Warith Scientific Journal

تحليل العلاقة بين المصارف الرقمية وضعف الوعي المصرفي للمدة 2021-2024 شهريًا – المحافظ الالكترونية نموذجًا

Analysis of the relationship between digital banks and weak banking awareness for the period 2021-2024 monthly - electronic wallets as a model

أ.م.د صادق طعمة خلف
Sadeq Toama Khalaf
mstfcb2010@uomustansiriyah.edu.iq

م.م. ايمان رعد فتاح
Iman Raad Fattah
lec.iman.raad@uobasrah.edu.iq

د. مصطفى محمد إبراهيم
Mustafa Mohammed Ibrahi
mustafamohamad1986@gmail.com

المستخلص

اقر البنك المركزي العراقي ضوابط ترخيص المصارف الرقمية العاملة في العراق بموجب الكتاب بالعدد 157/4/9 في 2024/3/28 بمنح الرخص للمصـارف الرقمية وعلى ان تكون مقر رئيسـي واحد موجود ويجابه ذلك ضـعف الثقافة المصـرفية لدى الجمهور او بالاحرى عدم الثقة بالمصـارف العراقية ولاسـيما المصـارف الخاصـة ، وبالرغم من توجهات الصـيرفة العالمية نحو اتمتة الاعمال المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية في عالم المصارف ، لذا سعى البحث الى تحليل المصارف الرقمية في العراق في ظل بيئة تشريعية حديثة من خلال التعليمات والضوابط الصادرة من قبل البنك المركزي العراقي وعلاقتها بمؤشرات الوعي المصرفي للمدة 2021- 2024 شهرياً ، إذ تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي (هل ستفعل المصارف الرقمية في العراق وبالوقت ذاته هنالك عدم ثقة في المصـارف؟) ، اما هدف البحث يهدف الى ايجاد علاقة متناغمة بين المصـرف الرقمي وزيادة الوعي المصـرفي في ظل مواكبة التطورات المصرفية من خدمات الكترونية ، اما فرضية البحث كانت وجود علاقة ضعيفة بين المصرف الرقمي والوعي المصرفي في العراق، وقد توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات فكانت ابرز الاستنتاجات هي ان المصارف الرقمية تؤدي خدمات مصرفية متنوعة ومتعددة وفق مؤشرات السرعة والدقة والامان ، اما ابرز التوصيات على الحكومة دعم المصارف الرقمية في العراق ولاسـيما في برنامجها الحكومي وعلى الجمهور الثقة بالمصـرف الرقمي بعد اصـدار الترخيص من قبل البنك المركزي العراقي .

الكلمات المفتاحية: المحافظ الرقمية- الوعي المصرفي- مؤشرات المصرف الرقمي

Abstract: The Central Bank of Iraq approved the controls for licensing digital banks operating in Iraq under document No. 9/4/157 dated 3/28/2024 to grant licenses to digital banks and to have one existing headquarters. This confronts the weakness of banking culture among the public or rather the lack of trust in Iraqi banks, especially private banks. Despite the global banking trends towards automating banking business and keeping pace with technological developments in the world of banking, the research sought to analyze digital banks in Iraq in light of a modern legislative environment through the instructions and controls issued by the Central Bank of Iraq and their relationship to banking awareness indicators for the period 2021-2024 monthly. The research problem was represented by the following question (Will digital banks operate in Iraq and at the same time there is a lack of trust in banks?). The research objective aims to find a harmonious relationship between the digital bank and increasing banking awareness in light of keeping pace with banking developments from electronic services. The research hypothesis was the existence of a weak relationship between the digital bank and banking awareness in Iraq. The research reached a set of Conclusions and recommendations: The most prominent conclusions were that digital banks provide various and multiple banking services according to indicators of speed, accuracy and security. The most prominent recommendations are for the government to support digital banks in Iraq, especially in its government program, and for the public to trust the digital bank after the license is issued by the Central Bank of Iraq.

Keywords: Digital wallet - banking awareness - digital bank indicators.

1-المقدمة

تؤدي المصارف الرقمية دوراً بارزاً في تقنين العمليات المصرفية كافة فضلاً عن السرعة والدقة والامان في تحقيق الاستقرار المصرفي والنقدي في البلد، فان البحث في هذا الموضوع الحديث ضرورة في معرفة مؤشرات المصرف الرقمي ومؤشرات الوعي المصرفي والهدف من البحث هو زيادة الوعي المصرفي وتقليل ظاهرة الاكتناز للنقود في العراق وتوظيفها في الودائع المصرف الرقمي من خلال اتساع المنتجات المصرفية الالكترونية التي سنبينها في البحث.

