

"الابتكار المصرفي الإسلامي دوافعه وواقعه وآفاقه المستقبلية"

ناديه جودت يوسف

الملخص

هدفت الدراسة إلى رصد مدى حاجة المصارف الإسلامية إلى الابتكار والإبداع وتقويم واقع هذه التجربة وآفاقها المستقبلية. تفترض الدراسة أن الابتكار المصرفي الإسلامي يسهم في رفع مستوى كفاءة المصارف الإسلامية وجودة خدماتها ومنتجاتها. حيث ركزت الدراسة على ماهية الابتكار المصرفي الإسلامي وأهميته، وكذلك الواقع الراهن للابتكار في المصارف الإسلامية، وما يحيط به من تحديات ومخاطر كان لا بد من التطرق إليها، وصولاً للحديث عن الآفاق المستقبلية للابتكار في المصارف الإسلامية. وقد أوصت الدراسة بضرورة توظيف ومواكبة أحدث التطورات التكنولوجية والأساليب الابتكارية في المصارف الإسلامية، بما يضمن تحقيق أهدافها في التميز والريادة مع الالتزام بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية الذي اتخذته شعاراً لها يميزها عن المصارف التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الابتكار المصرفي الإسلامي، البنوك الخلوية، التكنولوجيا المالية.

Abstract

The study aimed at tracking the Islamic banks need to innovation and creativity and to evaluate the reality of this experience and its future prospects. The study assumes that Islamic banking innovation contributes to raise the efficiency of Islamic banks and the quality of their services and products. The study focused on the nature of Islamic banking innovation and its importance, as well as the current reality of innovation in Islamic banks and the surrounding challenges and risks, then talking about the future prospects of innovation in Islamic banks.

The study recommended the need to employ and keep pace with the latest technological developments and innovative methods in Islamic banks, in order to achieve their objectives of superiority and leadership while adhering to the Islamic provisions and principle, which adopted as a motto that distinguishes them from conventional banks.

Keywords: Islamic banking innovation, Mobile banking, financial technology.

المقدمة

يعد الابتكار والإبداع من القضايا التي تحتاج إلى الكثير من الاهتمام من قبل المصارف الإسلامية في ظل ما تواجهه من منافسة شديدة وتحديات كثيرة وضعتها أمام مفترق طرق، فإذا أن تغلق على نفسها الأبواب رافضة كل ما هو جديد، راضية بما وصلت إليه، متجاهلة ما تتعرض له من مخاطر. وإما أن تواجه هذه التحديات بإرادة قوية من خلال تطوير منتجات وأدوات مالية مبتكرة تجمع بين الكفاءة والجودة، وتتوافق بذات الوقت مع أحكام الشريعة الإسلامية؛ وبذلك تلبي طموح وتطلعات العملاء واحتياجاتهم الفعلية. ولا سبيل إلى هذا الطريق إلا من خلال الابتكار والإبداع، فهو الوسيلة الوحيدة التي ستساعد المصارف الإسلامية على إثبات ذاتها والمحافظة على منجزاتها وترسيخ مكانتها وهويتها. فعلى الرغم مما حققت المصارف الإسلامية من نمو وانتشار، إلا أنها جوبهت بكثير من الصعوبات والتحديات والتي قد تشكل خطراً يهدد مستقبلها؛ وبالتالي فهي بأمر الحاجة لدعم نهج الابتكار والإبداع لديها، بما يمكنها من تحقيق الغرض من وجودها والوصول إلى أهدافها التي طالما ناضلت من أجلها.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوع الابتكار والإبداع، لاسيما في قطاع المصارف الإسلامية نظراً لارتباطه بتطورها وإثبات ذاتها خاصة في ظل وجود المصارف التقليدية التي سبقتها بعقود، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فإن المصارف الإسلامية في أمس الحاجة لتبني نهج الابتكار والإبداع؛ بما يسهم في تطوير وتنويع خدماتها ومنتجاتها، وهو ما يحتم عليها تصميم نماذج مبتكرة للعمل المصرفي وفق رؤية مصرفية إسلامية تلبي الطلب المتزايد على خدماتها ومنتجاتها المتوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية في معظم أنحاء العالم.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما هو الابتكار المصرفي الإسلامي؟ وماهي دوافع المصارف الإسلامية إلى تبني نهج الابتكار؟
- ما هو واقع الابتكار والإبداع في المصارف الإسلامية؟
- ما هي الآفاق المستقبلية للابتكار المصرفي الإسلامي؟

منهجية الدراسة

قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي للتعرف على الجوانب النظرية لموضوع الدراسة من خلال الاعتماد على الكتب والمجلات العلمية وأبحاث المؤتمرات والندوات والمواقع الإلكترونية المتعلقة بموضوع الابتكار والتطور التكنولوجي، ثم القيام بتحليل هذه الأدبيات وتفسيرها من أجل الإجابة على الأسئلة المطروحة.

الدراسات السابقة ذات الصلة

هناك عدد من الدراسات الحديثة التي تناولت موضوع الابتكار والإبداع وأهميته بالنسبة للمصارف بشكل عام الإسلامية منها والتقليدية، والتي سنعرض لأهمها فيما يلي:

- دراسة (المطيري، ٢٠١٢) "أثر التوجه الإبداعي على تحقيق ميزة تنافسية- دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية". هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم التوجه الإبداعي وأثره على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الكويتية، وصمم الباحث لأجل ذلك استبانة اشتملت على ٣٠ فقرة تخص العينة المكونة من ١٠٢ مفردة. توصل الباحث إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكل من نية الإبداع، وتوفر البنية

التحتية للإبداع، وتنفيذ الإبداع على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الكويتية. وقد أوصت الدراسة بضرورة اعتماد البنوك التجارية الكويتية على أمط جديدة ومعاصرة في إدارة العمليات التشغيلية وذلك لتحقيق التميز والتفوق على البنوك الأجنبية العاملة في الكويت.

- دراسة (ميهوب، ٢٠١٤) " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد-". هدفت الدراسة إلى إبراز أسباب ودوافع اعتماد التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات والمعلومات وأثر استخدامها على الأداء التجاري والمالي للمصارف من خلال اختيار عينة من المصارف الفرنسية. توصلت الدراسة إلى أن وجود التقنيات الحديثة يساعد المصارف على تطوير أدائها التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية، والتحكم في التكاليف وجعل الخدمات منافسة، كما يساهم في تحقيق تنوع في طرق عرض الخدمة من خلال القنوات المصرفية المتعددة التي تبنتها المصارف، منها: الصراف الآلي، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية والإنترنت. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض تطوير أدوات ووسائل الدفع في المصارف لتتماشى مع بيئة الأعمال الإلكترونية، قد انعكس على ربحية المصارف.

- دراسة (مفتاح وحاجي، ٢٠١٦) " أثر رأس المال الفكري على ربحية المصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة- دراسة عينة من المصارف الإسلامية لدول مجلس التعاون الخليجي". بحثت الدراسة في تأثير رأس المال الفكري على ربحية المصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة، باستخدام عدة أساليب إحصائية، حيث شملت الدراسة عشرة مصارف إسلامية بدول مجلس التعاون الخليجي. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية وتأثير ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على ربحية المصارف الإسلامية بدول مجلس التعاون الخليجي عينة الدراسة، الأمر الذي يعني ضرورة قيام المصارف الإسلامية ببناء رأس المال الفكري والاستفادة منه لضمان فرص البقاء والاستمرار والنمو وتحقيق الربحية.

- دراسة (حنين، ٢٠١٧) " أثر استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في إدارة علاقات الزبائن (دراسة ميدانية في البنوك الإسلامية الأردن)". هدفت الدراسة للتعرف على أثر استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في إدارة علاقات الزبائن، من خلال إجراء دراسة ميدانية على جميع المصارف الإسلامية في الأردن، باستخدام استبانات شملت ٤٤٩ مستجيباً من زبائنها. أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتمثلة ب (الرسائل القصيرة، موقع البنك الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي) على إدارة علاقات الزبائن في البنوك الإسلامية في الأردن. وعلى ضوء هذه النتائج قدمت الدراسة عدداً من التوصيات أبرزها: التطوير المستمر للمواقع الإلكترونية الخاصة بالمصارف الإسلامية في الأردن بحيث يتلاءم مع نوعية الخدمات المقدمة، وضرورة تبني الإدارة العليا فيها لاستراتيجيات أكثر فاعلية للتواصل مع الزبائن من خلال توافر بنية تحتية جيدة.

- دراسة (Fardosa Ibrahim, 2016) "Product Innovation in Islamic Banking and Growth of SMES in Nairobi". سعت الدراسة لتحليل ابتكارات المنتجات والخدمات التمويلية في المصارف الإسلامية، ومدى مساهمتها في نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة في نيروبي، من خلال تصميم استبيان استهدف جميع البنوك في كينيا التي تقدم المنتجات الإسلامية. وقد خلصت الدراسة إلى أن مختلف الابتكارات التمويلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية كانت ذات تأثير مهم وإيجابي على نمو الشركات الصغيرة والمتوسطة، والتي كانت على استعداد لتبني الخدمات المصرفية الإسلامية الحديثة والمنتجات التمويلية التي تصممها المصارف الإسلامية خصيصاً لها؛ لمساهمتها في نموها واستدامتها. كما خلصت الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تواجه تحديات تعيق تطورها، وعلى المصارف الإسلامية أن تحد من هذه المعوقات من خلال تقديم خدماتها المصرفية عبر الهاتف المحمول وابتكار منتجات تلبي احتياجات العملاء، بالإضافة إلى تبني استراتيجيات تسويق جديدة لزيادة مستوى الوعي بمنتجات هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة.

