

## دور الصيرفة الإلكترونية في الأداء المالي للمصارف العراقية بعد عام 2010

**The role of electronic banking in the financial performance of Iraqi banks after 2010**

Mohammed Abdul Sahib Jaafar

م.م محمد عبد الصاحب جعفر

وزارة التربية / المديرية العامة لتربية بغداد الرصافة الثانية

mohamedabdabd79@gmail.com

تاريخ تقديم البحث: 2024/10/03

تاريخ قبول البحث: 2025/01/05

**المستخلص**

أجرى الباحث دراسته الحالية بعنوان (دور الصيرفة الإلكترونية في الأداء المالي للمصارف العراقية بعد عام 2010)، والتي هدف منها تسليط الضوء على الصيرفة الإلكترونية، والتعرف على جوانبها وخصائصها كذلك التعرف على دورها في تطوير وتمتية الاداء المالي في القطاع المصرفي العراقي، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب التحليلي من خلال بحثه واستدلاله للمصادر والدراسات والادبيات التي خصت متغيرات هذا الموضوع، وبعد أوجز كل ما يتعلق بموضوع الصيرفة الإلكترونية في العراق توصل الباحث الى استنتاجات عدة منها:

- 1- ترتبط النظم المصرفية الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً بالوظيفة الأساسية للسلطات المالية المتمثلة في تحقيق الاستقرار المالي وترتبط هذه الوظيفة بكفاءة وسلامة هذه النظم وتتحقق من خلال دور السلطات المالية في تشغيل هذه النظم والإشراف عليها.
- 2- يلعب النظام المصرفي الإلكتروني دوراً مهماً في استكمال عمل جميع أدوات السياسة النقدية الرئيسية غير المباشرة. وعلى وفق هذه الاستنتاجات اوصى بعدة توصيات منها:

1- دعم البحث والتطوير في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية بهدف ضمان استخدامها وتوسيع انتشارها على نطاق واسع.

2. العمل على تحسين الاداء على مستوى الموظفين من أجل تحسين الخدمات المصرفية المقدمة

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، الاداء المالي.

**Abstract**

The researcher conducted his current study entitled (The impact of the transition to electronic banking on the financial performance of Iraqi banks after 2010), the aim of which was to shed light on electronic banking, and to identify its aspects and characteristics, as well as to identify its role in developing and improving financial performance in the Iraqi banking sector. The researcher used The descriptive approach in the analytical style through his research and inference of the sources, studies and literature that concerned the variables of this topic, and after summarizing everything related to the topic of electronic banking in Iraq, the researcher reached several conclusions, including:

- 1-Electronic banking systems are closely linked to the basic function of the financial authorities, which is achieving financial stability. This function is linked to the efficiency and safety of these

systems and is achieved through the role of the financial authorities in operating and supervising these systems.

2-The electronic banking system plays an important role in completing the work of all major indirect monetary policy tools.

According to these conclusions, several recommendations were made, including:

1- Supporting research and development in the field of electronic banking services with the aim of ensuring their widespread use and expansion.

2-Work to improve performance at the employee level in order to improve the banking services provided.

**Key words:** Electronic banking, Financial performance.

### مقدمة البحث وأهميته:

شهد العالم منذ سنوات توسعاً وتطوراً مذهلاً في تقنيات المعلومات والاتصالات. وقد ترتبط هذه التقنيات بالأنشطة والمجالات الاقتصادية على تنوعها، إذ يعد قطاع البنوك من القطاعات التي تتأثر بثورة المعلومات والاتصالات، حيث أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة أمراً لا غنى عنه في العمل البنكي، إذ توفر التكنولوجيا الحديثة فعالية في العمل، وسرعة في الانجاز، ووفرة في المعلومات عن العملاء والأسواق، كما تتيح للبنوك القدرة على تطوير خدمات جديدة وإيصالها إلى العملاء في أي مكان وفي أي وقت يرغبون، وهذا يساهم بشكل كبير في تطوير قطاع البنوك وتحسين خدماته للمستخدمين على السواء.

وتمثل الصيرفة الإلكترونية إحدى الظواهر المالية-التجارية المتطورة نظراً للتغيرات الكبيرة في الأسواق والتوزيع والتبادل الإلكتروني، حيث تتيح الصيرفة الإلكترونية إمكانياتاً وآفاقاً جديدة للتواصل والتفاعل مع العملاء والبنوك، كما أن التطبيقات المصرفية الإلكترونية تزداد تعقيداً في مكوناتها واستخداماتها، وبالنظر إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تزداد دقة وتعقيداً يوماً بعد يوم من حيث مكوناتها واستخدامها، وتتوسع في اتجاهات أخرى، وذلك لأداء أكبر عدد ممكن من الخدمات في سوق مفتوحة تشهد منافسة شرسة على كافة المستويات، فإن الخدمات المصرفية الإلكترونية تزداد رواجاً لاعتمادها على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على نطاق واسع، لذلك تكتسب الخدمات المصرفية الإلكترونية شعبية متزايدة بسبب اعتمادها المتزايد على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على نطاق واسع، كما تشهد طرق الدفع والمعاملات المالية عبر الإنترنت تطوراً كبيراً أيضاً، حيث تتحول من مجرد القيام بالأعمال التجارية عبر الإنترنت من خلال البرامج والشبكات بين البنوك والعملاء إلى التواجد الكامل للعمليات المصرفية على الشبكة، وعلى الرغم من تطور هذا القطاع في السنوات الأخيرة، إلا أن هناك عدة تحديات تواجهه، مثل تطور التكنولوجيا المالية، وتزايد الرقابة التنظيمية، وأهمية الابتكار في الخدمات المصرفية الرقمية، فضلاً عن التنافس بين المؤسسات المالية التقليدية والتكنولوجيا المالية الحديثة مع ما يحمله من فوائد ذات اتجاهين من حيث المضمون والأنماط، ولم يعد مجرد خيار يؤكد الجميع على أهميته خاصة في مجال الصيرفة الإلكترونية في العراق فقد حسنت من تنافسية القطاع وشجعت الحكومة على تطوير النظام المصرفي وتعزيز جوانبه التقنية مثل حوسبة المصارف وإدراج الشبكات والانفتاح على الإنترنت وإعداد القوانين والتشريعات، رغم التطور الحاصل في قطاع المصارف، إلا أن طبيعة الخدمات ما زالت مشوهة في العديد من الأحيان ولا تقدم الفائدة المرجوة بالشكل المناسب. علاوة على ذلك، يظل العديد من العملاء غير قادرين على الاستفادة من هذه الخدمات بشكل كامل بسبب قيودها وقلة تأهيلهم لاستخدامها.