المبحث الأول

2-منهجية البحث

2-1مشكلة البحث

تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الاتي

1- هل ستفعل المصارف الرقمية في العراق وبالوقت ذاته هنالك عدم ثقة في المصارف؟.
2- ماهي المنتجات المصرفية الرقمية التي تستطيع المصارف تقديمها في العراق ؟
3- لماذا العلاقة ضعيفة بين المصرف الرقمي والوعي المصرفي في العراق؟

2-2 هدف البحث

يهدف البحث الى بيان الاتي:.

1- ايجاد علاقة متناغمة بين المصرف الرقمي وزيادة الوعي المصرفي في ظل مواكبة التطورات المصرفية من خدمات الكترونية.
2- بيان التعليمات والضوابط الخاصة بالمصرف الرقمي والمعتمدة من قبل البنك المركزي العراقي.
3- ايضاح عدد المصارف الرقمية في العراق حالياً من خلال الرخص الممنوحة من قبل البنك المركزي العراقي.
4- تفسير النتائج من خلال البيانات التي يتم التطرق لها البحث للمدة 2021-2024 شهرياً.

2-3فرضية البحث

الفرضية الصفرية: وجود علاقة ضعيفة بين المصرف الرقمي والوعي المصرفي في العراق.
الفرضية البديلة عدم وجود علاقة بين المصرف الرقمي والوعي المصرفي في العراق.

2-4أهمية البحث

يركز البحث الى تحليل مؤشرات المصرف الرقمي ومؤشرات الوعي المصرفي في العراق في ظل بيئة مصرفية حديثة ولاسيما مدة التحليل من 2021-2024 شهرياً.

2-5 عينة البحث:

1- العينة المكانية: المصرف الرقمي بكل تفاصيله يتم تحليله.
2- العينة الزمانية: تمتد من 2021/1-2024/7.

2-6 منهج البحث :

اعتمد الباحثين الاسلوب التحليلي والتفسيري في الجانب العملي من خلال البيانات المستحصلة من البنك المركزي العراقي فضلاً عن جداول والرسوم واستخراج معدلات النمو والاهمية النسبية لكل مؤشر.

2-7 إنموذج البحث :

الشكل (1-1) إنموذج البحث
المصدر: من إعداد الباحثين.