- دراسة "The Impact of the Knowledge (Ivica et al., 2016) Economy on Islamic Banks Performance". عرضت الدراسة الواقع الحالي لأداء الصناعة المصرفية الإسلامية وأهم التحديات التي تواجه تبني اقتصاد المعرفة في المصارف الإسلامية، كما ناقشت الدراسة مدى تحقيق المصارف الإسلامية لمتطلبات اقتصاد المعرفة. خلصت الدراسة إلى أن القطاع المصرفي هو من أكثر القطاعات الاقتصادية استجابة للتغيرات الناجمة عن اقتصاد المعرفة؛ حيث يتطلب ذلك من المصارف الإسلامية أن تعتمد على شبكة الاتصالات والمعلومات، وأن تتبنى استراتيجية الدمج التي ستساعد على خفض تكاليف التشغيل واكتساب التقنيات المصرفية؛ مما سيزيد من قدرتها على المنافسة وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة، والعمل على تفعيل الشراكة مع البنوك الدولية، وخاصة في الجزء الفني؛ للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات الحديثة في مجال الأعمال المصرفية.
- دراسة (Khan and Bhatti, 2018) "Islamic banking and finance: on its way to globalization". الهدف الرئيسي من هذه الورقة هو تسليط الضوء على أسباب النمو غير المسبوق للتمويل والمصرفية الإسلامية، والتقدم الذي شهدته الصناعة المصرفية والمالية الإسلامية في الأدوات والأنظمة والقطاعات والأسواق. توصلت الدراسة إلى أن الصناعة المصرفية والمالية الإسلامية قد حققت تطورات هائلة لتصبح بديلاً حقيقياً وقابلاً للتنافس مع الأنظمة التقليدية على المستوى العالمي؛ مما عزز من انطلاق المصرفية الإسلامية في الأسواق التجارية والمالية الأجنبية. وقد ساهمت بعض العوامل الأساسية في نجاح الأعمال المصرفية والمالية الإسلامية، مثل ارتفاع أسعار النفط، والانتعاش في اقتصاديات الشرق الأوسط، والابتكار في المنتجات، وتطور تقنيات تكنولوجيا المعلومات التي تعمل كمحفز للصناعة المصرفية والمالية الإسلامية لأن تصبح عالمية.

إضافة الدراسة

على الرغم من وجود بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الابتكار وأثره على المصارف الإسلامية، إلا أن ما يميز هذه الدراسة أنها تحاول تسليط مزيد من الضوء على الآفاق المستقبلية للابتكار المصرفي الإسلامي وربطه بالتكنولوجيا الحديثة والتي خلت الدراسات السابقة منها، بهدف حث المصارف الإسلامية على الاهتمام بهذا الموضوع المهم؛ وذلك من خلال بيان الدور الذي يلعبه الابتكار في تطوير مسيرتها. إذ تتمثل إضافة الدراسة في محاولة الباحثة الوصول إلى نتائج وتوصيات قد تسهم في تعزيز مستقبل المصارف الإسلامية من خلال تبنيتها نهج الابتكار.

خطة الدراسة

سيتم تقسيم هيكل الدراسة إلى ثلاثة مباحث رئيسية ومطالب فرعية تابعة لها على النحو الآتي:

المبحث الأول: ماهية الابتكار المصرفي الإسلامي وأهميته.

المبحث الثاني: واقع وتحديات الابتكار المصرفي الإسلامي.

المبحث الثالث: الآفاق المستقبلية للابتكار المصرفي الإسلامي.

المبحث الأول: ماهية الابتكار المصرفي الإسلامي وأهميته

عندما ظهرت المصارف الإسلامية لأول مرة راهن الكثيرون على مدى قدرتها على الاستمرار والنمو، خاصة في ظل نظام اقتصادي تسوده منذ عقود المصارف التقليدية القائمة على التعامل بالفائدة. ومع ذلك فقد استطاعت المصارف الإسلامية إثبات وجودها وترسيخ موطئ قدم لها في الاقتصاد العالمي، وتمكنت من تحقيق إنجازات كبيرة يشهد لها القاصي والداني. وحتى تتمكن المصارف الإسلامية من تعزيز مكانتها وتحقيق مزيد من التقدم على المستوى العالمي؛ كان لا بد لها من اتباع منهج الابتكار والإبداع. حيث تسعى الدراسة في هذا المبحث للتعرف على ماهية الابتكار المصرفي الإسلامي وأهميته، من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول : ماهية الابتكار المصرفي الإسلامي

في عالم سريع التغيرات، أصبح الابتكار والإبداع في عصرنا هذا ضرورة لا غنى عنها وحاجة ملحة من أجل البقاء؛ فالمنظمة أو المؤسسة الاقتصادية التي لا تمتلك القدرة على الابتكار والإبداع في مجال عملها ستواجه بالتأكيد تحديات كبيرة وصعبة، وذلك لأن منافسيها يقومون بالابتكار والتحسين المستمر لمنتجاتهم وخدماتهم؛ مما يؤثر على بقائها والذي يعد الهدف الرئيسي لأي مؤسسة أو منظمة (نيفين، ٢٠١٦، ص ١٢). وهذا يعني أن المنظمة أو المؤسسة التي ترغب في البقاء والاستمرار، يجب عليها أن تبني نهج الابتكار والإبداع كوسيلة رئيسية تمكنها من تطوير منتجاتها وخدماتها بما يضمن استدامة الطلب عليها.

ولذلك كان لا غنى للمصارف الإسلامية عن تبني نهج الابتكار باعتباره من الركائز الأساسية التي تحقق لها التميز. فالابتكار الذي تسعى إليه المصارف الإسلامية ليس مجرد الاختلاف عن المصارف التقليدية؛ فلا بد أن يكون هذا الاختلاف مصحوباً بالإبداع حتى تتمكن المصارف الإسلامية من إثبات كفاءتها وتميزها، ولن يتم ذلك إلا إذا استطاعت الخدمات والمنتجات المصرفية الإسلامية المبتكرة أن تحقق ما عجزت عن تحقيقه المصرفية التقليدية، الأمر الذي يؤكد ضرورة الابتكار بما يتوافق مع مبادئ الاقتصاد الإسلامي.

ويعرف الابتكار في الاقتصاد الإسلامي بأنه: "الابتكار في القطاع الاقتصادي، من حيث قدرة المؤسسات المالية والاقتصادية على تحقيق رغبات زبائنها والمستثمرين فيها بشكل سريع وفعال مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات التي تطرأ على السوق ومواكبتها بشكل دائم، وذلك وفق النظم والأطر الإسلامية الشرعية التي تميز وسائل الابتكار وغاياته وأدواته وطرق تطبيقه، بخلاف الأنظمة الوضعية الأخرى" (محمد، ٢٠١٧، <https://islamonline.net>). وهذا المفهوم لا يخرج عن مفهوم الابتكار بشكل عام، إلا أنه يعكس وجهة نظر الإسلام بأن تكون عملية الابتكار في إطار ضوابط وقواعد الشريعة الإسلامية. فإذا لم يستند الابتكار والإبداع إلى عقيدة أخلاقية كعقيدتنا الإسلامية؛ فسيؤدي إلى نتائج كارثية، فلا أحد ينكر ما حل بالعالم من أزمات اقتصادية عالمية تحت مسمى الابتكار. وهذا يعني أن الابتكار المصرفي الإسلامي يجب أن يحافظ على أصالة ومصادقية المصارف الإسلامية لا أن يكون وسيلة للتحايل على مبادئ الشريعة.

ومن هنا يمكن تعريف الابتكار المصرفي الإسلامي بأنه: مجموعة من الإجراءات والتدابير التي تتبناها المصارف الإسلامية لتلبية احتياجات ورغبات زبائنها من خلال إيجاد وتصميم حلول مالية مبتكرة سواء بإعادة تأهيل منتجات قائمة وتطويرها أو بتصميم منتجات جديدة تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية وضوابطها (قنطقجي، ٢٠١٦، ص ٤٥).

وبشكل أساسي، يجب على المصارف الإسلامية أن تكون أكثر مرونة و قادرة على مواكبة التطورات السريعة وتلبية رغبات العملاء المتعددة والمتجددة. وبالعوم فإن الابتكار يجب أن يشتمل على ما يلي (نيفين، مرجع سابق، ص ٩):

١. المنتج: هو الابتكار الذي يأتي بالمنتجات الجديدة التي تقدم من أجل الإيفاء بالحاجات الحالية للعملاء بكفاءة أعلى وخصائص أفضل.
٢. العملية: هو الابتكار الذي يأتي بطريقة جديدة أو تكنولوجيا جديدة تغير طريقة العمل أو الإنتاج بما يحقق إنتاجية أعلى، أو استخدام مواد أقل، أو تحسن خصائص المنتجات المادية أو الوظيفية أو الجمالية.
٣. الخدمة: كما يكون الابتكار في المنتجات الجديدة يكون كذلك في الخدمات الجديدة، فتقديم خدمة جديدة يمثل ابتكاراً جديداً.
٤. نموذج الأعمال: لكل اقتصاد نماذجه المتميزة، فنموذج الأعمال هو التصميم الاستراتيجي لكيفية سعي المؤسسة لتحقيق الربح من استراتيجيتها وعملياتها ونشاطاتها.