**هدف البحث:** (تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الخدمات المصرفية الإلكترونية في فعالية الأداء المالي للمصارف العراقية منذ عام 2010).

## منهجية البحث:

يتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، ويعتمد هذا المنهج على استخدام مصادر مختلفة للحصول على أدق المعلومات وتحليلها بعناية من أجل الوصول إلى استنتاجات حقيقية تفسر الوضع والمتغيرات قيد الدراسة، فضلاً عن دراسة الأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، واستعان الباحث بمجموعة متنوعة من المصادر المنشورة، فضلاً عن إلى الدراسات والاستطلاعات السابقة

## المبحث الاول

الصيرفة الالكترونية - مفهومها - تاريخها - دوافع التحول الى الصيرفة الالكترونية

## مفهوم الصيرفة الالكترونية

في البلدان المتقدمة حدثت ثورة سريعة في مجال الخدمات المصرفية. فقد أدى التحول من العمل المصرفي التقليدي بتواجهه المادي المتمثل في الفروع وتبادل المستندات والعملات المعدنية والأوراق النقدية إلى الاعتماد على الركائز والوسائط الإلكترونية الافتراضية وظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية<sup>1</sup>

هناك العديد من التعريفات للصيرفة الالكترونية فيعرفها الشمري على انها " استخدام البنوك والمؤسسات المالية التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتزويد العملاء بكافة الخدمات المصرفية القائمة على الرخصة الإلكترونية بأمان وبأقل تكلفة وفي أسرع وقت وبأقل جهد، وتعني الصيرفة الإلكترونية "القيام بالخدمات المصرفية بطريقة إلكترونية<sup>2</sup> أي الخدمات المصرفية التقليدية ذات الصلة أو الخدمات المصرفية الجديدة ،وبموجب هذا النمط لا يضطر العميل إلى التنقل إلى البنك إذا كان بإمكانه أداء الخدمات التي يريد من البنك في أي وقت ومن أي مكان<sup>3</sup> . ويمكن تعريف الصيرفة الالكترونية بأنها اجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني ويعد الانترنت من اهم اشكالها وبذلك فهي مصارف افتراضية تنشأ لها مواقع الكترونية على الانترنت لتقديم خدمات من خلال موقع المصرف والمنظمة من سحب ودفع وتحويل الاموال من دون الحاجة الى حضور الزبون الى موقع المصرف

الخدمات المصرفية الإلكترونية هي نظام جديد يسمح للعملاء بالوصول إلى حساباتهم ومعلوماتهم العامة عبر حواسيبهم الشخصية الحواسيب الشخصية وغيرها من الأجهزة الذكية. وتشمل المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية منتجات وخدمات الصيرفة الإلكترونية منتجات التجزئة وكذلك المنتجات الائتمانية، ويمكن تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها توفير الخدمات المصرفية التقليدية والحديثة للعملاء بشكل آلي من خلال قناة إلكترونية ثنائية الاتجاه تسمى قناة التوزيع الإلكترونية.

ظهر لنا مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية وهو عبارة عن مجموعة من التقنيات والأساليب الحديثة التي أوجدتها الثورة التكنولوجية في الدول المتقدمة وأدخلتها في النظام المصرفي لتسهيل المعاملات المصرفية بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين وعموم العملاء وذلك لزيادة الربحية وتقليل التكاليف، وتوفير كافة المعلومات. وعرفها ( Rust Lemon بانها "لا يشمل هذا المفهوم الخدمات التي تقدمها مؤسسات الخدمات التقليدية فحسب، بل يشمل أيضاً الخدمات التي تقدمها الصناعة. ومن ثم فإن مفهوم الخدمات الإلكترونية واسع النطاق ولا يقتصر على مقدمي الخدمات وحدهم، بل هو مفهوم موجه نحو العملاء في المقام

(1) أعاد حمود القيسي: المالية العامة والتشريع الضريبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن- عمان، 2008، ص70.  
(2) ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير العبدلات: الصيرفة الإلكترونية- الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، عمان: دار وائل للنشر، 2008.  
(3) عبد الجواد نايف: اقتصاديات المالية العامة والسياسة المالية، مطبعة الجامعة، بغداد، 1967.

الأول، وكذلك يتم تعريفها على أنها "المنتجات والخدمات الحالية التي يتم تحويلها إلى خدمات رقمية بشكل جذري وتقديمها من خلال الوسائل تكنولوجية المعلومات الأكثر وضوحًا وانتشارًا".

كما تعرف إدارة التنمية الدولية الخدمات المصرفية بأنها توفير الخدمات المالية خارج إطار الفروع المصرفية التقليدية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل البطاقات والهواتف المحمولة والإنترنت.

### تاريخ الصيرفة الإلكترونية:

استخدمت البطاقات الإلكترونية لأول مرة في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية في الهواتف العمومية في بداية القرن الماضي، كما استخدمت في الولايات المتحدة الأمريكية على شكل بطاقات معدنية على مستوى البريد وأصدرت إكسبريس أمريكي أول بطاقات بلاستيكية استخدمت على نطاق واسع عام 1958 ، وفي عام 1968 أصدرت ثمانية بنوك بطاقات ،وفي العام ذاته أصدرت فيزا لتحل محل الشبكة العالمية ،وفي عام 1986 قدمت شركة تيليكوم فرانس أجهزة قراءة بطاقات الذاكرة للهواتف العمومية ،وفي عام 1992 أصبح جميع البطاقات المصرفية بطاقات برعوثية تحمل بيانات حاملها الشخصية وفي منتصف التسعينيات ظهرت أولى البنوك الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية ،وميزت بين نوعين من البنوك التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

• **المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت):** تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف الصيرفة الإلكترونية.