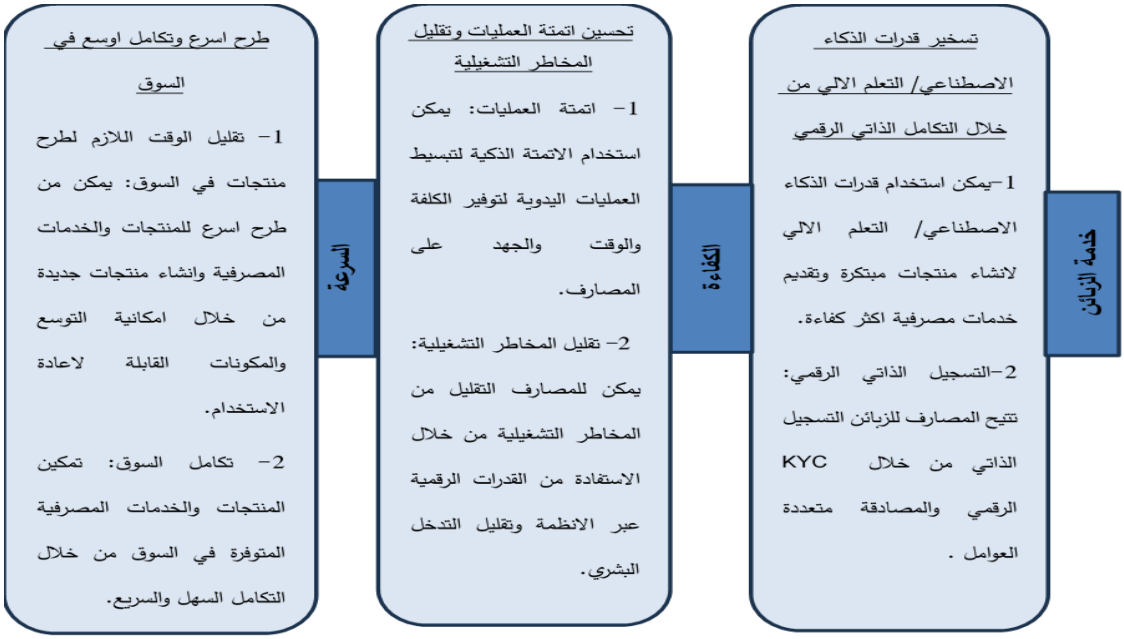
3-المبحث الثاني

3-1مفهوم المصارف الرقمي: بأنها مصارف ليس لها تواجد على شكل فروع باستثناء بعض المتطلبات ذات الصلة بالادارة العامة وتقوم باتمام متطلبات انشاء العلاقة المصرفية وتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية مع زبائنها عن بعد وذلك باستخدام منصات الانترنت وتطبيقات الهاتف النقال وغيرها من القنوات الالكترونية القائمة على حلول التقنيات الحديثة. وتعرف بأنها تلك المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية عبر القنوات او المنصات الرقمية باستخدام التقنيات الحديثة ، كما تعرف ايضاً بأنها مؤسسات مصرفية تتيح لزبائنها ادارة حساباتهم وانجاز اعمالهم المتعلقة بتلك الحسابات عن طريق الاتصال بالهاتف الذكي ، وان الفرق بينها وبين المصارف الالكترونية ان الاخيرة تستخدم شبكة الانترنت والمصارف الرقمية تستخدم الهاتف الذكي والعملة الرقمية فضلاً عن الحاسوب ويستغني عنه المتعامل باستخدام الهاتف الذكي.

3-2 خصائص المصارف الرقمية: تتمثل خصائص المصرف الرقمي بالاتي(ثويني، 2024: 16):.

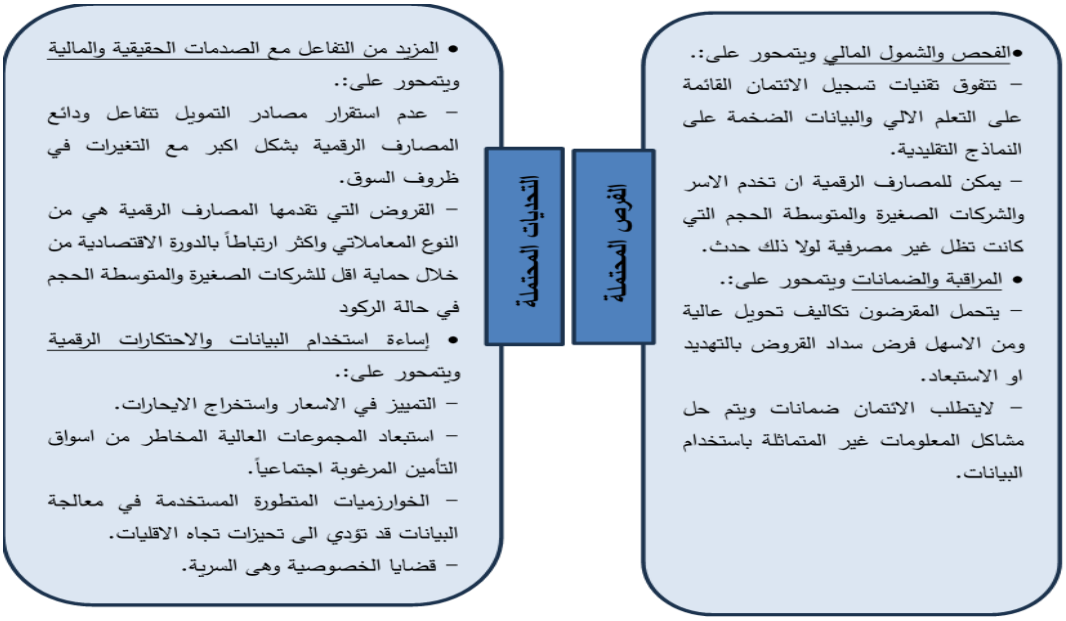
1- السهولة في الوصول: إذ يمكن الزبائن من الوصول الى حساباتهم واجراء التعاملات المصرفية في اي وقت ومن اي مكان عن طريق الانترنت.
2- توفير الوقت والجهد: عدم الحاجة الى زيارة فروع المصارف التقليدية يوفر وقتاً وجهداً كبيرين للزبائن.
3- امان وحماية: يعمل المصرف الرقمي اجراءات امان عالية لضمان وسلامة وحماية البيانات المالية الخاصة بالزبائن.
4- تشكيل ميزانية مالية: يتيح المصرف الرقمي للزبائن تتبع نفقاتهم وادارة ميزانياتهم المالية بسهولة من خلال ادوات التقارير والتحليل المتاحة.
5- توفير خدمات مصرفية متقدمة: بالاضافة الى الخدمات الرئيسة مثل التحويلات والمدفوعات ، يمكن للمصرف الرقمي ان تقدم خدمات متقدمة مثل الاستثمار والتأمين والقروض.
6- تجربة مستخدم مبتكرة: يركز المصرف الرقمي بتجربة المستخدم ويوفر واجهات مستخدم مبتكرة وسهلة الاستخدام لتحسين تجربة الزبائن.
7- تكاليف اقل: غالباً ما تكون الرسوم المصرفية اقل مقارنة بالمصرف التقليدي.
8- التكنولوجيا المتقدمة: استخدام احدث التقنيات مثل التطبيقات المحمولة ، التحقق الثنائي، التوقيعات الرقمية.