والابتكار والإبداع ليس بالأمر الجديد على ديننا الإسلامي، بل هو سمة لهذا الدين الذي يحب الإنقاذ في كل عمل يعمل به الإنسان ولا يحب التقليد الأعمى واتباع الآخرين بغير علم ولا هدى، وهذا ينعكس بالتأكيد على جميع القطاعات بما فيها قطاع المصارف الإسلامية.

المطلب الثاني: أهمية الابتكار المصرفي الإسلامي

يلعب الابتكار دوراً فعالاً باعتباره واحداً من محركات النمو الاقتصادي وتحسين الإنتاجية، كما أنه يرسخ خطوات التحول نحو اقتصاد المعرفة، إضافة إلى دوره في مواجهة التحديات التي تواجه الحكومات والمؤسسات (نيفين، مرجع سابق، ص ٣).

وقد أيد كثير من الاقتصاديين الحاجة إلى الابتكار. فقد أشار جوزيف شومبيتر لأثر الابتكارات على تطور المؤسسات المالية؛ وذلك عبر تطوير منتجاتها وإجراءاتها التسويقية، وفتح أسواق جديدة، وكذلك التطور التكنولوجي المرتبط بالابتكارات؛ أو ما يعرف بعنقود الابتكارات "Innovations Cluster of" (Schumpeter, 1942).

ومع كل ما حققته المصارف التقليدية من تقدم كبير، إلا أنها مازالت تسعى لتحقيق الابتكار والإبداع في خدماتها ومنتجاتها المقدمة؛ مما يحتم على المصارف الإسلامية ابتكار منتجات وصيغ تمويلية تواكب التطورات الهائلة، لتتمكن من منافسة المصارف التقليدية. ويمكن تلخيص حاجة المؤسسات المالية لتطوير منتجاتها بشكل مستمر؛ سواء كانت تقليدية أو إسلامية في النقاط التالية (جاسر، ٢٠١٠، ص ٧-٨):

١. المحافظة على استدامة النمو وذلك من خلال تجنب تقادم المنتجات الحالية. فكما هو معلوم أن لكل منتج دورة حياة، وفي مرحلة تشبع السوق سيفقد المنتج ميزته التنافسية ويتوقف الطلب على المنتج.
٢. تنوع مصادر الربحية للمؤسسة المالية.
٣. تقليل مخاطر الاستثمار بتنوع صيغه وقطاعاته.
٤. دعم المركز التنافسي للمؤسسة المالية في السوق.
٥. زيادة خبرة المؤسسة وإبقائها في حيوية مستمرة.

ونظراً لما شهده العالم من سيطرة الاقتصاد المعرفي على زمام الأمور في جميع القطاعات، وما أحدثته المعرفة من تغييرات ملحوظة في نمط عمل كثير من منظمات الأعمال؛ والتي حاولت دعم ميزتها التنافسية من خلال التسابق على امتلاك المعرفة وتسخيرها لتحقيق الإبداع المؤسسي. ومن هذه المؤسسات المصارف؛ التي حاولت الاستفادة من المعرفة في ابتكار خدمات ومنتجات مصرفية جديدة؛ تنال رضى العملاء وتسهم في تحقيق عوائد

عالية، وتدعم قدرتها التنافسية في مواجهة المؤسسات المالية وغير المالية التي صارت تقدم خدماتها المالية والمصرفية، حتى دون الحاجة إلى فروع مصرفية (كنجو، ٢٠١٢، ص ١).

لذلك أصبحت الحاجة ماسة للابتكار والإبداع في المصارف الإسلامية؛ باعتباره داعماً أساسياً للتغيير الجوهري في منتجاتها وخدماتها المصرفية. ومن المتوقع إن يؤدي تبني نهج الابتكار والإبداع من قبل المصارف الإسلامية إلى عدة نتائج رئيسية منها:

- التوسع جغرافياً و الدخول إلى أسواق جديدة واكتساب عملاء جدد.
- تخفيض التكاليف والنفقات التشغيلية والإدارية بما ينعكس إيجاباً على ربحية المصارف الإسلامية ويعزز قدرتها التنافسية.
- إعادة تصميم الخدمات والمنتجات المصرفية وابتكار حلول مالية جديدة بما يواكب أحدث التطورات التكنولوجية (مثل حلول الدفع وحلول لخدمة العملاء وحلول تمويلية)؛ مما يعزز من استقطاب الودائع في المصارف الإسلامية ويدعم بذات الوقت قدرتها التمويلية.
- اكتساب الموظفين لمهارات جديدة في تقديم خدمات ومنتجات مصرفية متميزة تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية وتواكب التطورات في الصناعة المالية وتلبي حاجات العملاء الذين يتطلعون إلى كل ما هو جديد.

ومما لا شك فيه، أن ما يميز أي صناعة ويحدد استدامتها هو مدى الطلب على منتجاتها والذي يتحدد بدوره بمزايا هذه المنتجات ومدى الحاجة إليها. وما هذا الإقبال الكبير على المنتجات المالية الإسلامية إلا لما تتمتع به هذه المنتجات من مزايا أخلاقية باستبعادها الربا والغرر والتعدي على أموال الناس. ولما كان لكل منتج عمر زمني تنتهي صلاحيته خلالها؛ مما يعني الحاجة إلى أفكار جديدة تضيف لهذا المنتج مزايا وحاجات جديدة حتى يقبل عليه العملاء مرة أخرى؛ ولذلك أصبح الابتكار ضرورة ملحة في المصارف الإسلامية (الأسر، ٢٠١٣، <https://elasrag.wordpress.com/>). والشريعة الإسلامية لم تحجر دائرة الابتكار، بل أبقت الباب مفتوحاً للجهد البشري في الابتكار والتجديد (السويلم، ٢٠٠٠، ص ٩).

وخلاصة القول، فإن الابتكار يعد من أهم مقومات نجاح المصارف الإسلامية. حيث أن توفير بدائل مبتكرة للمنتجات المصرفية التقليدية تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية هو من أهم التحديات التي تواجه الصناعة المصرفية الإسلامية. ولقد نجحت المصارف الإسلامية بالفعل في تقديم عدد من العقود والصيغ الشرعية بأساليب وآليات متطورة ومبتكرة؛ مما فتح الآفاق أمامها للانفتاح على الأسواق العالمية وأسهم في نموها وانتشارها.

المبحث الثاني: واقع وتحديات الابتكار المصرفي الإسلامي

لقد شهدت سياسة الإبداع والابتكار المصرفي الإسلامي جهوداً حثيثة وخطوات ملموسة ونتائج باهرة، تمثلت في ما حققته المصارف الإسلامية من معدلات نمو مرتفعة مدعومة بالنتائج المالية المتميزة في بنود مراكزها المالية؛ سواء في نمو أصولها و أرباحها بالإضافة إلى انتشارها الواسع على المستوى الدولي. وهذا ما أظهره تقرير أصدرته إرنست ويونغ EY حول «التنافسية العالمية للقطاع المصرفي الإسلامي لعام ٢٠١٦» بأن قيمة الأصول المصرفية للمصارف الإسلامية والتجارية في قطر وإندونيسيا والسعودية وماليزيا والإمارات وتركيا، تستحوذ على ٨٠% من الأصول المصرفية الإسلامية في العالم، كما أظهر التقرير نمو قويا للمصارف الإسلامية بنسبة ١٦% بالرغم من تقلبات السياسة والاقتصادية في المنطقة. (إرنست ويونغ EY، ٢٠١٦، الموقع الإلكتروني: <https://www.ey.com>). حيث يهدف هذا المبحث إلى استعراض واقع الابتكار في المصارف الإسلامية وأهم التحديات التي تواجهها في هذا المجال من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: واقع الابتكار في المصارف الإسلامية

من خلال ما تم استعراضه في المبحث الأول عن أهمية وضرورة الابتكار والإبداع لمنظمات الأعمال كافة، تبين لنا أن هناك حاجة ملحة ودوافع خاصة للابتكار في المصارف الإسلامية؛ باعتباره من المقومات الرئيسية لبقائها واستمرارها. وهذا ما حدث فعلياً على أرض الواقع، فلقد تطورت الخدمات والمنتجات المصرفية الإسلامية كماً ونوعاً، حيث ازداد عددها لتشمل مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات الجديدة، بالإضافة إلى إدخال تحسينات وتطويرات مهمة على المنتجات والخدمات القديمة.