• **المصارف المؤسسية:** لا يُستخدم مصطلح "الخدمات المصرفية المؤسسية" على نطاق واسع في الأدبيات الاقتصادية أو المالية بمعزل عن غيره، ولكن يمكن تفسيره في سياق المعاملات النقدية التقليدية والحديثة. ومع ذلك، يمكن ربط المصطلح بمفاهيم أوسع للمعاملات المصرفية النقدية التي تتم "على الأرض" أو باستخدام الأساليب التقليدية، ويعكس الفرق بين المعاملات النقدية التي تتم في فروع البنوك التقليدية وأجهزة الصراف الآلي وتلك التي تتم عبر الإنترنت أو باستخدام التكنولوجيا الحديثة. ومع ذلك، فإن التطورات التكنولوجية اليوم وانتشار استخدام الإنترنت على نطاق واسع جعل التغييرات أكثر جوهرية وأهمية مما كانت عليه من قبل. فالإنترنت أداة تسويقية وإعلانية على حد سواء، وليست مجرد أداة لتسريع المعاملات، بل هي أساس لشكل جديد من أشكال الخدمات المصرفية. ولقد مرت هذه التغييرات بثلاثة مراحل مهمة بعد نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914، تم إدخال المهنيين في العمل المصرفي في عام 1950، بعد ذلك تم إدخال ثقافة المبيعات والتسويق فضلا عن الدور المتزايد للتكنولوجيا في العمل المصرفي والذي شهد هو أيضا ستة مراحل وهي كالآتي<sup>1</sup>:

- **مرحلة الدخول:** وهي المرحلة التي تدخل فيها التكنولوجيا في الأعمال التجارية لمساعدة المصارف على إيجاد حلول المكاتب ال<sup>2</sup>خلفية.
- **مرحلة التوعية بالتكنولوجيا:** تبدأ هذه المرحلة بنشر الوعي بالتكنولوجيا لجميع موظفي المصرف من خلال برامج التدريب.
- **تنفيذ الاتصالات السلكية واللاسلكية وخدمة العملاء الفورية:** تتميز هذه المرحلة بارتفاع التكاليف حيث تبدأ الإدارة العليا في الاهتمام بالتكنولوجيا.
- **مرحلة التحكم في التكاليف:** وهي المرحلة التي يتم فيها التحكم في الاستثمار في التكنولوجيا وتستعين هذه الإدارات بالخبراء والاستشاريين في مجال التكنولوجيا للتحكم في التكاليف.
- **التكنولوجيا كأصل مثل أي أصل آخر في مرحلة البنك:** وبالتالي يجب أن يحقق هذا الأصل عائداً مثل أي أصل آخر، وهنا تبدأ مرحلة إدارة التكنولوجيا.

<sup>1</sup> ميادة بلعياش: أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، بسكرة: أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، 2014. هاشم الجعفري: مبادئ المالية العامة والتشريع المالي، مطبعة سلمان الاعظمي، بغداد، ط3، 1968، ص 77

• المرحلة التي يتم فيها اعتبار التكنولوجيا كعمل تجاري يضمن عمليات البنك: في هذه المرحلة، يتم التركيز على زيادة الإنتاجية على المستوى الداخلي، وتحسين الإدارة على المستوى التشغيلي وتسويق التكنولوجيا على المستوى الخارجي.

#### دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية<sup>1</sup>:

وهناك مجموعة من دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية:

اكتساب ميزة تنافسية: يتعلق هذا الأمر بالقدرة على التعامل بشكل أفضل مع عناصر السوق المستهدفة والبيئة المحيطة اذ يكون الهدف الرئيس هو جذب المزيد من العملاء والاحتفاظ بهم

1- تحقيق الربحية على المدى البعيد: يساهم استخدام البنوك للأنظمة الإلكترونية في تحقيق الربحية من خلال انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية وارتفاع ربحية قاعدة عملاء الخدمات المصرفية الإلكترونية بسبب انخفاض حساسية الأسعار مقارنة بعملاء الخدمات المصرفية التقليدية.

2- توفير فرص تسويقية جديدة: نظام توزيع الصيرفة الإلكترونية يفتح أفقاً جديدة للتسويق الإلكتروني من خلال برامج البحث، مما يمنح العملاء فرصة أكبر لإجراء عمليات تسويقية بكل يسر وسهولة.

3- توزيع واسع الانتشار: الأنظمة الإلكترونية الحديثة تهدف إلى تغطية واسعة الانتشار، مما يتيح للخدمات المصرفية للوصول إلى العملاء في أي مكان، حيث يمكنهم الاستفادة من الخدمات المصرفية دون الحاجة لزيارة فرع المصرف أو الوقوف في طوابير الانتظار.

4- تحسين جودة الخدمة البنكية: يعود تطور الصيرفة الإلكترونية إلى ظهور النقد الإلكتروني في بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم تزاوج النقد بالإلكترونيات، وهو Manistique. هذا التطور قاد إلى تحسين جودة الخدمة المصرفية وتيسير العمليات المالية للعملاء.

#### متطلبات الصيرفة الإلكترونية:

هناك عدد من المتطلبات الأساسية التي يجب توافرها لعمل الصيرفة الإلكترونية تتمثل في الآتي 2

1 - البنية التحتية التقنية: تلعب البنية التحتية التقنية دوراً حاسماً. فلا يمكن عزل هذه البنية التحتية عن البنية التحتية الوطنية للاتصالات، اذ يعود ذلك لأن الصيرفة الإلكترونية تعمل في بيئة أعمال افتراضية، والشرط الأساسي لضمان فاعلية العمليات الإلكترونية، وكذلك ضمان دخول آمن وسهل إلى عصر المعلومات، لذا من الضروري توفر بنية تحتية سهلة ومناسبة في قطاع الاتصالات، تتمثل بوجود بنية تحتية متينة وأسعار ربط معقولة مع شبكة الإنترنت، يصبح من الضروري أن يكون هناك عدد كافٍ من المشاركين في شبكة الإنترنت. إذ لا يمكن للبنوك الإلكترونية التشغيل بكفاءة في بيئة يكون فيها عدد المشاركين في الإنترنت قليلاً.

2 - الكوادر البشرية الكفؤة: توافر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة أمر أساسي لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية. يتطلب هذا التحول جهوداً مكثفة في التواصل التأهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف المجالات الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والإدارية. لا يكفي أن تكون المؤسسات مجرد مجموعات من التكنولوجيا الحديثة، بل يجب أن تتمتع بالقدرة على استخدام هذه التقنيات بفعالية من خلال توظيف وتطوير الكوادر البشرية المناسبة. إذا

<sup>1</sup> مينة بركان: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، الجزائر: أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013.

<sup>2</sup> عبد القادر بالهادي، وعز الدين نزعى: متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية: جامعة عاشور زيان، الجلفة، العدد 35، 2018.

تمكنت الشركات والمؤسسات من تحقيق هذا الهدف، فإنها ستكون على أتم استعداد لمواكبة التطورات السريعة في عالم الصيرفة الإلكترونية وتحقيق النجاح في هذا المجال المتنامي.