3-3مؤشرات المصارف الرقمية: على مدى السنوات السابقة شهدت الصناعة المصرفية العديد من الاحداث التي ادت الى تسريع زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الرقمية فضلاً عن الوباء، إذ ساهمت الحاجة الى الخدمات في الوقت الحالي ، الشمول المالي، الخدمات المصرفية عبر السوق، في هذا النمو السريع من المتوقع ان يستخدم اكثر
من (3.5) مليار شخص القنوات الرقمية على مستوى العالم بحلول عام 2024، وهنالك العديد من مؤشرات المصارف الرقمية ولكن نركز على الرئيسة منها كالاتي:.



Source:
OLYMPIC Banking System, (2024), DIGITAL BANKING A TIER 2-3 BANK PERSPECTIVE , IBS intelligence , P.7 .

4-3 الفرص والتحديات في المصارف الرقمية: تجلب المصارف الرقمية فوائد محتملة جديدة ولكنها بنفس الوقت تحمل مخاطر ايضاً فماهي الفرص المحتملة وماهي المخاطر المحتملة:.



5-3 مفهوم الوعي المصرفي: يقصد به بأنه مجموعة من الانشطة والعمليات التي تهدف الى رفع مستوى المعرفة والمالية والثقافة المصرفية للزبائن وكذلك رفع قدرتهم على اتخاذ القرار المناسب الذي يعزز حمايتهم. ويعرف ايضاً بأنه عادة الزبائن (افراد ومؤسسات) على ايداع اموالهم في المصارف واستخدام شبكات مصرفية في معاملاتهم المالية إذ ترتبط حجم الودائع المصرفية بعلاقة طردية من الوعي المصرفي ، وهناك مفهوم اخر بأنه القدرة على صنع قرارات ايجابية والدراية الكافية

بالمسائل والتحديات التي تخص ادارة النقد والثروة والتي تجعل القطاع العائلي ذات فعالية اكبر في اتخاذ القرار المالي(الموسوي، 2023: 614).

3-6 أهمية الوعي المصرفي: تبرز اهمية الوعي المصرفي بالاتي:.

1- قدرة الزبائن على فهم الية العمل المصرفي.
2- التقدم التكنولوجي وشبكات المعلومات والخدمات المصرفية المتعددة تتطلب الاستيعاب او الاستجابة الصحيحة لكيفية التعامل مع هذه الخدمات من قبل العاملين بالمصارف من جهة او من قبل الزبائن من جهة اخرى.
3- النقد مظهر من مظاهر استيقاظ الوعي وهو الذي يجدد الابنية الفكرية حين يصقلها ويجعلها في حالة من التوهج والاشعاع.

3-7 معوقات نشر الوعي المصرفي: هنالك العديد من المعوقات التي تواجه الوعي المصرفي ومنها:.

1- ضعف خبرة الموظفين وكفائتهم وافتقارهم الى روح المبادرة والاجتهاد خوفاً من المساءلة في ظل نظرة الادارات المصرفية الى المواطن كصاحب حاجة في تعامله مع المصرف وليس كزبون يجب السعي لإرضائه.
2- غياب الاستثمارات المصرفية المميزة ، إذ انعكس بشكل سلبي على المواطنين والادارات المصرفية على حد سواء ما ادخل الطرفين في ارباكات وتعقيدات عديدة ودفع المواطن الى البحث عن منافذ اكثر امناً لمدخراته(التوني، 2021: 249).

3-8مؤشرات الوعي المصرفي: هناك مختلف المؤشرات لقياس الوعي المصرفي في المصارف ولكن ابرزها هي(المزوري،2023: 550):.