وفي هذا السياق، تم إدخال تطبيقات مصرفية مختلفة من خلال الاستفادة القصوى من الابتكارات التكنولوجية والإلكترونية. وقد نتج عن هذه التطبيقات آليات عمل متعددة؛ مثل صرف النقد من خلال أجهزة الصراف الآلي واستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. وأصبحت العمليات المصرفية تعتمد على الرقمنة باستخدام أجهزة الكمبيوتر والشبكات الإلكترونية، وهو ما ساهم في تنوع وسائل الدفع الحديثة التي تعتمد عليها المصارف في أداء خدماتها المصرفية؛ مما مهد الطريق أمام ما يعرف بمصطلح البنوك الإلكترونية، فضلاً عن ظهور Online Banking و Home Banking، وجميعها مصطلحات تتعلق بقيام العملاء بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المصرفية عن طريق البيت أو المكتب أو في أي مكان، وفي الوقت الذي يريده العميل (الغربي، ٢٠٠٩، ص ١). وبذلك منح الإبداع التكنولوجي المصارف بشكل عام - الإسلامية منها والتقليدية - الفرصة الحقيقية لرفع كفاءة عملياتها المصرفية واستقطاب عملاء جدد.

وفي هذا الصدد يشير التقرير السنوي الصادر عن المركز المالي الإسلامي الدولية (The MIFC) لسنة (٢٠١٥) حول التكنولوجيا والابتكار في الخدمات المصرفية الإسلامية، إلى أن المصارف قد استثمرت بشكل مكثف في التكنولوجيا المالية التي غيرت الطريقة التي تدير بها خدماتها المصرفية؛ حيث وصلت إلى مستوى البنوك الخلوية (Mobile Banking) مما يتيح للعملاء تنفيذ مختلف المعاملات المالية وغير المالية عبر الإنترنت ومن أي مكان عن طريق استخدام وسائل الاتصال الاجتماعية الخاصة بالمصارف التي يتعاملون معها. وظهر أيضاً مفهوم المستهلك الرقمي (Digital Consumers) الذي يفضل الاستفسار والبحث قبل اتخاذ أي قرار استثماري، أو اختيار المنتج أو الخدمة الأكثر ملاءمة، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصالات، وفي هذا السياق نفسه تبنت العديد من المؤسسات المالية الإسلامية تقديم خدماتها من خلال القنوات الرقمية (The MIFC, 2015, pp: 01-10).

كما ظهرت مفاهيم إدارية مصرفية حديثة ساعدت على تجسيد معالم اقتصاد المعرفة في القطاع المصرفي ومنها البنك التعليمي، وهو الذي يتبنى توفير المعلومات للعاملين وإتاحة الفرصة لهم للمشاركة في تحديد المشاكل التي تعترض الأداء بغرض التحسين المستمر في قدرات البنك (طارق، ٢٠٠٧، ص ١٣٩).

والقطاع المصرفي الإسلامي في الأردن يعد من القطاعات الرائدة في تبني الابتكارات الحديثة إيماناً منه بأهميتها وقدرتها على مساعدته في تحقيق التقدم والنجاح. فلقد حرصت المصارف الإسلامية العاملة في الأردن على تحديث وتجديد طريقة عملها، و تقديم نوعية متميزة من الخدمات والمنتجات المصرفية الإسلامية لعملائها، وذلك من خلال تبني الوسائل التكنولوجية الحديثة على مستوى الأعمال المصرفية الإسلامية ككل. حيث قامت بأتمتة جميع أعمالها من خلال الحاسوب الآلي بما يضمن للمتعاملين معها سرعة الحصول على الخدمات المصرفية بكل سهولة وراحة وأمان وفي أي وقت على مدار ٢٤ ساعة. وفيما يلي استعراض لأهم الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف الإسلامية العاملة في الأردن (جمعية البنوك في الأردن، ٢٠١٥، ص ٨٣-٨٩):

- ١- أجهزة الصراف الآلي
 - ٢- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (وتشمل الاستعلام عن الحساب وطلبات كشوف الحسابات والتحويل المالي والبريد الإلكتروني وخدمة أي فواتيركم).
 - ٣- خدمة الرسائل القصيرة عن طريق الهواتف النقالة.
 - ٤- خدمات إلكترونية أخرى (وتشمل خدمات البنك الناطق ونظام إدارة زيارة العملاء وخدمات الاستفسار عن الفواتير وخدمة رقم الآيبان).
- في ضوء ما سبق، يتبين لنا أن المصارف الإسلامية قد وضعت ضمن أولوياتها الاستجابة للتطورات التكنولوجية التي شهدتها المصارف العالمية، وهذا يعد مؤشرا إيجابيا على تبني المصارف الإسلامية لنهج الابتكار والابداع خاصة في المجال التكنولوجي، إلا أنه لم يرق بعد إلى المستوى المطلوب الذي يتناسب مع خصوصية العمل المصرفي الإسلامي، والذي قد يعزى إلى وجود بعض التحديات والتي سيتم استعراضها في المطلب التالي.

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه الابتكار المصرفي الإسلامي

بالرغم من المزايا العديدة التي يحققها الابتكار للمصارف الإسلامية، إلا أنه يواجه تحديات من نوع خاص ترتبط بخصوصية العمل المصرفي الإسلامي، ومن أهم التحديات التي تواجه الابتكار في المصارف الإسلامية ما يلي (الغالي، ٢٠١٥، ص ٦٤-٦٥):

- خضوع المصارف الإسلامية لمعايير وضوابط لا تتفق مع طبيعة عملها، ومعاملتها بنفس المعايير والضوابط المالية المطبقة على البنوك التقليدية، وبالتالي عدم تمكن المصارف الإسلامية من ابتكار صيغ للتمويل الإسلامي لوجود عوائق وقصور في القوانين، خاصة في ظل عدم مراعاة البنوك المركزية في بعض الدول لخصوصية المصارف الإسلامية من حيث القوانين والتشريعات.
- افتقار المصارف الإسلامية إلى آليات وأدوات تكنولوجية حديثة لتطوير خدماتها وتحسين نوعيتها، خاصة تلك التي تعمل في دول لا تتوافر فيها البنية التحتية التكنولوجية، مما يحد من قدرة تلك المصارف على ابتكار أدوات ومنتجات مصرفية متميزة؛ ولذلك لا بد من مساهمة التكنولوجيا الحديثة خصوصا أنها سريعة التغير والتعقيد.
- الافتقار إلى أسواق مالية ثانوية إسلامية للتداول، مما أدى إلى عدم توفر أدوات مالية مبتكرة لإدارة السيولة بسبب عدم وجود منافذ كافية يتم من خلالها تداول هذه الأدوات، إذ لا يمكن للمصارف الإسلامية اللجوء إلى الأسواق المالية العالمية أو المؤسسات المصرفية التقليدية في حال نقص السيولة أو الرغبة في توظيف فائض السيولة لديها، لاختلاف طبيعة عمل هذه المؤسسات عن طبيعة عمل المصارف الإسلامية.
- عدم وجود هيئات رقابة شرعية في المستوى المطلوب خاصة من الناحية التقنية، إذ يفتقرون للخبرة بالأمور المحاسبية والمالية وما يستجد عليها من تطورات؛ مما يجعل الحكم على أدوات وصيغ التمويل وآليات العمل المصرفي الإسلامي تشوبها الكثير من الشكوك والانتقادات خاصة في ظل عدم وجود فتوى موحدة بخصوص شرعية المنتجات المصرفية الإسلامية المبتكرة.

فكثير من المنتجات المصرفية الإسلامية ما هي إلا منتجات تقليدية تم تعديلها بالتسمية فقط لتتوافق مع الضوابط الشرعية، وما لم تصل المصرفية الإسلامية إلى ابتكار منتجات متميزة عن المنتجات التقليدية الموجودة، فإنها ستظل غير قادرة على المنافسة في ظل التغيرات العالمية المتعددة والمتجددة والمستمرة. وهذا يتطلب اتخاذ إجراءات ضرورية في هذا المجال؛ ومنها عدم اقتصر دور الهيئات الشرعية في المصارف الإسلامية على التحليل والتحريم، وإنما يجب أن يكون لها دور في عمليات الإبداع والتطوير في المنتجات والأدوات المصرفية الإسلامية (شلبي، ٢٠٠٩، <http://www.alriyadh.com/439264>). خاصة مع تزايد وعي العملاء الذين صاروا يستفسرون عن تفاصيل أي منتج ومدى موافقته للشرعية؛ مما فرض قدرا من التحدي على المصارف الإسلامية من خلال حاجتها إلى ابتكار أوعية ادخارية وأساليب استثمارية وتمويلية متطورة تلبي احتياجات العملاء

الأساسية، مع مراعاة الجمع بين السلامة الشرعية والكفاءة الاقتصادية وإمكانية التطبيق على أرض الواقع (الأسرج، مرجع سابق، <https://elasrag.wordpress.com/>).

ذلك أن العنصر الرئيسي الذي يجب أن يتوفر في منتجات الصيرفة الإسلامية خلافا للمصارف التقليدية هو شرعية الابتكار والإبداع. حيث يعتبر توفير السلامة الشرعية للمنتجات المالية الإسلامية من أهم الأهداف التي تسعى المصارف الإسلامية لتحقيقها. وهذا يعني أن نجاح المصرفية الإسلامية في تلبية حاجات ورغبات العملاء وخدمة التنمية الشاملة، لن يتحقق إلا من خلال التطوير المستمر لآلياتها وأدواتها المصرفية بما ينعكس على معدل أرباحها المحققة وزيادة إسهامها في عملية التنمية (أبو مؤنس، ٢٠١٦، ص ٧٨).