**3 - في عالم المصارف والصيرفة الإلكترونية:** يأتي التطوير المستمر والتنوع والاستدامة في مقدمة الأولويات، حيث تشكل هذه العوامل الأساس الذي يعزز من تميز وكفاءة البنوك الإلكترونية. فالوقوف عند حدود الحال وعدم التطوير يعني التراجع في عالم متغير بسرعة، حيث يفقد الفرص التنافسية وتباطؤ النمو. من هنا، يتعاظم دور التطوير المستمر في تحسين الخدمات وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وأسرع.

فضلاً عن ذلك يعتبر التنوع أحد أهم سمات البنوك الإلكترونية الناجحة، حيث تمنح العملاء خيارات متعددة تتناسب مع احتياجاتهم المالية والتكنولوجية. فالقدرة على تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات والمنتجات المالية تجعل البنك الإلكتروني مرغوباً لدى فئات واسعة من العملاء، مما يعزز من مكانته وتأثيره في السوق المالية.

**4 - ثقافة المستخدمين للتقنية المصرفية:** على الرغم من "الثورة" التي شهدتها عالم الاتصالات والمعلومات في مختلف المجالات، وتطور أساليب التجارة الإلكترونية التي أدت إلى خلق تغييرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع البنكي والمالي، إلا أن هناك العديد ممن لا يزالون يشعرون بالقلق تجاه فكرة الخدمات البنكية الإلكترونية. يعتقد بعضهم أن هذه الخدمات قد تعرض حساباتهم للاختراق، بينما يرفض آخرون تماماً المخاطر التشغيلية والاستراتيجية المرتبطة بها.

من ناحية أخرى، تعتقد شريحة كبيرة من الناس أننا نعيش في زمن لا يمكن الاستغناء فيه عن الخدمات البنكية الإلكترونية. فهي توفر للعميل القدرة على سحب الأموال حتى عندما يكون البنك مغلقاً، مما يضمن ويعزز مسألة السرية البنكية ويخفف من الأعمال والإجراءات المطلوبة، ويوفر جهداً ووقتاً.

#### عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

إن إقامة نظام للصيرفة يقتضي الالتزام لجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد العمل الإلكتروني والتي تتمثل في 1:

- وجود شبكة النطاق العريض التي تضم جميع الجمعيات ذات الصلة والمتصلة بالإنترنت وفقاً للمبادئ القياسية، ومراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع خطة للبدء في تنفيذ الخدمات المصرفية الإلكترونية، بدءاً من وضع استراتيجية على مستوى البنك المركزي أو على المستوى الوطني أو على مستوى الأمم المتحدة.
- تطوير أنظمة موحدة تتيح الربط البيني بين مختلف الكيانات وعبر العالم.
- العمل على تنفيذ خطة لتطوير الموارد البشرية.
- إنشاء تنظيم اداري يعمل على ايجاد التنسيق العالي بين الجهات المتعاقدة.

<sup>(1)</sup> صالح مفتاح، وفريدة معارفي: البنوك الإلكترونية، بسكرة، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، 2015

## المعوقات والتحديات التي تواجهها الصيرفة الإلكترونية 1

لاتزال الصيرفة الإلكترونية تواجه تحديًا يتمثل في حاجة البلدان إلى وضع أطر أمنية قانونية وتقنية لضمان أمن الخدمات المصرفية لذا كان من الواجب تسليط الضوء على هذه التحديات والمعوقات التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني، للعمل على إيجاد الحلول الناجعة والحديثة في مواجهتها:

1. انخفاض مستوى الإلمام بالمعلومات، وقلة استخدام الحواسيب الشخصية والانتشار النسبي لوسائل الاتصال.
2. مخاطر الزمن والخصوصية وسرية المعلومات
3. صعوبات في التنسيق بين المصارف وإيجاد الآليات المناسبة للتعاون في مجال سبل تحفيز العمليات المصرفية الإلكترونية.
4. الحاجة إلى إعادة هيكلة العمليات والوظائف المصرفية والإدارية بسبب زيادة مخاطر أمن البيانات.
5. عدم وجود إطار قانوني وقواعد تنظيمية للمعاملات الإلكترونية، بما في ذلك المعاملات المصرفية، بالإضافة إلى المعاملات الإلكترونية والتقاضي الإلكتروني.
6. صعوبات في مراجعة برامج وقرارات واستراتيجيات المؤسسات المصرفية وتحديث برامج جودة الخدمات المالية، مما يستلزم إدخال نظم تكنولوجيا المعلومات ونظم الاتصالات وهندسة البرمجيات واستخدام برامج الإدارة الإلكترونية.
7. توسع شبكة الإنترنت من فرص المنافسة بتوسيع نطاق الخدمات التي يمكن تقديمها، وهذا الوضع يعرض المصارف المحلية بصفة خاصة، والمصارف العربية بصفة عامة، لمخاطر لا يمكن تجنبها.

## المبحث الثاني

## الخدمة المصرفية وخصائصها

الخدمة المصرفية : تعرف الخدمات المصرفية بأنها أحد الأنشطة التي تقوم بها المصارف بكل أنواعها الخاصة والحكومية , بقصد دعم الأنشطة المالية لعملائها وجذب عملاء جدد وزيادة الاموال دون تعريضها للمخاطر 2 , كما تمثل الخدمة المصرفية مجموعة الخدمات التي يقوم المصرف بتقديمها لعملائه حيث يمكن تعريفها على أنها نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، يقوم بتقديمها المصرف لعميله بغية إشباع حاجاته ورغباته، قد يكون إنتاجها مرتبط بمنتج مادي وقد لا يكون ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية كما تعرف الخدمة المصرفية بأنها نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يقدمها البنك لتلبية احتياجات ورغبات عملائه. إلى أن مفهوم الخدمة المصرفية يشتمل على ابعاد أساسية هما:

- 1- **البعد النفعي:** يتمثل هذا البعد في مجموعة من الفوائد التي يجنيها العملاء نتيجة استخدام الخدمات المصرفية، ويرتبط هذا البعد بالعملاء
- 2- **البعد التخصصي:** وهو يمثل مجموعة من الخصائص التي تميز الخدمات المصرفية، أي أن هذا البعد يتعلق بالخدمة المصرفية نفسها 3.

<sup>1</sup> هشام محمد صفوت العمري: اقتصاديات المالية العامة والسياسة المالية، مطبعة التعليم العالي، بغداد، ط2، 1988، ص 82.

<sup>2</sup> عبد الله محمد المطيري: إعادة هندسة الاعمال والتطوير التنظيمي، القاهرة: دار الكتب الحديث , 2016، ص178.