1- نسبة المطلوبات الى حق الملكية: هذه الاداة هي المراة للمستثمرين وذلك لتقييم كفاءة وادارة المصارف في تخصيص مواردهم المالية ، وتعني هذه النسبة عند ارتفاعها تزداد حالة العسر المالي للمصرف ، وتعطي هذه النسبة فكرة لدى الزبائن ووعيهم بالمركز التنافسي للمصرف وكما في المعادلة الاتية:.

$$\frac{\text{اجمالي الاستثمارات}}{\text{اجمالي الودائع}} \times 100$$

2- نسبة الاستثمارات الى اجمالي الودائع: يدل هذا المؤشر وعي الزبائن في تقييمهم لقدرة وكفاءة المصرف من توظيف الودائع في الاستثمارات للحصول على العوائد وعدم اكتناز الاموال لديه باكثر من النسب المطلوبة وذلك لان هذا سيحمل المصرف اعباء الفوائد ومن ثم سيقلل من العوائد ، ويحتسب وفق المعادلة ادناه:.

$$\frac{\text{اجمالي الائتمان النقدي}}{\text{اجمالي الودائع}} \times 100$$

3- **نسبة التوازن في استخدام** الموارد المتاحة: يقاس هذا المؤشر من خلال قدرة المصرف على توظيف ودائعه في قروض مختلفة مع بيان حجم الاموال المستخدمة لديه من الودائع الكلية وتعني هذه النسبة اذا ارتفعت يعني قدرة المصرف على توظيف امواله بشكل صحيح ، ويحتسب وفق المعادلة ادناه:.

$$\frac{\text{مطلوبات المصرف}}{\text{حق ملكية}} \times 100$$

4-المبحث الثالث

4-1نظرة على المصارف الرقمية في العراق: قدمت الخطة الاستراتيجية الثالثة للبنك المركزي العراقي (2024-2026) الهدف الثالث منها هو تعزيز التحول الرقمي في البنك المركزي والقطاع المصرفي ويعد التحول الرقمي من الاهداف المهمة لنجاح الاعمال البنكية الحديثة المبنية على التقنيات المتاحة وتحسين الاداء المالي للبنك المركزي العراقي والقطاع المصرفي وتلبية حاجات الزبائن ونتيجة التطور الهائل الذي يشهده العالم اليوم في مجال التكنولوجيا الرقمية والتي القت بظلالها على كافة المجالات عمد البنك المركزي على تنفيذ المشاريع التقنية وكالاتي:.

- تهيئة وتصميم البنية التحتية ومركز البيانات بناية البنك المركزي العراقي الجديدة من خلال اعداد وثيقة متطلبات تقديم العروض (PFR) والملاحق واستحصال الموافقات الاصولية بالشركات المختارة.
- استكمال مشروع انشاء شبكة مصرفية تعمل بتقنيات الكيبل الضوئي من خلال توقيع العقد مع شركة رصينة وفحص وتشغيل المشروع .
- تطوير ادوات وانظمة مركز ادارة الامن السيبراني (SOC) واعتماد نهج متقدم لتعزيز الامن السيبراني في البنك والقطاع المصرفي ، إذ تم إعداد دراسة تطوير هيكلية امن المعلومات وتحليل المتطلبات واعداد خطة استراتيجية لتطوير بيئة امن المعلومات والامن السيبراني للبنك المركزي العراقي والقطاع المالي والمصرفي ومن ثم استحداث تشكيل يعنى بالمراقبة والاستجابة والتحليل السيبراني وتحديد مهام عملية لها.

إذْ قام البنك المركزي العراقي بوضع خارطة لتبني العملات الرقمية للبنوك المركزية وذلك من خلال تشكيل فريق عمل وحضور الندوات واعداد الدراسات للعملة الرقمية للبنوك المركزية والتعاقد مع شركة استشارية لدراسة السوق وجميع البيانات الخاصة بمتطلبات اعداد طلب تقديم المعلومات (RFI).

إذْ قام البنك المركزي العراقي بأصدار ضوابط الترخيص للمصارف الرقمية في العراق خلال شهر أيار من العام الحالي، وهو بصدد دراسة الطلبات المقدمة في ضوء المتطلبات الخاصة بالمصارف الرقمية، مع الأخذ بنظر الاعتبار المخاطر والمحددات المتعلقة بالمصارف الرقمية خصوصًا فيما يتعلق بمخاطر الأمن السيبرانية. انّ الهدف الاساسي لترخيص المصارف الرقمية هي من أجل مواكبة التطورات في البيئة المصرفية، فضلاعن توفير التنوع في تقديم الخدمات المصرفية في ظل التقدم التكنولوجي الذي يسهم في تعزيز الشمول المالي من خلال تسهيل وصول الزبائن الى الخدمات المصرفية والمشار لها في ضوابط الترخيص الصادرة من قبل البنك المركزي العراقي في الملحق (1) وأشار محافظ البنك المركزي العراقي في مؤتمر المدفوعات الالكترونية وتحقيق الاستقرار المالي الذي عقد في بغداد بتاريخ 2024/9/14 الى انّ التطورات المصرفية وتوظيفها في اتجاه يخدم الجمهور جعلنا نخطو باتجاه المصارف الرقمية في العراق كونها تجربة جديدة في دول العالم مشيرًا الى ان العراق سيكون واحدًا من الدول التي تتقدم في المصارف الرقمية إذ انّ عدد الطلبات على المصارف الرقمية في العراق بلغ (60-70) مصرفًا والبنك المركزي سيختار عدد محدود كمرحلة اولى وفق الضوابط والشروط المعمول بها وستخضع الى مرحلة تقييم من البنك المركزي العراقي.