وفي ختام هذا المبحث، فإن التحدي الحقيقي الذي يواجه المصارف الإسلامية هو تحدي التصحيح والتجديد والابتكار. تصحيح نمط وطريقة عمل المصارف الإسلامية التي انحرفت عن مسارها وحصرت أعمالها في وظيفة الوساطة المالية عن طريق الديون. ثم يأتي دور التجديد لأساليب عملها ومنتجاتها، وابتكار منتجات مناسبة للعصر ومحقة للمقاصد الشرعية وليس مجرد محاكاة لعمل المصارف التقليدية. فمستقبل المصارف الإسلامية يعتمد في جزء كبير منه على التجديد والابتكار، ولذلك تحتاج المصارف الإسلامية إلى تبني هذا النهج، لتكون في مستوى التحديات التي تعيق نموها، وبذلك تتمكن من البقاء والصمود، وتستطيع أن تنافس بقوة وتثبت جدارتها على التكيف مع المستجدات والتطورات الاقتصادية والمالية والتكنولوجية. وعلى الرغم من كل التحديات التي تواجه الابتكار في المصارف الإسلامية، إلا أن هناك أجواء من التفاؤل والثقة تسود القائمين على هذه الصناعة حول آفاق الابتكار المصرفي الإسلامي، وهذا ما سنوافيه في المبحث التالي.

المبحث الثالث: الآفاق المستقبلية للابتكار المصرفي الإسلامي

يعتبر الابتكار عاملا أساسيا للنمو المستقبلي للمصارف الإسلامية، ولا يمكن الحديث عن آفاق ومستقبل الابتكار المصرفي الإسلامي، دون ربطه بالتطورات التكنولوجية الهائلة، ومدى استعداد المصارف الإسلامية لاحتضان هذه التطورات كسبيل لتحقيق الإبداع والابتكار، ولكن مع عدم تجاهل المخاطر المرتبطة بها والتي قد تهدد ميزتها التنافسية في سوق الصناعة المصرفية. يهدف هذا المبحث إلى وضع تصور ومقترحات لمستقبل الابتكار المصرفي الإسلامي كظاهرة تستحق الدراسة والتحليل من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: أثر التكنولوجيا على الابتكار المصرفي الإسلامي

تلعب التكنولوجيا دورا رئيسيا في تعزيز نهج الابتكار ورسم معالمه، بدليل أن التكنولوجيا كانت هي المحور الرئيسي للابتكار في عدد من القطاعات الحيوية المهمة؛ وهو ما دل عليه مؤشر المعرفة العالمي للعام ٢٠١٧ بأبعاده الرئيسية وهي: التعليم قبل الجامعة، التعليم المهني والتقني، التعليم العالي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، البحث والتطوير، الابتكار، والاقتصاد (مؤسسة محمد بن راشد، مؤشر المعرفة العالمي، ٢٠١٧)؛ مما يدل على العلاقة الوثيقة التي تربط بين التكنولوجيا والابتكار.

ومؤخرا ظهر مفهوم حديث يربط بين التكنولوجيا والمالية يعرف بمصطلح التكنولوجيا المالية أو (Fintech)، وتعريفها حسب مجلس الاستقرار المالي بأنها: "ابتكارات مالية باستخدام التكنولوجيا يمكنها استحداث نماذج عمل أو تطبيقات أو عمليات أو منتجات جديدة لها أثر ملموس على الأسواق والمؤسسات المالية، وعلى تقديم الخدمات المالية، أي أن التكنولوجيا المالية هي إدخال التكنولوجيا إلى الخدمات المالية والمصرفية التقليدية بهدف تحسين نوعيتها وقدرة الوصول إليها" (عدنان، ٢٠١٨، <http://alrai.com/article>).

ولقد كان للتطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأثر الكبير على جميع القطاعات بما فيها القطاع المالي والمصرفي. ولقد أدركت المصارف المعاصرة العلاقة الوثيقة بين نجاحها وبين توجهها الإبداعي في مجال توظيف التكنولوجيا واستغلالها في تطوير قدرات ومهارات العاملين فيها للتعرف على رغبات وحاجات الزبائن لديها. فضلا عن ذلك؛ فإن تطور عمل المصارف خلال السنوات الأخيرة كان بفضل التقدم التكنولوجي السريع والذي شجع المصارف على الأخذ بمبدأ تعدد وتنوع الخدمات والمنتجات المقدمة، بعدما كانت تقتصر على قبول الودائع ومنح التسهيلات الائتمانية؛ مما أدى إلى حدوث تطور ملحوظ في أساليب عمل المصارف، والتي توسعت في الاعتماد على الأجهزة الإلكترونية وشبكة الاتصالات العالمية، واستخدمتها في تحديث وتطوير خدماتها ومنتجاتها المصرفية بهدف تلبية حاجات ورغبات الزبائن المتنوعة (الخفاجي، ٢٠١٢، ص ٥٢).

وحيث أن قطاع التكنولوجيا قطاع سريع التطور ومحفوف بالمخاطر؛ مما يعني ضرورة مواكبة هذه التطورات بنفس السرعة التي يتحرك بها هذا القطاع ولكن مع توخي الحيط والحذر. وهذا ما كشف عنه الاستبيان العالمي للمصرفيين الإسلاميين من ارتفاع المخاوف والقلق بخصوص أنظمة تكنولوجيا المعلومات في المصارف الإسلامية، والتي اعتبرت بأن مخاطر التكنولوجيا وأمن المعلومات هي من أكبر المخاطر التي تهددها، وذلك بمعدل (٣،٣٨)، تليها مخاطر عدم السداد (بمعدل ٣،٣٧) ثم مخاطر السيولة (بمعدل ٣،٢٩). وكلما زاد استخدام المصارف للتقنيات التكنولوجية، كلما زادت مخاطر التكنولوجيا وأمن المعلومات التي تتعرض لها المصارف، والتي أصبحت أكثر تعقيدا وأكثر ترابطا. ولذلك فلا عجب في أن تشكل مخاطر التكنولوجيا وأمن المعلومات مصدر قلق للمصارف الإسلامية؛ لأن التكنولوجيا أصبحت تؤثر في جميع جوانب العمل المصرفي. أما عن أهم المخاطر التي قد تهدد المصارف الإسلامية وتمنعها من تبني واعتماد التكنولوجيا الحديثة فهي كالتالي (المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، ٢٠١٨، ص ٤٢):

- تهديدات الأمن الإلكتروني بنسبة بلغت ٣،٢٤. والتي من أهمها: خطر اختراق الأنظمة التكنولوجية من خلال البرمجيات الخبيثة وبرامج التجسس وأعمال القرصنة الإلكترونية واحتيال الهوية.
- قيود الميزانية بنسبة بلغت ٣،١٩.
- محدودة المهارات الرقمية بنسبة بلغت ٣،٠١.
- الدعم التكنولوجي المحدود (النظم القديمة) ٢،٩٧.

بالإضافة إلى عوامل أخرى كشف عنها التقرير؛ بما في ذلك ظهور منافسين غير تقليديين ومخاطر وسائل الإعلام الاجتماعية والثقافة المؤسسية وغيرها من العوامل. كما بين بعض المستجيبين في التقرير إلى أن غياب التشريعات وعدم توحيد المعايير تعد من الصعوبات التي تحد من تبني المصارف الإسلامية للتكنولوجيا والتقنيات الحديثة.

ولذلك فإن المصارف الإسلامية تحتاج لتبني منظومة آمنة للابتكار من خلال إنشاء وحدات للهندسة والتخطيط المالي تجمع بين مختصين بالفقه والاقتصاد الإسلامي. كما ويجب أن تشمل مهمة الهيئات الشرعية في المصارف الإسلامية تحفيز عملية الابتكار من خلال وضع استراتيجيات شاملة لمقاصد العمل في القطاع المصرفي الإسلامي؛ مما يسرع من عملية الابتكار الآمن، ويمنع التخبط في تطبيق المنتج، ويختصر الكثير من الوقت الضروري لتعزيز تنافسية المصرفية الإسلامية (القمزي، ٢٠١٦، <https://www.alittihad.ae>).

ولقد أثرت التطورات التكنولوجية على حالة الاقتصاد المستقبلية؛ خاصة في ظل ارتباطها بظواهر وقوى كثيرة تتفاعل مع بعضها البعض، مثل العولمة والاستدامة والتحضّر. وتعتقد المفوضية الأوروبية أن أنواعا معينة من التكنولوجيا يمكن أن تساعد في التغلب على معظم التحديات المرتبطة بهذه الظواهر، والتي أطلقت عليها اسم "تكنولوجيا التمكين الرئيسية"، كما وتُعرف باسم "التكنولوجيات الأسية". حيث أدت التكنولوجيا الجديدة إلى تسارع أسي في الابتكار، فكل تطور تكنولوجي يؤدي إلى ابتكار يشكل بدوره مقدمة لمزيد من التحسين التكنولوجي والابتكار؛ ولذلك تساعد هذه التكنولوجيا على تطوير تطبيقات جديدة في مجموعة واسعة من القطاعات والصناعات (مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، ٢٠١٨، ص ٨).