<sup>3</sup> فضل محمد ابراهيم المحمودي: التسويق المصرفي، صنعاء: جامعة العلوم والتكنولوجيا، 2014، ص18.

**خصائص الخدمات المصرفية 1:**

هناك مجموعة من الخصائص التي تفرّد بها الخدمات المصرفية وتتمثل أهم تلك الخصائص كالآتي:

- **سهولة التقليد:** يرجع نجاح العديد من البنوك إلى تقديم مجموعة متنوعة ومتميزة من الخدمات المصرفية، وعند تقديم خدمة جديدة مبتكرة يشرع باقي المنافسين في تقليد تلك الخدمة وتقديمها للسوق، ويكون من الصعب منعهم من تقديم خدمات متشابهة لتلك الخدمة المذكورة.
- **تفاعل العميل مع مقدم الخدمة:** وهو التفاعل بين مقدم الخدمة والعميل، ويتأثر التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة بالحالة النفسية للعملاء، وصفاتهم الشخصية، وخبراتهم السابقة في التعامل مع منظومة الخدمات، ومستوى تعليمهم ودخلهم ومن ناحية أخرى أيضاً بسلوك مقدم الخدمة نفسه ومهاراته وخبراته في التعامل مع العملاء، وكذلك مظهره وقدرته على الاستجابة الفورية لمطلب العملاء.
- **تزايد الاعتماد على الجانب التكنولوجي:** تعتبر التكنولوجيا أحد العناصر المهمة المؤثرة في تسويق الخدمات البنكية، فقد أدى ظهور وانتشار التقنيات الحديثة لوسائل الاتصال، وابتكار العديد من الخدمات البنكية الإلكترونية وقد أثر هذا على السوق وكيفية دخوله.
- **التغير في طبيعة الطلب:** وذلك نتيجة للتغير في حجم وتركيب الأسرة، وزيادة عدد المتقاعدين بسبب تنفيذ برامج الخصخصة، وتوسيع قاعدة الملكية الخاصة، وزيادة عدد المساهمين، بالإضافة إلى زيادة الوعي المصرفي والنمو المتزايد في اتجاه خدمة العملاء لأنفسهم عند حصولهم على الخدمات البنكية. القوانين والأعراف: نظراً للدور المهم التي تمثله صناعة الخدمات البنكية بالنسبة للقطاعات المختلفة في الاقتصاد القومي، فإنه يجب مراعاة تأثير القوانين والأعراف وانعكاسها على تلك الصناعة، فالقرارات المتعلقة بتصميم خدمات جديدة، أو تعديل خدمات قائمة، تتحد بشكل كبير في ضوء القوانين والأعراف التي تحكم العمليات المصرفية، ومن الضروري على المسؤولين عن التسويق أن يعملوا وفقاً لتلك المتغيرات.
- **تزايد توقعات العملاء نحو مسؤولية البنك تجاههم:** تشير إلى المسؤولية الضمنية لمنظمات الخدمات المصرفية نحو إدارة أموال العملاء، وتقديم النصيحة والمشورة المالية لهم.
- **التدفق المتبادل للمعلومات:** الخدمات المصرفية الفردية لا تتعلق بالموقف الشرائي المنفرد، ولكنها تتضمن سلسلة من المعاملات الثنائية المنتظمة بين العميل ومنظمة الخدمة خلال فترة زمنية، ونتيجة للاستمرارية من المعلومات الخاصة والسرية عن العميل ونشاطه، يتم الحصول عليها هذه المعاملات فإن قدر كبير ويقوم البنك في المقابل بإمداد العميل بالمعلومات التي تساعد في اتخاذ القرارات
- **الانطباع الذهني للعملاء عن الخدمة:** وهو مزيج بين توقعات العملاء عن الخدمة وما يصلهم من معلومات عنها عن طريق الاتصالات الخارجية.

<sup>(1)</sup> - محمد عبد العباس تركي: دور الانترنت في تدعيم الصيرف الإلكترونية، جامعة كربلاء، مجلة الغربي للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 67 ، 2015، ص 24.

**أنواع الخدمات المصرفية:****أولاً: خدمات مصرفية تقليدية:**

وهي عبارة عن مجموعة من الخدمات المصرفية المصممة لتلبية احتياجات مختلف مستويات العملاء، وتتميز بالميزات التالية 1:

- منح القروض بمختلف أنواعها.
- فتح الحسابات الجارية بكافة العملات.
- تقديم الخدمات البنكية بالتجزئة.
- تقديم الاستشارات الاستثمارية.
- التداول بالأسهم والسندات.
- بيع وشراء العملات والمعادن النفيسة.

**ثانياً: خدمات مصرفية غير تقليدية:**

وهي مجموع من الخدمات المصرفية المصممة لتلبية احتياجات العملاء أصحاب الارصدة والاستثمارات المالية الكبيرة والخاصة والتي يتم تقديمها باستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتتمثل في الآتي:

- إدارة المحافظ الاستثمارية والمالية بشكل محترف يستطيع من خلالها العميل من التداول بالأسهم إلكترونياً.
- التأمين على الحياة.
- خدمات الائتمان (تداول الأوراق المالية لحسابات العملاء، التعامل المصرفي الإلكتروني).

**ثالثاً: الخدمات المصرفية التقليدية المقدمة إلكترونياً:**

وتشمل الخدمات التي تقدمها البنوك المصرفية الإلكترونية خدمات الدفع والتحويل لمختلف الفواتير، وكذلك الإرشاد الصحيح للعملاء في مجالات الاستثمار المختلفة، والمساعدة في شراء الأسهم، والتعاملات مع البورصات، وغيرها الكثير، إلا أن أهم هذه الخدمات ظهرت مع ظهور التجارة الإلكترونية وكان الدافع وراء ظهورها هو الحاجة إلى توفير أدوات دفع تتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية، مما دفع بعض الشركات المتخصصة إلى تطوير أدوات تقليدية ورقية لتتمكن من التعامل من خلال أجهزة الكمبيوتر. ولذلك، قامت بعض الشركات المتخصصة بتطوير وسائل تقليدية تعتمد على الدعم الورقي لتتمكن من إجراء المعاملات من خلال أجهزة الكمبيوتر، وابتكار وسائل جديدة لم تكن معروفة من قبل. وهذا يدل بوضوح على الدور الهام الذي لعبتها المصارف في تطوير التجارة الإلكترونية

**رابعاً: الخدمات المصرفية الحديثة المقدمة إلكترونياً:**

تؤدي المصارف دوراً مهماً في تطوير التجارة الإلكترونية من خلال توفيرها لوسائل تبادل الأموال عبر الإنترنت، إلا أن بعض الأدوات، مثل الشيكات والتحويلات الإلكترونية، تتطلب وجود معاملة سابقة بين العميل والبنك، والتي تندرج بطبيعة الحال تحت الحساب المصرفي للعميل للمعاملات التي تندرج تحت الحساب المصرفي للعميل. ولذلك، تم البحث عن وسيلة أخرى ليتمكن عملاء البنوك من إجراء معاملات الدفع بسرعة أكبر، دون الحاجة إلى تفويض من البنك أو تفاصيل الحساب، وليتمكن العملاء من غير البنوك من إجراء المعاملات على الإنترنت<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد العباس تركي: **مصدر سبق ذكره**، ص27.