4-2 تحليل مؤشرات المصارف الرقمية: بعدما تم التطرق الى المصارف الرقمية في العراق ومؤشراتها سيتم الان تحليل هذه المؤشرات وفق البيانات التي تم الحصول عليها من البنك المركزي العراقي/ الموقع الاحصائي ، وقد استخرج الباحثين معدل النمو لهذه المؤشرات التي تخص المصارف الرقمية وهي محافظ الكترونية يتم التعامل بها من خلال نقود الكترونية بين الزبائن تتوفر في هذه المحافظ ولانجاز تعاملاتهم اليومية بشتى الاشكال ، إذ سجل معدل نمو محفظة زين كاش لعام 2021 من شهر شباط انخفاضًا والبالغ (20.01%) ، في حين سجل في شهر اذار ارتفاعًا بنسبة (45.35%) ثم ارتفع نسب استخدام محفظة زين كاش حتى عام 2024 من شهر تموز بنسبة (18.1%) ويعزى ذلك الى حاجة الجمهور للتعامل بالتقنيات المصرفية وذلك لتحقيق السرعة والامان في حساباتهم يضاف الى ذلك الاجراءات الحكومية في الزام الدوائر الحكومية بالدفع الالكتروني لتقليل نسب الفساد المالي فضلًا عن مواكبة التطورات المالية والمصرفية العالمية، اما محفظة اسيا حوالة وهي محفظة مرخصة ايضًا من قبل البنك المركزي العراقي والتي تم تعديل اسمها الى (اسيا باي) فقد كانت معدل نموها لشهر شباط من عام 2021 بنسبة (94.49%) واستمرت المحفظة بالتذبذب حتى الانخفاض في شهر تموز من عام 2024 بنسبة (8.46%) ويعزى ذلك الى انخفاض استخدام هذه المحفظة بسبب قله الخدمات التي تتوفر بهذه المحفظه فضلًا عن سوء عدم التغطية الالكترونية (الانترنت) في هذه المحفظة مما دفع بالزبائن نحو التعامل بمحافظ اخرى ، اما محفظة ناس باي بلغت نسبة نموها لشهر شباط من عام 2021 انخفاضًا بنسبة (19.21%) واستمر بتطور استخدامها من قبل الزبائن الى الانخفاض حتى بلغ في شهر تموز من عام 2024 نسبة (22.73%) ويعزى ذلك الى انها محفظة جديدة وتفتقر الى الخدمات فضلًا عن انها تعاني من الترويج في استخدامها مقارنة ببقية المحافظ المنتشرة في القطاع المصرفي وان بيانات هذه المحافظ موجودة في الملحق رقم (2) وقد تم استخراج مع النمو لهذه المحافظ من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق رقم (2) .

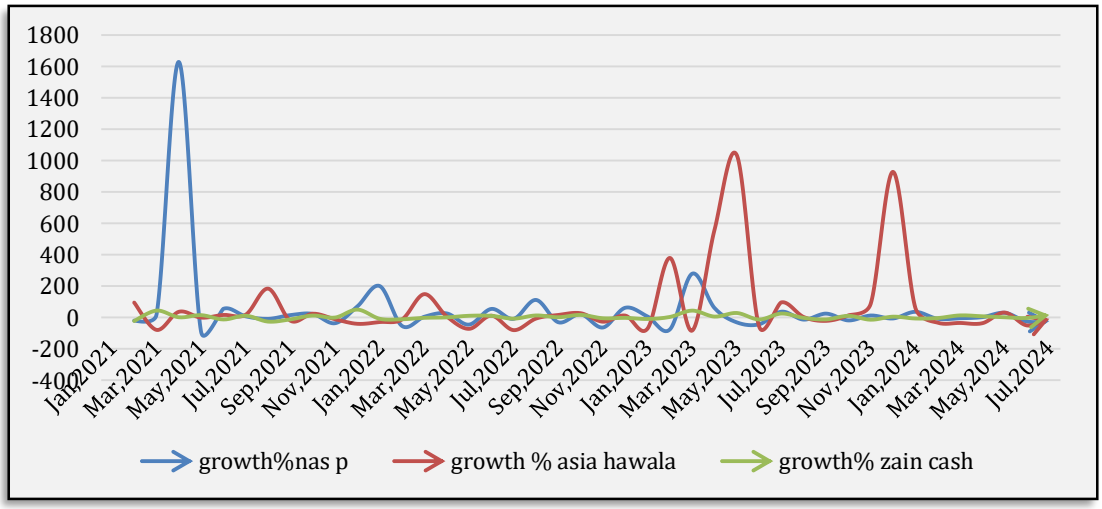
جدول (1) معدل نمو بعض مؤشرات المصارف الرقمية في العراق للمدة (2021-1-2024-7)