ومن هذه القطاعات التي استفادت من التكنولوجيا، القطاع المصرفي الإسلامي الذي لا يمكن له أن يعمل بمعزل عن العالم الخارجي، ودون اعتبار لما يطرأ على مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تطورات سريعة. ولذلك فلا سبيل للمصارف الإسلامية لمواجهة هذه الظواهر والمخاطر إلا من خلال مواكبتها للتغيرات التكنولوجية السريعة وربطها مع التكنولوجيا المالية والرقمية؛ باعتبارها من أهم القوى التي تدفعها للمضي نحو اقتصاد المعرفة وتساعد في خلق بيئة محفزة للابتكار. ولقد وفر الابتكار والإبداع بدوره فرصة مواتية للمصارف الإسلامية للاستفادة من التكنولوجيا المصرفية الحديثة للتعريف بطبيعتها وأهدافها المستمدة من مبادئ الشريعة الإسلامية؛ مما ساعدها على تسويق نفسها في الأسواق العالمية.

إن ابتكار المصارف الإسلامية لخدمات وحلول مصرفية حديثة تتوافق مع الشريعة الإسلامية، لتكون بديلا للمنتجات المصرفية التقليدية لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال اعتماد حلول التكنولوجيا المالية المتطورة بما يكفل تحسين جودة خدماتها ومنتجاتها المصرفية وبما يلبي طموح عملائها. وهذا ما كشف عنه تقرير إرنست ويونغ، "بأن التكنولوجيا في الواقع ساهمت في تمكين المصارف الإسلامية من بناء علاقة وثيقة مع عملائها، إذ أن متوسط المستخدمين الذين يقومون بتسجيل الدخول عدة مرات في الأسبوع إلى حساباتهم المصرفية عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية يعد أكثر بكثير من زيارتهم الفعلية لفروع المصرف. ولذلك يجب على المصارف أن تكون أكثر جدية عند النظر في اختيار التكنولوجيا التي ستستثمر فيها والأثر المتوقع حدوثه من استخدامها، حيث تعتبر الخدمات المصرفية الرقمية المساهم الرئيسي والفعال في التأثير في تجربة العميل المصرفية، كما أنه من الممكن أن يكون للابتكار المستمر تأثير مباشر على الدخل الصافي للمصارف الإسلامية" (إرنست ويونغ EY، ٢٠١٦، ص ٣٨).

كل ذلك يحتم على المصارف الإسلامية تحديث أنظمتها التكنولوجية وصيانتها بما يضمن عدم تعطلها، واستمرار مراقبة أنظمتها بما يضمن تخفيف مخاطر التكنولوجيا وأمن المعلومات إلى حداها الأدنى. ولا بد في ذات الوقت من وضع خطط مستقبلية لتعزيز آفاق ابتكاراتها، وهو ما سيتم مناقشته في المطلب التالي.

المطلب الثاني: مقترحات لتعزيز آفاق الابتكار المصرفي الإسلامي

مما لا شك فيه، أن ما يشهده العالم من تطورات هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنقود الإلكترونية وظهور مؤسسات ضخمة قادرة على التوسع في خدماتها من خلال شبكات الاتصال دون الحاجة لإنشاء شبكة لفروعها، كل ذلك فرض على المصارف الإسلامية تحديات كبيرة؛ تتطلب تحفيز الابتكار والإبداع لمواكبة تلك التطورات دون الخروج على طبيعة عملها والمبادئ التي قامت عليها (زعتري، ٢٠٠٢، ص ١٦٢٩-١٦٣٠).

وكما هو معلوم فإن المصارف الإسلامية تمتلك الإمكانيات الكافية سواء المادية أو البشرية، كما أنها تمتلك المرونة الكافية التي تسمح لها بتبني التكنولوجيا الحديثة لابتكار خدمات ومنتجات مصرفية متطورة في المستقبل. يقدم هذا المطلب عددا من الاستراتيجيات والمقترحات التي يمكن أن تتبناها المصارف الإسلامية لتفعيل وتعزيز عملية الابتكار لديها والتي يمكن أن تتم من خلال المسارات التالية:

أولاً: توفير بيئة عمل وظروف مناسبة من خلال وجود تشريعات وقوانين خاصة محفزة للابتكار والإبداع.

ثانياً: توفير بنية تحتية من الأجهزة المتطورة والتقنيات الحديثة اللازمة لتحفيز الابتكار.

ثالثاً: التركيز على تشجيع وتمويل البحوث العلمية الداعمة للابتكار وتوظيف نتائج هذه البحوث في تطوير خدمات ومنتجات مصرفية مبتكرة ومتميزة تلبي احتياجات ورغبات العملاء من جهة، وموافقة للشرع من جهة أخرى.

رابعاً: التركيز على العنصر البشري من خلال توفير برامج تدريبية لتدريب الموظفين على استخدام التكنولوجيا المالية والرقمية الحديثة، فلا يكفي الرغبة والاستعداد لتبني التكنولوجيا، بل لا بد من التدريب الجيد والكفؤ لإعداد موظفين قادرين على التعامل معها بمهارة وإتقان.

خامساً: التركيز على حماية خصوصية وأمن حسابات العملاء ومعلوماتهم المالية وتوفير حلول تكنولوجية لخدمات الدفع والتحويل الرقمي.

سادساً: تخصيص ميزانية خاصة للابتكار والإبداع من إجمالي ميزانية المصارف الإسلامية؛ بما يعزز من قوتها ونجاحها واستمرارية نموها في المستقبل.

سابعاً: إنشاء قسم خاص لإدارة الابتكار والإبداع يتولى مهمة إعداد خطط استراتيجية وتطوير سياسات خاصة لتحفيز ثقافة الابتكار والتوعية بأهميتها لدى كافة العاملين لديها.

وقد يعترض البعض على أن المنتجات في المصارف الإسلامية واضحة ومعروفة ولا يمكن الابتكار فيها، مما يشكل تحدياً للصناعة المالية والمصرفية الإسلامية. لكن الحقيقة أن المصارف الإسلامية قادرة على تطوير أدواتها المصرفية الإسلامية من خلال تعزيز القدرات الإبداعية والابتكارية للعاملين فيها وتطوير معارفهم ومهاراتهم في كافة المجالات، لأن المواهب تعد بمثابة محرك الإبداع نحو ابتكار منتجات إسلامية في المستقبل تخرج هذه الصناعة من النقص الحاد الذي تعانيه منتجاتها (الأسرج، ٢٠١٣، ص ١٢).

وفي ختام هذا المطلب، لا بد من التأكيد على أن الابتكار والإبداع هما سيد الموقف لديمومة بقاء المصارف الإسلامية واستمرارية نموها في المستقبل، وعليها أن تدرك أن التكنولوجيا ما هي إلا وسيلة وليست غاية في حد ذاتها؛ ولذلك يجب أن لا يقتصر الابتكار على المجال التكنولوجي فقط وإنما يجب أن يشمل جميع الجوانب ومنها الجانب التسويقي والجانب الإداري والتنظيمي. وهذا يعني أنه لا بد من التفكير في المستقبل للوصول إلى ابتكارات ذات قيمة مضافة تلبي متطلبات المنافسة من خلال تصميم منتجات وأدوات مصرفية إبداعية تفي باحتياجات العملاء والسوق المصرفي؛ وهو ما سيتم مناقشته في المطلب التالي.

المطلب الثالث: مجالات الابتكار المستقبلية في المصارف الإسلامية

إن أهم ما تحتاج له المصارف الإسلامية هو مزيد من الوعي والمسؤولية للتعامل بجدية ووضوح مع الآفاق المستقبلية للابتكار والإبداع. فالمصارف التي لا تبتكر ستخرج بالتأكيد من مضمار المنافسة. فبالأفكار الخلاقة والمبدعة، تستطيع المصارف الإسلامية أن تكون ندا قويا للمصارف التقليدية. والاقتصاد الجديد هو اقتصاد المعرفة القائم على الأفكار والإبداع، فلا شيء أقوى من تحويل الأفكار المصرفية المبدعة إلى واقع ملموس. ورغم ما تشهده الصناعة المصرفية الإسلامية من تزايد استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة وتشجيع على الابتكار في العمل المصرفي الإسلامي، إلا أنه لم يتضح مجالات هذه الابتكارات وما ينبغي أن تركز عليه في المستقبل، وهو ما سيتم مناقشته في هذا المطلب.

ونأتي أهمية تبني نهج الابتكار والإبداع كونه مطلب أساسي لبناء ميزة تنافسية لأي منظمة أعمال ومنها المصارف الإسلامية؛ ولذلك فهي تحتاج أن يكون توظيف الابتكار فيها شاملاً بحيث يغطي كافة الأقسام والخدمات والمنتجات بما يضمن تحويلها إلى مصارف متميزة قولاً وفعلًا، خاصة وأن مستقبلها يتوقف في جزء كبير منه على مقدرتها الابتكارية. وهو ما يستدعي تبني استراتيجية شاملة للابتكار في العمل المصرفي الإسلامي تركز على ثلاثة أبعاد:

البعد الأول يرتبط بخصوصية العمل المصرفي الإسلامي ومدى موافقة أية خدمة أو منتج مصرفي مبتكر مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

البعد الثاني يرتبط بحاجات العميل الفعلية ورغباته في الحصول على خدمات شاملة وسريعة ومنتجات مبتكرة ذات جودة تشبع حاجاته ورغباته، فالحاجة أم الاختراع، وعندما يتعرف المصرف على حاجات عملائه الحقيقية عندها سيبدع في ابتكار منتجات تلبي احتياجاتهم.