<sup>2</sup> محمود محمد ابو فروة: **الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت**، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009، ص61.

## المبحث الثالث

## القطاع المصرفي العراقي وعلاقته بالصيرفة الإلكترونية

انعكست التطورات التكنولوجية على تطور الصناعة المصرفية والخدمات التي انبثقت عنها والتي تتطلب تسويقها بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد أصبح تطور الخدمات المصرفية من أهم وأحدث التوجهات الحديثة التي شهدت توسعاً كبيراً في مختلف المجتمعات في السنوات الأخيرة نظراً لدورها المتزايد في الحياة العصرية، ومن أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة التي يقدمها القطاع المصرفي العراقي لعملائه كالاتي<sup>1</sup>:

## اولاً: البطاقات البلاستيكية Plastic Cards وقد تعددت انواع البطاقات منها:

- 1- بطاقات الائتمان Credit Card: وهي بطاقة بلاستيكية أو معدنية ممغنطة يكتب عليها اسم حاملها والتاريخ الذي أصدرت فيه وتاريخ نفاذ صلاحيتها ورقم سري لا يعرفه إلا الشخص الذي يمتلكها، إذ هي قرص يستطيع الزبون استعماله لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً، وأشهر أنواعها (Visa Card) 0
- 2- بطاقة الدفع Debit Card: وهي بطاقة تسمح لحاملها بتسديد مشترياته بوساطة الحسب من حساباته الجارية في المصرف مباشرة.
- 3- البطاقة الائتمانية المضمونة Secured Credit Card: وهي بطاقة أساسية مضمونة بودائع توفير ذات فوائد إذ تستعمل لضمان خط الائتمان الذي توفره البطاقة للزبون وتتاح هذه البطاقة للأفراد غير المؤهلين في الحصول على البطاقة التقليدية.
- 4- البطاقة الذكية Smart Card: تتضمن قطعة دقيقة أو شريط الكتر ومغناطيسي قابل للقراءة الكترونياً بواسطتها يتم تعديل الرصيد يعد كل مرة تستخدم هذه البطاقة ويتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل اسم والعنوان والمصرف المصدر لها، أسلوب الصرف، مبلغ المصروف وتاريخه، تاريخ حياة الزبون المصرفية.
- 5- بطاقات المحلات التجارية Store Card-In: تصدر هذه البطاقة من باعة المفرد أو المنظمات الخدمية والسلعية على ان هؤلاء الباعة.
- 6- البطاقات الذهبية أو الفضية Golden or silver card: يمنح المصرف هذه البطاقات للأشخاص الذين يبلغ حجم تعاملهم مع المصرف الى مقدار متميز لتسهيل حصولهم على خدمات المشتريات المختلفة ويعفى حاملها من مشقة حمل مبالغ مالية كبيرة فضلاً عن أنها تعرف بشخصية الزبون ونشاطه مع المصرف.

ثانياً: خدمة المصرف المنزلية: home banking هو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان المطلوبة وهذا يتضمن السرية العالية في التعامل

ثالثاً: التحويل الإلكتروني للأموال: Electronic funds transfer يقوم على فكرة نقل من حساب الي اخر من دون الاعتماد على الاساليب التقليدية المستخدمة عند إتمام المعاملات المالية وهناك ثلاث صيغ هي:

الصراف الآلي (Automated Teller machines) (ATM)

التحويل الإلكتروني للأموال عند نقطة المبيعات. Electronic fund transfer of point of sales.

التبادل الإلكتروني للبيانات. (Electronic data interchange)

<sup>1</sup> (عبد الرضا شفيق البصري وهديل عادل: تقنيات الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية والاهلية - جامعة بغداد الكلية التقنية الادارية، بغداد، العراق، 2018، ص 117).

رابعا: الفروع المؤتمتة بالكامل Full Automated Branches وهي أحدث شكل من أشكال الخدمة المصرفية التي تقوم بعمليات السحب والإيداع والاستفسار وغيرها.

خامساً: خدمة المصرف الهاتفي Telephone Banking وهي خدمة تقدمها المصارف لزيائنها عن طريق وجود شبكة اتصالات تسمح لزيائنها الاتصال بالمصرف بوساطة رقمه السري على جهاز الهاتف ثم يطلب منه إدخال رقم حسابه ثم يسأل عن العملية المصرفية التي يريدّها الزبون سواء كانت استفسار عن رصيده او استفسار عن سعر الصرف أو أي خدمة أخرى يطلبها الزبون.

### دور الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي العراقي:

من أجل تحسين نوعية الخدمات المصرفية، من الواضح أن القطاع المصرفي يعتمد على الابتكار ، أي استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتحسين نوعية الخدمات وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة ، وبالإضافة إلى ذلك ، فإن توقيت الخدمات الذي توفره المعدات ونظم المعلومات المختلفة ، واللامركزية والحصول على الوقت، والمرونة، وتسهيل عملية الحصول على الخدمات ، والتفاعل في الوقت الحقيقي ، والاستجابة السريعة، والتبادل الموثوق والأمن للمعلومات ، كلها عوامل تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتؤدي إلى تحسينها، تعتمد البنوك قنوات التوزيع الإلكترونية لزيادة ولاء العملاء ، لذلك، تتبنى البنوك قنوات التوزيع الإلكترونية لزيادة ولاء العملاء ، وهي ملزمة بتحسين الخدمات التي تقدمها ، ويتفق جميع المسوقين على أن اعتماد كفاءة الشبكة يؤدي إلى وفورات كبيرة في التكاليف ، ويوفر وفورات الحجم ، ويوفر فرصاً لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة ، وببني قاعدة عملاء واسعة أهم آثار الخدمات المصرفية الإلكترونية على القطاع المصرفي العراقي منذ عام 2010 هي فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات : لذلك ، يمكن ملاحظة أن البنوك بالاعتماد على قنوات التوزيع والاتصال الإلكترونية يمكن أن تزيل الحواجز المكانية والزمانية وبالتالي غزو الأسواق للاحتفاظ بالعملاء الانفتاح وحتى استهداف شرائح جديدة من الأسواق المحلية والأجنبية، لذلك يمكن القول أن الإدخال المتقدم للخدمات المصرفية الإلكترونية له تأثير إيجابي على البنوك فيفتح أسواق جديدة.

