن 87 ألف محطة طرفية لنقاط البيع موزعة في جميع أنحاء المملكة تخدم الاف العملاء في معاملاتهم اليومية.

❖ خدمة الفرع الآلي :

يعتبر الفرع الآلي الجديد خطوة جديدة في إنجازات المصرف على صعيد تنوع الخدمات المصرفية المقدمة لقطاع الأفراد، وقناة إلكترونية جديدة تساعد على نقل تعاملات العملاء الاعتيادية إلى فرع آلي مبتكر، ويقدم الفرع الآلي خدمات متكاملة تتيح لعملاء المصرف الاستفادة من مجموعة من الخدمات المصرفية على مدار الساعة وخارج أوقات العمل الرسمية للفروع.

من خلاله يمكن للعميل إصدار بطاقة الصراف الآلي فورية أو استخراج واحدة بدلا من أخرى منتهية الصلاحية أو تالفة، الحصول الفوري على دفاتر الشيكات دون الحاجة إلى طلب مسبق، سداد جميع الرسوم الحكومية وفواتير الخدمات العامة، تحويل الأموال محليا ودوليا على مدار الساعة وطوال اليوم، كشف حساب موجز، الاستعلام عن رصيد الحساب وأرصدة البطاقة، تحديث رقم الهاتف الجوال، الإصدار الفوري لبطاقات الخصم، إضافة مستفيد إلى أي حساب من حسابات العميل في مصرف الراجحي، عرض رقم الأيبان.

❖ خدمة سداد :

توفر خدمة سداد التي أطلقها مصرف الراجحي نظام مركزي لخدمات سداد الفواتير يتمتع بالثقة والمرونة والأمان والسرية، من خلال توفير الربط الإلكتروني بين المصارف ومصدري الفواتير بحيث تمنح العميل القدرة على دفع فواتيره ومدفوعاته عن طريق مختلف القنوات المصرفية وفي أي وقت. من أهم مميزات هذه الخدمة: توفير نظام اتصال مباشر وداعم لسداد الفواتير، الفواتير المسددة عن طريق المصارف يتم تحديثها مركزيا من خلال نظام سداد، تقليل انقطاع الخدمات نتيجة لتأخر السداد، السهولة وتوفير الوقت بسبب توفر عدد كبير من نقاط السداد، خدمة سداد مجانية، كما ويوفر مصرف الراجحي قنوات متعددة لسداد الفواتير والمدفوعات من خلال: الموقع المباشر للأفراد، تطبيقات الأجهزة الذكية، هاتف الراجحي، أجهزة الصرف الآلي، وشبكة فروع المصرف.

❖ خدمة الإشعارات الفورية (إشعار الراجحي):

خدمة إشعار الراجحي هي خدمة مجانية متاحة لجميع عملاء مصرف الراجحي عبر الرسائل القصيرة SMS والتي تبقى العميل على علم دائم بجميع الحركات المالية المنفذة من سحب وإيداع على حسابه الجاري.

2- دراسة حالة مصرف دبي الإسلامي :

لمحة عن بنك مصرف الإسلامي :

يعتبر مصرف دبي الإسلامي أكبر مصرف إسلامي في دولة الإمارات العربية المتحدة، جاء تأسيسه بموجب المرسوم الأميري الصادر عن حاكم دبي راشد بن سعيد آل مكتوم بتاريخ 12 مارس 1975، بغرض تقديم الخدمات المصرفية والخدمات المتعلقة بها وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، كان افتتاح المصرف رسميا في 15 سبتمبر 1975، وتم لاحقا تسجيله كشركة مساهمة عامة بموجب قانون الشركات التجارية رقم 08 لسنة 1984، وقد تم إدراجه في سوق دبي المالي "دي أي بي" (بنك دبي الاسلامي ، 2021)

الخدمات الالكترونية في مصرف دبي الإسلامي :

يقدم مصرف دبي الإسلامية مجموعة الخدمات الالكترونية التالية (بنك دبي الاسلامي ، 2021):

❖ الخدمات المصرفية عبر الانترنت :