البعد الثالث يرتبط بالمنتجات والخدمات المصرفية ومستوى التحديث والجودة ومدى تحقيقها لأهداف المصرف بتقديم منتجات شرعية وحلول تمويلية مبتكرة تلبي حاجة العملاء وبذات الوقت تحقق الربحية للمصرف؛ خاصة وأن المصارف التقليدية تنافسها في ابتكار منتجات متطورة لكنها غير متوافقة مع الشريعة الإسلامية.

فالمستقبل واعد ومشرق، ولكنه مستقبل يعتمد على تقنية التكنولوجيا المالية، لذلك لابد أولاً من مواكبة هذه التطورات التكنولوجية، والتي تتقدم مع مرور الزمن خاصة في ظل ما يشهده العالم من تغيرات سريعة، حيث يمثل الوعي الاستراتيجي أكبر الأصول؛ مما يعني أن المؤسسات المالية الإسلامية التي ستكون في وضع أفضل لتزدهر في المستقبل هي تلك التي تحتضن وتشجع على التفكير الاستراتيجي والابتكار كقيم أساسية. وقد كشفت نتائج الاستبيان لمؤشر الثقة في العمل المصرفي الإسلامي التي قام بها المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية عن مستوى التفاؤل بمستقبل الصناعة المصرفية، حيث أظهرت المصارف الإسلامية مستوى ثقة على مستوى العالم بلغ ٢٠,٧٨، مقارنة بمستوى ثقة عند ٣,٥٦ للقطاع المصرفي ككل (المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، مرجع سابق، ص ١٨ - ٢٤).

كما كشف الاستبيان العالمي للمصرفيين الإسلاميين عن التفاؤل بشكل عام حول قدرة الصناعة المالية الإسلامية على ابتكار حلول مالية على المدى المتوسط في السنوات الثلاث القادمة. حيث أشار ما نسبته (٥٢%) من المستجيبين للاستبيان إلى أن هذا الاحتمال مرتفع إلى حد ما. أما بالنسبة لمجالات الابتكارات المتوقعة، فلقد أظهر الاستبيان العالمي للمصرفيين الإسلاميين أن ابتكار منتجات متوافقة مع الشريعة الإسلامية ومتميزة عن المنتجات السائدة هو الأكثر حاجة في السنوات الثلاث القادمة لأن تشهد صورا جديدة؛ وذلك لمواكبة البيئة المالية العالمية المتغيرة، تليها مباشرة حلول الدفع وحلول التعامل مع العملاء. وفيما يلي ترتيب الاستثمار في مجالات الابتكار المختلفة خلال السنوات الثلاث القادمة (المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، مرجع سابق، ص ٧١-٧٢):

الابتكار في المنتجات بنسبة ١٩,٧%

الابتكار في استخدام تكنولوجيا الدفع بنسبة ١٦,٤١%

الابتكار في التعامل مع العملاء بنسبة ١٥,٤%

الابتكار في الحلول التمويلية بنسبة ١٤,٦٥%

الابتكار في العمليات وسير العمل بنسبة ١٣,٦٤%

الابتكار المؤسسي بنسبة ٩,٨٥%

الابتكار في العقود بنسبة ٦,٥٧%

الابتكار القانوني بنسبة ٣,٧٩%

وبالنظر إلى ترتيب مجالات الابتكار، فيلاحظ أن الابتكار كأداة قد تجاوز الابتكار في المنتجات إلى مجالات أخرى ولكن بأهمية أقل إلى حد ما. كما اعتبر المستجيبون للاستبيان أن مجال العلاقات القانونية والتعاقدية هو الأقل عرضة للابتكار؛ مما يعني أن المصارف الإسلامية يجب أن تنتقل إلى مرحلة متقدمة من الابتكار والإبداع، ولا تكتفي بإيجاد منتجات بديلة لتلك الموجودة في المصارف التقليدية لأن ذلك من شأنه أن يعيق مسيرة تطورها.

ويمكن للمصارف الإسلامية الاستفادة من الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للتعريف بنفسها وتلمس حاجة العملاء المستقبلية، فلقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من المؤثرات الرئيسية على القرارات المصرفية والمالية للعملاء. ولم تعد تقتصر الخدمات المصرفية الرقمية على كونها مجرد وسيلة للمبيعات والتسويق وتقديم العروض المصرفية من خلالها، وإنما يمكن للمصرف من خلال اعتماد آلية معينة لتبادل الحوار مع العملاء وإجراء التحليلات المنطقية لما يمتلكه من حجم كبير من بيانات العملاء، إجراء المزيد من المحادثات معهم والتعرف على حاجاتهم وتقديم المزيد من عروض المنتجات والمقترحات التي تتناسب مع هذه الحاجات. وهذا ما قامت به دراسة أجريت على القطاع المصرفي الإسلامي في دول مجلس التعاون الخليجي عن توقعات العملاء المستقبلية المتعلقة بالخدمات المصرفية من خلال القنوات والأدوات الرقمية، حيث كشفت الدراسة عن ضرورة ابتكار نماذج جديدة في كل من (إرنست ويونغ EY، مرجع سابق، ص ٣٤-٣٥):

- وسائل دفع إلكترونية سهلة.
- إرسال تنبيهات وإشعارات مخصصة حسب الطلب.
- فتح الحساب بشكل إلكتروني.
- برامج اعتماد محلية ومبسطة.
- إدارة وثائق تطبيقات الحوسبة السحابية.
- التخطيط المالي والمساعدة في الرقابة والإنفاق.
- تعزيز الخدمات المقدمة في الفروع وآلات الصراف الآلي.

ولحسن الحظ، فإن التقدم في مجال التكنولوجيا المالية ورقمنة الأعمال المصرفية يعني بأن المصارف ستضطر إلى إعادة ابتكار وتجديد نموذج أعمالها بالكامل. ويعتبر مستقبل الخدمات المصرفية للأفراد في الأسواق الناشئة قائماً على استخدام الهواتف الذكية؛ خاصة وأن نسبة كبيرة من العملاء قد اعتادت على استخدام التكنولوجيا من خلال الهواتف النقالة. وقد توصلت إرنست ويونغ EY من خلال محادثاتها مع عدد كبير من العملاء إلى أن الثقة في الخدمات الإلكترونية والراحة والخصوصية ستكون الجوهر الذي تقوم عليه علاقة العملاء مع المصرف الذي سيتعاملون معه، كما ستكون التكنولوجيا هي المحرك الأساسي لذلك، ولقد أجمع عملاء المصارف الإسلامية على ثلاثة أولويات يمكن أن تضيفها رقمنة الخدمات المصرفية بالنسبة لهم في المستقبل وهي (إرنست ويونغ EY، مرجع سابق، ص ٦) :

- ١- أن تكون الخدمات متاحة في أي وقت ومكان
- ٢- أن تتم بشكل إلكتروني بالكامل دون الحاجة إلى الوثائق الورقية
- ٣- أن تكون سريعة ودقيقة ضمن بيئة ودية.

أما عن مستوى جاهزية المصارف الإسلامية في المستقبل إزاء الاستفادة من التطورات التكنولوجية ومهارات استخدامها، فلا بد للمصارف الإسلامية أن تسعى جاهدة لمعرفة أحدث التطورات التكنولوجية وتأثيرها المستقبلي عليها من أجل ضمان توجيه جهودها نحو المسار الصحيح في بناء جاهزيتها التكنولوجية وتطوير مهاراتها المستقبلية بما يلزم لمواكبة هذه التطورات والتي تضمن استدامة نموها ونجاحها في تحقيق ما تطمح إليه من أهداف لا تنحصر بمجرد هدف البقاء بل تتعداها إلى هدف الريادة والتميز؛ وهذا يستدعي أن تغرس المصارف الإسلامية لدى العاملين لديها قيم الابتكار والإبداع والمعرفة المنسجمة مع مبادئها لتحقيق أهدافها المرجوة وفق القيم الإسلامية الراسخة.

علماً بأن فضاء الابتكار والإبداع رحب ولا تحده أية حدود إلا حدود الشريعة الإسلامية التي تشجع على ابتكار ما ينفع الناس، وتنهى عن ابتكار ما هو ضار ويتعارض مع مبادئها. وهذا يوجب على المصارف الإسلامية أن تتبنى شمولية الابتكار، وأن لا تقف عند حد له، ما دام يتوافق مع شريعتنا الغراء. كما يحبذ أن يشمل الابتكار المصرفي الإسلامي منتجات لدعم المسؤولية الاجتماعية، فطالما روجت المصارف الإسلامية لنفسها بالتزامها بالمسؤولية الاجتماعية انطلاقاً من فلسفتها بالنهوض بالمجتمعات التي تعمل بها كونها جزء لا يتجزأ منها.

وفي الختام، فلقد أثبتت المصارف الإسلامية ذاتها واستطاعت أن تبني لنفسها قاعدة راسخة في كثير من الدول العربية والإسلامية وحتى الأجنبية منها، ولكنها لا زالت في مرحلة النمو. فالطريق أمامها طويل ومحفوف بالمخاطر، ولديها تطلعات وآفاق واسعة، ولذلك هي الآن بأمس الحاجة إلى الإبداع والابتكار لإثبات وجودها وجدارتها لكي تشق طريقها بخطوات متزنة وسريعة نحو أهدافها السامية؛ وذلك بجعل ابتكاراتها أكثر أخلاقية من خلال ربطها بالعقيدة الإسلامية التي تعتبر طلب العلم فريضة وعنصراً حاسماً لتحقيق العدالة المنشودة.

