



حسين عبد المطلب الأسرج
باحث اقتصادي أول ومدير إدارة
بوزارة الصناعة والتجارة الخارجية المصرية

مستقبل المصارف الإسلامية في ظل التقدم التكنولوجي

بدأت الممارسات المصرفية الإسلامية خلال فترة السبعينيات في مصر والسعودية والإمارات العربية المتحدة. وبحلول عام ٢٠٠٢ أصبح للبنوك الإسلامية شعبية في العالم العربي ودول مثل ماليزيا. وبحلول عام ٢٠١٢، زاد عدد المصارف الإسلامية في العالم ليصل لحوالي ٥٠٠ مصرفاً إضافة إلى وجود أكثر من ٢٣٠ نافذة إسلامية ضمن بنوك تقليدية تقدم خدمات مصرفية إسلامية لعملائها. وقد شهدت البنوك الإسلامية أحد أسرع معدلات النمو حيث زادت أصولها إلى أكثر من الضعف على مدى الخمس سنوات الماضية. يشير أحد التقارير إلى النمو المتزايد لخدمات التمويل الإسلامي حول العالم لتصل إلى حوالي ١,٦٩ بليون دولار عام ٢٠١٣ ويتوقع إلى يتخطى ٢ بليون دولار بنهاية عام ٢٠١٤. والبنوك الإسلامية الآن تقدم خدماتها لنحو ٢٨-٤٠ مليون عميل حول العالم يتركز ثلثهم في المنطقة العربية وتركيا واندونيسيا وماليزيا، كما يوجد حوالي ٧٠٠ مؤسسة حول العالم مسجلة على أنها تتعامل مع المنتجات الإسلامية المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

وإذا كانت صناعة الصيرفة الإسلامية قد حققت نمواً كبيراً خلال السنوات القليلة الماضية، وإذا كان العديد من البنوك الإسلامية مازالت تتطلع إلى التوسع إقليمياً وتحقيق المزيد من الإيرادات من خارج أسواقها المحلية، فإن هذه الصناعة تواجه بالكثير من العوائق والتحديات، لعل من أهمها التحول التكنولوجي. فالمصارف الإسلامية تواجه تحدي تطبيق النظم التكنولوجية نظراً لأهمية تصميم نظم وأطر خاصة للعمل بما يتوافق مع النظم التمويلية المتوافقة مع الشريعة من إجازة ومراجعة ومضاربة وغيرها. أيضاً النظام التكنولوجي بالمصارف الإسلامية صار ضرورياً لتصنيف عملاء البنك وتقسيمهم لشرائح بما يسمح بتصميم منتجات مصرفية تلائم كل شريحة، وهنا محاولة لإلقاء الضوء على مستقبل المصارف الإسلامية في ظل التقدم التكنولوجي.

ففي ظل المتغيرات العالمية ونتيجة لعولمة النشاط المصرفي وتحرير الخدمات المالية والمصرفية برزت تحديات تنافسية كبيرة للمصارف الإسلامية؛ وذلك للعمل على التكيف مع هذه المتغيرات ومواجهة آثارها السلبية والاستفادة من المكاسب التي تحققها، وأصبح تطوير الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة وتحقيق رغبات العملاء أحد المداخل الرئيسية لزيادة وتطوير القدرة التنافسية للبنوك الإسلامية، ومع ذلك فإن هناك انتقادات كثيرة توجه إلى عديد من المؤسسات المالية الإسلامية والمؤسسات الفكرية أيضاً المهتمة بالاقتصاد الإسلامي والمصرفية الإسلامية من حيث جودة الخدمات التي تقدمها، فالبنوك يقاس دورها ليس بالخدمات والمضامين التسويقية التي تقدمها والتي يحصل عليها من تلك الخدمة، وإنما لما تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية تفاعلية وتواصلية ومهنية يبحث عنها العميل وتشكل له جودة أفضل من وجهة نظره، وفي ضمن هذا السياق يبرز مفهوم الجودة في الخدمات المصرفية الإسلامية، حيث يعد قياس أداء المصارف الإسلامية وفعاليتها واختبار جودة خدماتها إحدى الوسائل للتطوير والنهوض بهذا القطاع.

وربما يكون في هذا الانتقاد بعض الصحة وهذا يرجع إلى عدة أسباب من بينها ما يلي:

- نقص الإمكانيات الفنية بالمصارف الإسلامية ولاسيما أنها مازالت في الأطوار الأولى بالمقارنة مع البنوك التقليدية والتي يزيد عمرها عن ٣٠٠ عاماً.
- نقص الكوادر الإدارية والمالية المدربة والمؤمنة عقائدياً برسالة المصارف الإسلامية مع كبر حجم النشاط عما كان متوقعاً.
- التأخر في استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في بعض المصارف الإسلامية مثل الحاسب الآلي ووسائله الحديثة وأساليب الاتصال الحديثة في أداء الخدمة المصرفية.