إن التكنولوجيا تساعد المؤسسات على تقديم خدمة أفضل لعملائها وبالتالي تنفي المنافسة وتتغلب عليها، لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولاً، أكثر تماسكاً، أكثر ثراءً، وأكثر ابتكاراً لكل من المؤسسة والعمل نفسه، ونحن نعتقد في الواقع أن اعتماد البنوك على التكنولوجيا يتيح فرصاً جديدة لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين<sup>1</sup>.

### 1- تعزيز العلاقة مع العملاء:

تُظهر الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية تستخدمها لتعزيز العلاقات مع العملاء المحتملين أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، ولذلك يمكن للمؤسسات المالية، من خلال اعتماد التجارة الإلكترونية، أن تعزز علاقاتها مع عملائها من خلال قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في أي وقت.

### 2- جودة الخدمات البنكية المقدمة للعملاء:

تتزايد أهمية الجودة في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء من أجل التمايز والتميز عن المنافسين، وبالإضافة إلى كون العملاء هم من يحكمون على جودة المنتجات، لا ينبغي إغفال تقييم الجودة من قبل الخبراء، وذلك لأن العملاء قد يخطئون ونفي الحكم على جودة المنتج لأنهم قد يكونون غير مدركين أو غير مدركين لأهمية وجود أو عدم وجود خصائص معينة في المنتج

<sup>1</sup> فضيلة شرف: اثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، قسطنطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة فنتوري، 2009، ص63.

والجودة هي ميزات أو خصائص المنتج أو الخدمة التي تساهم في إرضاء المستهلك، مثل السعر والسلامة والتوافر والموثوقية واليقين وسهولة الاستخدام.

### وللجودة العديد من الأبعاد التي تأخذ بعين الاعتبار<sup>1</sup>:

أ\_ **الموثوقية**: يتناول هذا البعد اتجاه عملاء البنك إلى أن مقدم الخدمة موثوق وجدير بالثقة ويقدم الخدمات في الوقت المحدد.  
ب\_ **التجاوب**: يتناول هذا البعد تصورات العملاء عن مدى استعداد مقدم الخدمة لمساعدتهم وتلبية احتياجاتهم وطلباتهم المتغيرة ومساعدتهم على تحقيق رضاهم.

ج\_ **الطمأنينة**: يتناول هذا البعد تصورات العملاء لسلوك مقدم الخدمة الذي يمنح العملاء الثقة من خلال إظهار اللباقة وأداء الخدمة.

د\_ **التعاطف**: يتعامل هذا البعد مع تصورات العملاء حول اهتمام مقدمي الخدمة بالعملاء بشكل فردي واهتماماتهم المشتركة وإعطاء الأولوية لمصالح العملاء على مصالح المؤسسة، علاوة على ذلك، يشير البعد الاجتماعي إلى مدى ملاءمة المنتج من الناحيتين الاجتماعية والدينية، أي ما إذا كانت الخدمة أو المؤسسة الخدمية مقبولة اجتماعياً من ناحية ومجدية اقتصادياً من ناحية أخرى.

### الخطط المستقبلية للقطاع المصرفي العراقي لتطوير وتوسيع انظمة الصيرفة الالكترونية:

التطوير والتحديث: تطوير وتحديث كافة مكونات النظام، بهدف زيادة كفاءة عمل النظام بما يتناسب مع حجم التدفقات النقدية والمالية، وبالتالي توفير الأمان والسرعة في معالجة المدخلات وتسويتها، وكذلك المساهمة في تقليل المخاطر وتحسين أداء العمليات المصرفية والمالية. وذلك لضمان التوافق والمواءمة مع المعايير والأنظمة الدولية في مجال المدفوعات لاستيعاب حجم المعاملات المتزايدة التي تتم من خلال هذا النظام، وكذلك لتسهيل التكامل مع مختلف الأنظمة المصرفية CBS للمصارف العاملة في العراق، مما يعطي مرونة في إدخال واسترجاع البيانات والتحويلات تسهيل عملية النسخ الاحتياطي والتخزين المتزامن، بحيث لا تضيق المعلومات أو تضيق في غير محلها. وفيما يلي التحسينات المستقبلية لنظام GSRS لتداول السندات الحكومية في سوق الأوراق المالية. ويهدف إنشاء سوق ثانوية، سيتم ربط نظام GSRS بنظام التداول الإلكتروني لسوق الأوراق المالية العراقية من خلال نظام تداول إلكتروني، مما يجعل العراق موقعاً جذاباً للمستثمرين المحليين والأجانب على حد سواء.

كما ستشمل التحديثات أيضاً برنامجاً ربطي ربط الأنظمة المصرفية الرئيسية مع نظام GSRS، ونظامي الدفع الآلي ((ACH ونظام الدفع الآلي (RTGS) ستؤدي هذه التحديثات إلى تحسين كفاءة وسرعة العمليات من خلال تقديم تسهيلات وخدمات محدثة بكفاءة، وضمان السرية ومتطلبات الأمان مع إمكانيات المراقبة والتدقيق، وتوفير المرونة في إدخال البيانات والتحقق من البيانات والتحويلات. إن التنوع المتزايد في التقارير المستخرجة من خلال النظام يسمح، على بيان الارصدة بأعداد تقارير توضح الأرصدة الافتتاحية والختامية لكل بنك وليوم محدد، واستخراج وطباعة التقارير والتحويلات للبنوك بعد وقت إغلاق النظام أو لنفس يوم العمل أو ليوم سابق في هذه التقارير الإلكترونية، موقعة باسم المستخدم، مدفوعات التجزئة وإدارة التجزئة الوطنية Switch National يعمل البنك المركزي على مشاريع البنية التحتية لأنظمة مدفوعات التجزئة وسويتش ناشيونال والمدفوعات عبر الهاتف النقال في إطار جهوده لتطوير القطاع المصرفي والمالي العراقي بما يتماشى مع التطورات العالمية في هذا المجال، ويعمل البنك على إطلاق هذه المشاريع نظام مدفوعات التجزئة المتبادل العراقي للمدفوعات بالتجزئة سيتيح للمصارف العراقية فرصة الوصول إلى أحدث الأدوات المتكاملة والمتطورة للمدفوعات النقدية، وهذا المشروع المهم الذي سيساهم في تسهيل المعاملات بين المواطنين والأجانب، وتنشيط السوق المحلية وخلق جو من المنافسة، فضلاً عن تقليل التعامل النقدي للبيئة المتكاملة.