النتائج والتوصيات:

تقف المصارف الإسلامية أمام مفترق طرق، حيث تواجه مرحلة جديدة من الابتكارات التكنولوجية والتقنية المتسارعة التي توجب عليها اقتناص الفرص للاستفادة من هذه التطورات وتوظيف مخرجات هذه الابتكارات في إيجاد حلول ومنتجات مصرفية وقموبلية وفق أولويات المجتمعات التي تنتمي لها لتصبح قادرة على المنافسة عالمياً واحتلال مكانة متميزة بين المصارف العالمية؛ وقد خلصت الدراسة للنتائج والتوصيات التالية:

أولاً: النتائج

- يعد الابتكار والإبداع من أهم مقومات نجاح المصارف الإسلامية باعتباره عاملاً أساسياً في تعزيز قدرتها التنافسية وتلبية احتياجات عملائها في أي وقت وفي أي مكان.
- يتميز الابتكار المصرفي الإسلامي بارتباطه بمبادئ الشريعة الإسلامية؛ مما يجعله ابتكاراً أخلاقياً يهدف إلى تحقيق العدالة المنشودة.
- لم يعد الابتكار مجرد خيار بل أصبح ضرورة ملحة لا بد منها؛ فالمصارف التي لا تبتكر ستخرج بالتأكيد من مضمار المنافسة.
- تلعب التكنولوجيا دوراً رئيسياً في تعزيز نهج الابتكار لدى المصارف الإسلامية إذ مكنتها من مواكبة التغيرات العالمية السريعة. كما وفّحت أمامها الآفاق لمستقبل زاهر إذا ما أحسنت التعامل معها.

ثانياً: التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

- ضرورة أن تتبنى المصارف الإسلامية سياسات سباقية للابتكار والإبداع، وأن توسع نطاق انتشار خدماتها المصرفية الرقمية خاصة في المناطق التي لا تستطيع فتح فروع فيها، مما يمنحها مرونة أكبر في توفير حلول وبدائل مصرفية مبتكرة لعملائها.
- تخصيص بند في ميزانية المصارف الإسلامية للإنفاق على أنشطة الابتكار والإبداع.
- إنشاء أقسام خاصة في المصارف الإسلامية تتولى مسؤولية دعم الابتكار والتأكد من أن المصرف مواكب ومستعد لتبني أحدث التطورات والابتكارات التكنولوجية.

- يجب على المصارف الإسلامية مراجعة التكنولوجيا المستخدمة لديها بشكل مستمر ودقيق للتأكد من عدم وجود أية تهديدات لأمن المعلومات لديها وبذلك تحظى بثقة عملائها.
- تحتاج المصارف الإسلامية لمزيد من الوعي والمسؤولية للتعامل بجدية ووضوح مع الآفاق المستقبلية للابتكار والإبداع.

أولاً: المراجع باللغة العربية

- ١- إبراهيم، الغالي (٢٠١٥). تشخيص واقع الابتكار المالي في ظل الصناعة المصرفية الإسلامية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ٤٠٥، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ٦٨-٥١.
- ٢- إنرست ويونغ (EY) (٢٠١٦). القدرة التنافسية للمصارف الإسلامية العالمية لعام ٢٠١٦، الموقع الإلكتروني: <https://www.ey.com>. Available at:
- ٣- الأسرج، حسين عبدالمطلب (٢٠١٣). دور رأس المال الفكري في تنمية المصارف الإسلامية، مجلة النشرة المصرفية، الأمانة العامة لاتحاد المصارف العربية، ٢٠١٣/١٢، Available at: <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/52987/>
- ٤- الأسرج، حسين عبدالمطلب (٢٠١٣). أهمية الابتكار المالي للمصارف الإسلامية، مقال منشور بتاريخ ٢٠١٣/٩/٢١ تاريخ الاطلاع: ٢٠١٩/٢/١، الموقع الإلكتروني: <https://elasrag.wordpress.com>
- ٥- جاسر، محمد عمر (٢٠١٠). نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية المقام تحت عنوان "الواقع وتحديات المستقبل"، تنظيم نادي رجال الأعمال اليمنيين، صنعاء، الجمهورية العربية اليمنية، ٢٠-٢١ مارس ٢٠١٠.
- ٦- جمعية البنوك في الأردن (٢٠١٥). دليل الخدمات والمنتجات والحلول المصرفية للبنوك التجارية العاملة في الأردن.
- ٧- الخفاجي، علي كريم (٢٠١٢). توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، جامعة كربلاء، المجلد ٨، الإصدار ٢٣، ٤٥-٨٢.
- ٨- زعتري، علاء الدين (٢٠٠٢). العولمة وتأثيرها على العمل المصرفي الإسلامي، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الرابع عشر، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات، منشور على الموقع: <http://www.imtithal.com>
- ٩- السويلم، إبراهيم (٢٠٠٠). صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي، مركز البحوث، شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، ديسمبر ٢٠٠٠.
- ١٠- شليبي، محمد (٢٠٠٩). الابتكار المالي، جريدة الرياض، العدد ١٤٩٧٢، ٢٠٠٩/٦/٢١، تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠١٩/١/٢٦، الموقع الإلكتروني: <http://www.alriyadh.com/439264>
- ١١- طه، طارق، (٢٠٠٧). إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
- ١٢- غربي، عبد الحليم (٢٠٠٩). تفعيل أداء البنوك الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث بعنوان "إدارة منظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة"، عمان، الأردن، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ٢٧-٢٩/٤/٢٠٠٩ م.
- ١٣- القمزي، حسين (٢٠١٦). الابتكار الآمن في الصيرفة الإسلامية، جريدة الاتحاد، ٢٠١٦/١١/٢١، الموقع الإلكتروني: <https://www.alittihad.ae>
- ١٤- قنطججي، سامر مظهر (٢٠١٨). فقه الابتكار المالية بين التثبيت والتهافت: أصوله-قواعده-ومعايره، مطبوعات KIE ، ط٣، ٢٠١٨-٢٠١٦.
- ١٥- كنجو، عبود (٢٠١٢). الإبداع المصرفي في ظل الاقتصاد المعرفي، بحث منشور.
- ١٦- مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (٢٠١٧). مؤشر المعرفة العالمي، شركة دار الغرير للطباعة والنشر، الإمارات العربية المتحدة.
- ١٧- أبو مؤنس، رائد نصري (٢٠١٦). قواعد هندسة المنتجات المالية الإسلامية دراسة تحليلية، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، المجلد ٤٣، العدد ١، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، ٩٨-٧٧.
- ١٨- محمد، نيفين حسن (٢٠١٦). دور الابتكار والإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول، «دراسة حالة دولة الإمارات»، وزارة الاقتصاد، إدارة التخطيط ودعم القرار، الإمارات، ٢٠١٦/٨ م.
- ١٩- المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، الاستبيان العالمي للمصرفيين الإسلاميين (٢٠١٨). تقييم التأثيرات المستقبلية: التفكير الاستراتيجي والعلامة التجارية والتكنولوجيا المالية، البحرين، مايو ٢٠١٨.
- ٢٠- المطيري، فيصل (٢٠١٢). أثر التوجه الإبداعي على تحقيق ميزة تنافسية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- ٢١- الموقع الإلكتروني: <https://www.media.gov.kw>
- ٢٢- الموقع الإلكتروني لمجلة الاقتصادية: <http://www.aleqt.com> ، مقال بعنوان: المالية الإسلامية بحاجة ماسة إلى استراتيجية الابتكار والتوعية الشاملة.
- ٢٣- ميهوب، سماح (٢٠١٤). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد- أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- ٢٤- ناظر، حنين خالد (٢٠١٧). أثر استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في إدارة علاقات الزبائن (دراسة ميدانية في البنوك الإسلامية في الأردن)، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- ٢٥- يوسف، عدنان أحمد (٢٠١٨). التكنولوجيا المالية وأبعادها المصرفية والاقتصادية، صحيفة الرأي، الموقع الإلكتروني: <http://alrai.com/article/10438390>

- 1- Fardosa Ibrahim (2016). **Product innovation in Islamic banking and growth of SMES in Nairobi**, A research project of the requirements for the degree of master of business administration, school of business, university of Nairobi, October, 2016.
- 2- M. Mansoor Khan, M. Ishaq Bhatti (2008). **Islamic banking and finance: on its way to globalization, Managerial Finance**, Vol. 34 Issue:10, pp.708-725.
- 3- The MIFC: Malaysia International Islamic Financial Centre (2015). **Technology and Innovation in Islamic Banking**, published by Bank Negara Malaysia, March 25, pp: 01-10.
- 4- Schumpeter. Joseph. A. (1942). **Capitalism, Socialism and Democracy**, Harper and Brothers, New York .
- 5- Terzi, I., Sharif, M., Milojevi, M. (2016). **The Impact of the Knowledge Economy on Islamic Banks Performance**, International Journal of Business and Social Science, Vol. 7, No. 3; March 2016. www.ijbssnet.com.