ويتطلب الأمر تطوير وتنمية الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية مع الاستفادة بالتقدم التكنولوجي والعلمي على وجه الخصوص. فقد أدى تقدم التكنولوجيا وأدوات جمع المعلومات والأنظمة إلى ثورة في مجال إدارة الخدمات المصرفية، فالتكنولوجيا لا تقوم فقط بتحسين الخدمات المصرفية الحالية، ولكنها أيضاً مصدر لكثير من الخدمات المصرفية الجديدة، وقد فتحت أنظمة المعلومات وأنظمة قواعد البيانات المجال لقطاع كامل وجديد من الخدمات منها: الخدمات المصرفية والتكنولوجيا الجديدة المتطورة، وخصوصاً في مجال المعلومات التي بدورها أضافت الجديد بمفاهيم تسويق الخدمة الجديدة، الأمر الذي يحتاج إلى إيصال تلك المفاهيم الجديدة إلى العملاء وتدريبهم وتعليمهم على كيفية استخدام تلك الخدمات، كخدمة الصراف الآلي والبنك الناطق وغيره من الخدمات. ولعل من أهم ملامح هذه المنظومة الحديثة هو الانتقال التدريجي من البنوك التقليدية التي لها وجود مادي في شكل فروع ومعاملات إلى البنوك الافتراضية Virtual Banks والتي تعتمد على شبكة الانترنت في تقديم خدماتها للعملاء وهي ما تسمى Internet Banks لتضيف أبعاداً غير مسبوقة للعمل المصرفي^{٥٠} وقد ساعد على هذا الانتشار التطور الهائل في شبكة الانترنت، الأمر الذي دفع البنوك إلى تخصيص ميزانيات ضخمة للإنفاق على تطوير استخداماتها لتقنيات المعلومات الحديثة، خاصة وأن استثمار البنوك في تكنولوجيا المعلومات قد أتاح لبعضهم تقديم خدماته في هذا المجال كأحد الأنشطة الجديدة التي يعتمد عليها في جني الأرباح لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من التكاليف الضخمة للاستثمارات التكنولوجية.

وتعرف التكنولوجيا المصرفية على أنها رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة، وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين:

الأول: التكنولوجيا الثقيلة وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج.

الثاني: وهو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي.

ومن خلال دراسة مفهوم التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها فيما يلي:

- أن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية.
- أن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفاً في حد ذاته بل وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه.
- أن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا.
- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال أداء الخدمة المصرفية بل يمتد إلى الأساليب الإدارية.

وهناك أربعة عناصر متشابهة ومتكاملة تشكل مظاهر التكنولوجيا في العمل المصرفي وهي:

- الجانب المادي: يتمثل في الآلات والمعدات المستخدمة.
- الجانب الاستعمالي أو الاستعمالي: يتمثل في طرق استخدام هذه المعدات.
- الجانب العلمي: يتمثل في المعرفة المصرفية المطلوبة.
- الجانب الابتكاري: يتمثل في اكتساب المهارات اللازمة لتقديم الخدمات المصرفية.

ولاشك أن توسع المصارف الإسلامية في تقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية "E-Banking" من أهم ثمار الثورة التكنولوجية في العصر الحديث، حيث تنوعت قنوات تقديم الخدمات المصرفية عن بعد Remote Banking Services عن طريق آلات الصراف الآلي ATMs ونقاط البيع الإلكترونية E.P.O.S Electronic Point of Sale فضلاً عن خدمات البنك المنزلي Home Banking، البنك المحمول Mobile Banking، وكذلك التلفاز الرقمي Interactive Digital Television، حيث ساهمت هذه القنوات بلا شك في تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان وتوفير الوقت والجهد لعملاء البنوك. وبالإضافة لما سبق فقد صاحب هذا التطور الكبير في الخدمات الإلكترونية وتنامي عمليات التجارة الإلكترونية، انتشار وسائل الدفع والسداد الإلكترونية مثل بطاقات الائتمان المختلفة Credit Cards والشيكات الإلكترونية Electronic Checks، والبطاقات الذكية Smart Cards، فضلاً عن ظهور النقود الإلكترونية E-Cash لتيسير عمليات تسوية المدفوعات إلكترونياً.

لذا فقد بات لزاماً على المصارف الإسلامية أن تواجه هذا التحول التكنولوجي بسرعة وكفاءة عالية والعمل على استيعاب أساليب التكنولوجيا المتطورة واقتناء أحدث تطبيقاتها وتطويرها على النحو الأمثل.