السنة/ الشهر	نمو زين كاش %	نمو اسيا باي %	نمو ناس باي %
2021-1	-	-	-
2021-2	-20.01	94.49	-19.21
2021-3	45.35	-79.42	19.75
2021-4	3.35	36.11	1630.04
2021-5	16.64	-1.29	-91.80
2021-6	-10.58	15.97	56.42
2021-7	12.95	18.10	8.03
2021-8	-24.07	183.51	-8.15
2021-9	-9.94	-20.94	15.81
2021-10	14.16	24.03	23.44
2021-11	1.55	-11.36	-35.91
2021-12	51.48	-40.57	71.68
2022-1	-6.24	-29.18	201.02
2022-2	-9.26	-12.49	-53.56
2022-3	-0.31	148.70	5.38
2022-4	2.57	6.88	26.80
2022-5	12.71	-72.56	-44.84
2022-6	12.39	11.58	55.30
2022-7	-5.43	-80.94	-7.86
2022-8	14.8	-7.24	112.54
2022-9	3.39	15.82	-29.70
2022-10	18.13	27.22	21.45
2022-11	-2.89	-27.04	-63.23
2022-12	-0.43	11.98	62.63
2023-1	-7.56	-70.92	6.87
2023-2	5.24	379.23	-75.47
2023-3	45.3	-83.65	279.73
2023-4	7.6	557.69	61.31
2023-5	30.29	1034.15	-30.63
2023-6	-10.61	-56.81	-42.87
2023-7	26.77	96.38	37.82
2023-8	-0.73	2.56	-13.01
2023-9	-10.24	-21.77	25.30
2023-10	12.08	13.23	-18.13
2023-11	-12.05	87.25	13.39
2023-12	7.06	927.10	-5.63
2024-1	-4.56	60.94	36.89
2024-2	-1.57	-33.16	-7.71
2024-3	14.98	-34.96	-4.22
2024-4	9.43	-36.84	2.59
2024-5	3.16	31.30	30.63
2024-6	-1.23	-50.96	-25.07
2024-7	18.1	-8.46	-22.73

المصدر: البنك المركزي العراقي، الموقع الاحصائي.

- تم استخراج معدل نمو من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات البنك المركزي العراقي ، الموقع الاحصائي ، الملحق (2)، سنوات مختارة.

شكل (1) معدل نمو مؤشرات المصارف الرقمية للمدة (2021-1-2024-7)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (2).

3-4 تحليل مؤشرات الوعي المصرفي: هنالك عده مؤشرات للوعي المصرفي في العراق الا انّ الباحثين ركزوا عى ثلاثة منها فقط وهي وقد استخرج الباحثين معدلات النمو وكذلك معادلات الوعي المصرفي التي تم التطرق لها في الجانب النظري بناءً على بيانات البنك المركزي العراقي ، الموقع الاحصائي فضًلا عن التحليل الوصفي لنتائج المعادلات ومعدلات النمو والبيانات في الملحق (3) وتم ترميز في الاشكال الرموز الاتية مثًلا cap تعني حق ملكية و Libil تعني المطلوبات و inves تعني الاستثمارات و depos الودائع و credit cash الائتمان النقدي:.

1- معدل نمو اجمالي المطلوبات واجمالي حق الملكية: سجلت هذه النسبة تذبذبًا ملحوظًا بسبب اجراءات البنك المركزي العراقي في زيادة رؤوس اموال المصارف اضف الى ذلك نمو المطلوبات المصرفية مما يعني ان نسبة المطلوبات الى حق الملكية في ارتفاع مستمر ، إذْ سجلت في عام 2021 من شهر كانون الثاني نسبة (829.09%) واستمرت بالارتفاع حتى شهر تموز من عام 2024 بنسبة (1028.50%) ويعزى ذلك الى خلق المنافسة المصرفية وكذلك ارتفاع مطلوبات المصارف من حيث الاقراض الموزع لكافة القطاعات والزبائن سواء كانت مصارف تجارية ام اسلامية ام متخصصة مع الاعتماد الكبير على النقد الموجود في خزائن المصرف الذي يجب ان يحتفظ به المصرف، والجدول (2) يوضح معدل النمو للمتغيرات وكذلك المعادلة التي تم اعتمادها.