<sup>1</sup> (أياد عبد الله خنفر: التسويق المصرفي مدخل معاصر، الاردن: دار وائل للنشر، 2015، ص158.

## الاستنتاجات

## تم التوصل إلى استنتاجات:

1. ترتبط النظم المصرفية الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً بالوظيفة الأساسية للسلطات المالية المتمثلة في تحقيق الاستقرار المالي. وترتبط هذه الوظيفة بكفاءة وسلامة هذه النظم وتتحقق من خلال دور السلطات المالية في تشغيل هذه النظم والإشراف عليها.
2. يؤدي النظام المصرفي الإلكتروني دوراً مهماً في استكمال عمل جميع أدوات السياسة النقدية الرئيسية غير المباشرة.
3. تساهم الصيرفة الإلكترونية في اقتناص الفرص الاستثمارية والائتمانية العاجلة أو طويلة الأجل التي قد تنشأ في مجال العمليات فور ظهورها، وذلك من خلال تزويد متخذي القرار بالبيانات والإحصاءات الهامة، خاصة فيما يتعلق بالسيولة المالية، وتقليل فجوة الخسارة إذا كانت هذه الفرص جيدة وكذلك تقليل سرعة التعامل مع مثل هذه الفرص والحالات الناشئة عنها..
4. قد أدخل النظام المصرفي الإلكتروني العديد من التحسينات على العمليات المصرفية، وبالتالي تعزيز مركز الثقة في العمليات، واكتشاف الثغرات التشغيلية المقصودة وغير المقصودة ورفع مؤشر الفرص لاتخاذ الإجراءات المناسبة في كل حالة..
5. تعرض الأنظمة المصرفية الإلكترونية لمخاطر مختلفة، والتي يمكن التخفيف من حدتها باتخاذ التدابير اللازمة. , والتي تناولتها الدراسة الحالية من تدابير امنية وتدابير فنية تخص الكوادر الوظيفية المصرفية وزيادة الخبرات من خلال اقامة الدورات التطويرية .

## التوصيات:

1. تحديث الاجراءات الالكترونية العاملة في القطاع المصرفي من أجل زيادة كفاءة عمل القطاع المصرفي بما يتناسب وحجم التدفقات النقدية والمالية وجعل العراق مكان وساحة جذب للمستثمر .
2. أتمتة جميع العمليات المالية بين الوزارات والهيئات الوطنية وتفعيل التحويلات عبر الانظمة الالكترونية من أجل توسيع وتطوير العمليات وتطويره والاستفادة الكاملة من النظام المصرفي الالكتروني.
3. العمل على استكمال تنفيذ ما تبقى من تفاصيل وإجراءات النظام الإلكتروني في القطاع المصرفي وإعداد البنية التحتية اللازمة لتزويد كافة فروع البنوك بالتجهيزات اللازمة تمهيداً لإدخال وتشغيل كافة الخدمات المصرفية الإلكترونية الجديدة، كما يجب الاهتمام بشبكة الاتصالات، وتشكل شبكة الاتصالات أحد أسس نجاح البنك، بما في ذلك الربط بين الفروع والمركز الرئيسي من جهة، وتسهيل تبادل البيانات والمعلومات بين كل فرع وقاعدة البيانات مما يساعد على سرعة وإنجازا لعمل
4. دعم البحث والتطوير في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية بهدف ضمان استخدامها وتوسيع انتشارها على نطاق واسع.
5. العمل على تحسين الاداء على مستوى الموظفين من أجل تحسين الخدمات المصرفية المقدمة.

## المصادر

1. اعد حمود القيسي: المالية العامة والتشريع الضريبي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الاردن- عمان، 2008
2. اياد عبد الله خنفر: التسويق المصرفي مدخل معاصر، الاردن: دار وائل للنشر , 2015.
3. صالح مفتاح، وفريدة معارفي: البنوك الإلكترونية، بسكرة، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر , 2015
4. عبد الرضا شفيق البصري، هديل عادل طاهر: تقنيات الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية، دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية والاهلية\_جامعة بغداد الكلية التقنية الادارية، بغداد، العراق. 2008.
5. عبد الجواد نابف: اقتصاديات المالية العامة والسياسة المالية، مطبعة الجامعة، بغداد، 1967.
6. عبد القادر بالهادي، وعز الدين نزعي: متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية: جامعة عاشور زيان، الجلفة، العدد 35 , 2018.
7. عبد الله محمد المطيري: اعادة هندسة الاعمال والتطوير التنظيمي، القاهرة: دار الكتب الحديث , 2016.
8. فاطمة ناشف: وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، مستغانم: مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2018.
9. فضل محمد ابراهيم المحمودي: التسويق المصرفي، صنعاء: جامعة العلوم والتكنولوجيا، 2014.
10. فضيلة شرف: أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، قسطنطينية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة فنتوري , 2009.
11. هشام محمد صفوت العمري: اقتصاديات المالية العامة والسياسة المالية، مطبعة التعليم العالي، بغداد، ط2، 1988.
12. هاشم الجعفري: مبادئ المالية العامة والتشريع المالي، مطبعة سلمان الاعظمي، بغداد، ط3، 1968، ص 77
13. ليث محمود أحمد الحاج: نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية قدمت هذه استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم الإدارة والأعمال كلية أعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن , 2012.
14. مينة بركان: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، الجزائر: أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2013.
15. ميادة بلعياش: أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، بسكرة: أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، 2014.
16. محمود محمد أبو فروة: الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
17. منصور ميلاد يونس: مبادئ المالية العامة، المؤسسة الفنية للطباعة والنشر، 2004.
18. ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير العبدلات: الصيرفة الإلكترونية- الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، عمان: دار وائل للنشر،
19. محمد عبد العباس تركي: دور الانترنت في تدعيم الصيرف الإلكترونية، جامعة كربلاء، مجلة الغربي للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد 67 , 2015 ,