ويراد بها وصول المتعامل إلى الخدمة من خلال الموقع الالكتروني لمصرف دبي الإسلامي، حيث يمكن للمستخدم الدخول عن طريق جهاز الكمبيوتر أو الهاتف المتحرك أو الأجهزة اللوحية ويمنح دليل المستخدم بالإضافة إلى إعطائه اسم خاص به وكلمة مرور لإتمام جميع معاملاته المصرفية المتاحة عبر الموقع، تمكن هذه الخدمة المتعامل من: تحويل الأموال محليا ودوليا أينما كان، إدارة تمويلاته من مدخرات وإنفاق، معاملات الدفع (دفع فواتير الخدمات (الكهرباء، الماء)، دفع وإعادة شحن فواتير الاتصالات وفواتير دو، دفع تذاكر الطيران، دفع التبرعات الخيرية وتأدية الزكاة...)، معاملات البطاقات (تفعيل البطاقة وإيقافها، التحويل النقدي على البطاقة، دفع مستحقات البطاقة، تغيير رقم التعريف الشخصي للبطاقة، تعديل تعليمات الدفع، إلغاء البطاقة...)، معاملات الحسابات (عرض/ تحميل كشوف الحسابات، طلب دفتر شيكات، فتح حساب الاستثمار/ حساب إيداع الوكالة...).

❖ الخدمات المصرفية عبر الهاتف :

هي مجموعة من الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك دبي الإسلامي لجميع أصحاب الحسابات من المتعاملين معه، من خلالها يمكن للعميل الوصول إلى حساباته وإجراء العديد من المعاملات، الاطلاع على معلومات وبيانات بطاقته الائتمانية، وبطاقة الخصم والخصم الشهري وتحويل المبالغ المالية لحساب بطاقته، تسديد الفواتير، فتح ودائع استثمارية، الإبلاغ عن البطاقات المفقودة أو المسروقة، تقديم شكاوى العملاء، وذلك عبر الخط الهاتفي للمصرف المخصص لهذا الغرض وهي متوفرة على مدار الساعة واليوم والأسبوع وطوال السنة. فيقوم بموجها المتعامل بالاتصال برقم الهاتف لإجراء المعاملات المصرفية على حساباته باستخدام رمز شخصي مقدم من البنك لهذا الغرض.

❖ الخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك:

هي عبارة عن تطبيق للهاتف الذكي متوافق مع أجهزة آيفون وأندرويد والتي توفر خاصية الدخول السهل لكل خدمات البنك المصرفية وذلك عن طريق تحميل التطبيق من متجر آبل أو بلاي، من أجل الدخول إلى خدمات البنك عن طريق التطبيق يحتاج العميل إلى رقم تعريف شخصي مكون من خمسة أرقام دون الحاجة إلى اسم المستخدم وكلمة السر، فكل ما يحتاجه هو رقم البطاقة ورقم التعريف الشخصي والرقم السري لمرة واحدة والذي سيتم إرساله للهاتف الشخصي المسجل في حساب العميل. من الخدمات المتاحة على هذا التطبيق: متابعة الحسابات والبطاقات والتفاصيل المالية، فتح حساب استثماري أو جاري، طلب لدفتر الشيكات، طلب كشف حساب على البريد الإلكتروني، وضع جدول سداد البطاقة، تفعيل بطاقة، إغلاق بطاقة، تحويل الأموال، دفع الفواتير، إدارة الإنفاق، متابعة أجندة البنط ومواعيد الدفعات...إلخ.

❖ الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة:

يحرص بنك دبي الإسلامي على وصول أي رسالة تتضمن إشعاراً إلى العميل بحيث تكون دقيقة وكاملة عبر الرسائل النصية القصيرة، وتسمح هذه الخدمة للعميل ب: دفع الفواتير، الاستفسار عن الرصيد، كشف الحسابات، استحقاقات الودائع، تفاصيل المرابحة، الاستفسار عن الراتب، تحويل الأموال بين الحسابات، التحويل من بطاقة الخصم أو الائتمان للحسابات، بطاقة الائتمان/ بطاقة الخصم، عمليات الشراء، السحب النقدي، الدفع لبطاقة الائتمان، تنبيهات تذكير، الشيكات المرتجعة.

❖ خدمة كشف الحساب الإلكتروني التفاعلي:

هو نسخة تفاعلية من كشف الحساب الورقي التقليدي الذي يقوم بعرض ملخص موحد لحسابات العميل، الإيداعات، دراهم الولاء، القروض التمويلية، والبطاقات في مستند تفاعلي واحد، حيث يتم التسجيل فيها عبر خدمة أون لاين المصرفية أو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك أو عن طريق زيارة أي من فروع بنك دبي الإسلامي في دولة الإمارات، من أهم مزايا الكشف أنه آمن تماماً فهو محمي بكلمة مرور يتم إرسالها إلى صندوق البريد الإلكتروني للمتعامل ويمكن الاطلاع عليه بسهولة.