ويمكن القول إن استخدام التكنولوجيا الحديثة يوفر للمصارف الإسلامية الفرص لتحقيق الميزات الآتية:

- تطوير خدمات مصرفية جديدة لأسواقها الحالية والمستقبلية.
- تطوير تطبيقات جديدة للخدمات المصرفية الحالية التي تقدمها لعملائها.
- تساعد التكنولوجيا الحديثة على تحسين نوعية الخدمات المصرفية.
- تساعد التكنولوجيا الحديثة على تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية الموجودة.
- تعمل التكنولوجيا الحديثة على تذليل الصعوبات المرتبطة بعملية تقديم خدمات مصرفية إضافية.
- تعمل التكنولوجيا على تحسين علاقات العميل مع البنك.

وختاماً: إن تنافس المصارف الإسلامية في ظل التقدم التكنولوجي يتطلب مقومات عدة، أهمها استلهاهم حاجات العملاء وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات ووظائف ونظم البنك كافة، وجعل الجودة على رأس أولويات الإدارة العليا في البنك، وزرع وتنمية ثقافة الجودة لدى كل العاملين بالبنك، واختيار وتدريب وحفز العاملين لتقديم أداء متميز قائم على الابتكار المصرفي فنياً وتسويقياً، وتبني فلسفة تأكيد الجودة المنسجمة مع مبدأ الجودة من المنبع والأداء السليم من المرة الأولى بدلاً من تبني فلسفة مراقبة الجودة، وتبني مفهوم التحسين المستمر تحت مظلة إدارة الجودة الشاملة، إضافة إلى استخدام التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات في تصميم وتقديم الخدمات المصرفية. إن مقومات وسبل تهيئة وتنمية القدرة التنافسية للبنك تنشأ من تحليل البيئة الديموغرافية من حيث هيكل وخصائص الزبائن بما يساعد في دراسة وتحليل اتجاهاتهم ورغباتهم ومعرفة الخدمات التي يرغبونها، وكذلك تحليل اتجاهات المنافسة المصرفية التكنولوجية وتسويقها، واعتماد مبدأ جودة الخدمة والتحسين المستمر وتطوير الخدمة في هيكل الخدمات المقدمة كضرورة أساسية من ضرورات الأداء المصرفي، إضافة إلى اعتبار الزبون كحجر الزاوية في تصميم الخدمة المصرفية وقياس جودتها وتطويرها، واستخدام تكنولوجيا المعلومات كسلاح تنافسي، مع مراعاة تناسب مدى استيعاب التكنولوجيا المصرفية المستعملة من طرف الزبائن.

الهوامش :

1. محمد البلتاجي، ورقة عمل بعنوان آلية تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة بصيغ التمويل الإسلامية، منتهي المشروعات الصغيرة والمتوسطة الخيار الاستراتيجي للتنمية الاقتصادية وخلق فرص عمل، اتحاد المصارف العربية، طرابلس - ليبيا، 27-28 أكتوبر 2012م
2. UK Islamic finance secretariat (UKIFS). Financial markets series UK. The leading western center for Islamic finance. October 2013.
3. Hussein Elasrag. Corporate governance in Islamic Financial institutions. 2014.p40. Available at: http://mpr.aub.uni-muenchen.de/56326/3/MPRA_paper_56326.pdf
4. يتصور الكثير من الناس أن مفهوم التكنولوجيا يتعلق بشكل أساسي بالأدوات والآلات التي تصنع. وبعيد هذا من حيث العلم مفهومًا خاطئًا؛ فالتكنولوجيا في حقيقة الأمر هي العقل الإنساني الذي يفكر في كيفية إدارة الحياة نحو الأحسن من جانب، وفي كيفية المعرفة وتحويلها من جانبها الساكن في مخيلة وعقل الإنسان إلى جانبها العملي، الذي يتمثل في الأدوات والمعدات التي يجب أن تقدم له خدمة أفضل من السابق من جانب آخر. كما أن مصطلح تكنولوجيا Technology هو كلمة لاتينية مشتقة من كلمتين هما Techno وتعني مهارة فنية، وكلمة Logy وتعني علماً أو دراسة، وبذلك فإن مصطلح التكنولوجيا يعني تنظيم المهارة الفنية. وتعرف التكنولوجيا أيضاً بأنها عبارة عن الوسائل والأجهزة التي اخترعها الإنسان لخدمته، والتي تستند على المعرفة والخبرات والمبادئ. راجع: - عرابية رابع، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية - العدد 8، 2012، ص 13
5. راجع: - مطاي عبد القادر، متطلبات إرساء التكنولوجيا المصرفية في دعم الذكاء التنافسي بالبنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية - العدد، 10، جوان 2012، ص 24
6. عبد الرزاق فاسم، أحمد العلي، أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد 28 - العدد الأول 2012، ص 208-209
7. محمد كمال، مدخل لاكتساب وتعزيز القدرة التنافسية للمصارف الإسلامية، صحيفة المدينة اليومية، مؤسسة المدينة للصحافة والنشر، عدد الجمعة 30/03/2012. متاح في: <http://www.al-madina.com/node/367560>