❖ خدمة الموبايل البنكية USSD:

هي عبارة عن قائمة تفاعلية بين المتعامل والبنك، وهي متوفرة بغض النظر عن نوع الهاتف المستخدم، يتم التسجيل في الخدمة تلقائياً عند الاشتراك في خدمة الإسلامي للرسائل النصية القصيرة ولا يوجد أي تسجيل إضافي، تتيح هذه الخدمة للمتعاملين الاستفسار عن الرصيد، الاستفسار عن العمليات الخمس الأخيرة، تحويل الأموال بين حسابات بنك دبي الإسلامي، تسديد الفواتير، التقديم على خدمة الراتب المقدم سلفاً، معرفة تفاصيل آخر راتب، تفعيل البطاقة، تغيير اللغة، تغيير/إعادة تعيين رقم التعريف السري.

خاتمة:

أصبحت الخدمات الالكترونية ضرورة حتمية يجب على المصارف الإسلامية أن توليها اهتماما بالغاً لضمان جودة خدماتها وتحسين أدائها وتعزيز مكانتها في السوق المصرفية والصمود في وجه المنافسة.

بناء على ما سبق وفي ظل ما تم عرضه يمكن استخلاص النتائج التالية:

- إن للخدمات الالكترونية الأثر الإيجابي على تحسين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، لما تقدمه من ميزات وإيجابيات مختلفة، حيث تساهم في استقطاب العملاء عن طريق تقديم خدمات بطريقة سهلة وبتكاليف منخفضة وعلى مدار الساعة وبالتالي توفير الوقت والجهد، كما وتسهل على العملاء القيام بمختلف الأعمال المصرفية بالطريقة التي توفر لهم الراحة والأمان ،
- تساهم الخدمات الالكترونية في خلق ميزة تنافسية للمصارف الإسلامية من خلال تجديد خدماتها باستمرار وابتكار خدمات جديدة ومتطورة.
- يعد كل من مصرف الراجحي وبنك دبي الإسلامي من أهم المصارف الإسلامية التي أدركت الترابط الوثيق بين نجاحها وبين توظيف التكنولوجيا في خدماتها، حيث سارعت إلى تبني الخدمات الالكترونية وعملت على تطويرها لمواكبة عصر العولمة وتنويع خدماتها وتحسين جودتها وإرضاء عملائها.

التوصيات:

- ينبغي على المصارف الإسلامية وضع خطط واستراتيجيات محكمة للبدء في إدخال الخدمات الالكترونية لمواجهة تحديات المنافسة العالمية في الصناعة المصرفية،
- الاهتمام بعقد دورات وبرامج تدريبية للموارد البشرية العاملة بالمصارف الإسلامية على كيفية استخدام الخدمات الالكترونية.
- نشر ثقافة التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات عبر الوسائل الإعلامية المختلفة.
- ضرورة مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي.

Aglietta, . M., & Scialom, L. (2002). les risque de la monnaie électronique. *revue française de l'économie politique* (n°14).

Bajou, P. (2008). l'entreprise de moyens de paiement : quel acteur pour quel service - au consommateur ? *Revue d'économie financier* (n° 03), pp. 155-165.

Bechir, S. (2017). le développement de la monétique en Algérie- étude comparative - avec la Tunisie et le Maroc,. *séminaire nationale sur l'activation des moyens de paiement modernes dans le système financier et bancaire algérien*. Bouira: Université de Bouira.

Eiglier, P., & Langard, E. (1994). *le marketing les services*. Paris,: édition - international.

- أحمد سفر. (2006). *العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية*. طرابلس : المؤسسة الحديثة للكتاب .

- الاتحاد الدولي للبنوك الاسلامية. (1977). اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية. القاهرة.

- التميمي، و. ص. (2007). أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية. *المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية* (المجلد 10 العدد 01), pp. 99-124.

- الجنيدل، ح. ب. &، أبودية، إ. ح. (2009). *الاستثمار والتمويل في الاقتصاد الإسلامي*. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

- الجنيدل، ح. ب. &، أبودية، إ. ح. (2009). *الاستثمار والتمويل في الاقتصاد الإسلامي*. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

- الحكيم، م. س. (2012). *الصيرفة الالكترونية: مفاهيم أساسية*. مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 20 العدد 04), pp. 13-15.

- الصرن، ر. ح. (2005). أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية دراسة نظرية، ، *مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 05 العدد 08*, pp. 27-45.

- بنك دبي الاسلامي. (2021).

- بنك دبي الاسلامي . (2021). تاريخ الاسترداد 05 29, 2021، من <https://www.dib.ae/ar>

- جوزيف طربية. (2001). *الصيرفة الالكترونية تطبيق التكنولوجيا للصمود والنجاح في الاقتصاد*. مجلة اتحاد المصارف العربية (244).

- حسين محمد سمحان، و إسماعيل يونس يامن. (2011). *اقتصاديات النقود والمصارف*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- رأفت رضوان. (1999). *عالم التجارة الالكترونية*. مصر: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
- زكي خليل المساعد. (2003). *تسويق الخدمات وتطبيقاتها*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- سارة مولاي مصطفى. (2019). دور رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الالكترونية وانعكاس ذلك على جودة الخدمات المصرفية: دراسة مقارنة بين وكالات المصارف العمومية والمصارف الخاصة بمدينة المدية (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المدية: جامعة يحيى فارس.
- سليم موساوي. (2016). مدى مساهمة صيغ التمويل الإسلامي في تحقيق الاستقرار النقدي (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 03.
- شوقي بورقبة، و هاجر زراقي. (2015). *إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الإسلامية دراسة تحليلية*. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- عبد القادر بودي، و عبد الصمد بودي. (2011). *تكنولوجيا الانترنت كأداة لتمييز الخدمات المصرفية. الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر 'عرض تجارب دولية' (الصفحات 1-23)*. عين الدفلى: المركز الجامعي خميس مليانة.
- عبد الناصر براني. (2013). *إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية*. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- عبد الهادي مسعودي. (2016). *الأعمال المصرفية الالكترونية*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عرايبي، ا. م. & مديوني، ج. (2011). قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج Servqual 'تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية. الملتقى الدولي الأول: الاقتصاد الإسلامي: الواقع ..وراهانات المستقبل (pp. 1-25)'. المركز الجامعي بغرداية.
- ماجدة بن صالح. (2021). العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الالكترونية 'دراسة حالة البنوك الجزائرية' (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قالمة: جامعة 08 ماي 1945.
- محمد سليم وهبه، و كامل حسين كلاكش. (2011). *المصارف الإسلامية نظرة تحليلية في تحديات التطبيق*. بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

- محمود جاسم الصميدعي، و ردينة عثمان يوسف. (2014). *تسويق الخدمات*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع .
- محمود سحنون، و ابتسام منزري. (2020). *الصيرفة الإسلامية الالكترونية بين الواقع والطموح 'تجربة مصرف دبي الاسلامي نموذجاً'*. مجلة جامعة الأمير عبد القار للعلوم الإسلامية ، المجلد 34 (العدد 02)، الصفحات 1263-1217.
- مصرف الراجحي (2021, 05 29). Récupéré sur <https://www.alrajhibank.com.sa>.
- معهد الدراسات المصرفية . (2013). *الخدمات المصرفية الالكترونية*. الكويت.
- منير محمد الجنبهي، و ممدوح محمد الجنبهي. (2005). *البنوك الالكترونية*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي للنشر.
- نادر ألفرد قاحوش. (2001). *العمل المصرفي عبر الانترنت*. بيروت : الدار العربية للعلوم ناشرون.
- نادر عبد العزيز شافي. (2007). *المصارف والنقود الالكترونية*. طرابلس : المؤسسة الحديثة للكتاب.
- نجاح بولودان. (2010). *دور توقعات العملاء في تحسين جودة الخدمة المصرفية. الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات . المجلد 02*. قسنطينة : جامعة منتوري .
- و داد بوحلاسة. (2014). *صناديق الاستثمار الإسلامية ودور المصارف الإسلامية في تفعيلها لتمويل التنمية (مذكرة ماجستير)*. كلية الشريعة والاقتصاد، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.
- وسيم محمد الحداد، و نوري موسى شقيري. (2012). *الخدمات المصرفية الالكترونية*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.