جدول (2) معدل نمو مؤشر الوعي المصرفي للمدة (2021-1-2024-7)

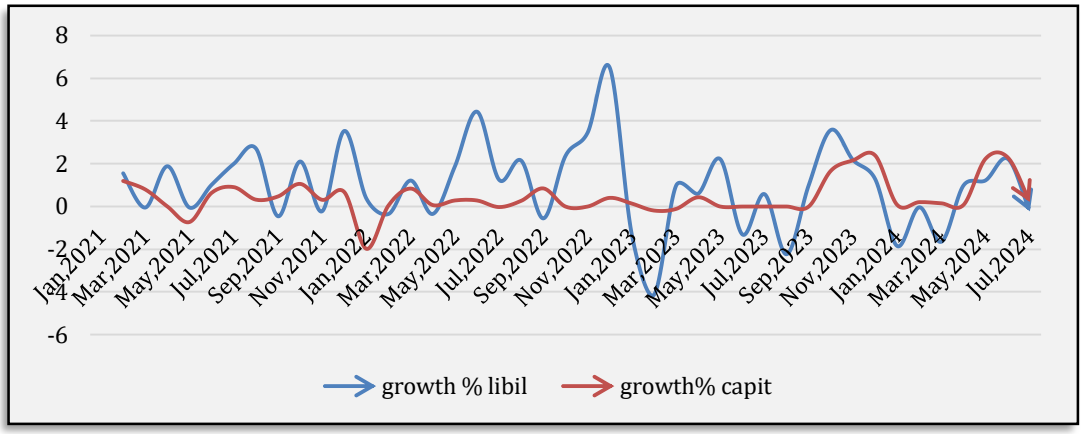
السنة/ الشهر 1	نمو حق الملكية 2%	نمو اجمالي المطلوبات% 3	المطلوبات/ حق الملكية % 4
2021-1	-	-	829.09
2021-2	1.19	1.55	832.07
2021-3	0.79	-0.04	825.14
2021-4	0.01	1.89	840.73
2021-5	-0.72	-0.04	846.50
2021-6	0.64	1.02	849.74
2021-7	0.90	2.01	858.95
2021-8	0.32	2.72	879.53
2021-9	0.47	-0.44	871.46
2021-10	1.06	2.11	880.53
2021-11	0.31	-0.21	875.93

900.88	3.54	0.67	2021-12
922.49	0.37	-1.97	2022-1
918.84	-0.34	0.05	2022-2
922.31	1.22	0.84	2022-3
918.56	-0.33	0.06	2022-4
933.22	1.88	0.28	2022-5
971.92	4.443	0.28	2022-6
984.36	1.25	-0.02	2022-7
1002.86	2.15	0.26	2022-8
988.99	-0.54	0.84	2022-9
1012.47	2.37	0	2022-10
1047.48	3.45	1.12	2022-11
1111.11	6.50	0.40	2022-12
1095.08	-1.30	0.13	2023-1
1051.89	-4.12	-0.18	2023-2
1063.36	0.97	-0.11	2023-3
1065.23	0.61	0.43	2023-4
1088.91	2.22	0	2023-5
1074.77	-1.29	0	2023-6
1081.07	0.58	-5.57	2023-7
1057.02	-2.22	5.57	2023-8
1067.66	1.01	-1.11	2023-9
1087.75	3.58	1.67	2023-10
1088.02	2.18	2.16	2023-11
1076.38	1.29	2.39	2023-12
1055.74	-1.84	0.07	2024-1
1053.26	-0.02	0.20	2024-2
1034.44	-1.63	0.15	2024-3
1043.92	0.99	0.07	2024-4
1033.61	1.23	2.24	2024-5
1032.99	2.23	2.29	2024-6
1028.50	-0.21	0.21	2024-7

المصدر: البنك المركزي العراقي، الموقع الاحصائي.

- تم استخراج معدل نمو من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات البنك المركزي العراقي ، الموقع الاحصائي. ، الملحق (3)، سنوات مختارة.
- العمود (4) استخراج من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

شكل (2) معدل نمو اجمالي المطلوبات واجمالي حق الملكية للمدة (2021-1-2024-7)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

2- معدل نمو اجمالي الاستثمارات المصرفية واجمالي الودائع المصرفية:سجلت الاستثمارات المصرفية انخفاضًا ملحوظًا في شهر شباط من عام 2021 بنسبة نمو (1.84%) يقابلها نمو الودائع المصرفية بنسبة (1.01%) وعند ايجاد النسبة المشار لها في العمود رقم (4) نجد انها بدأت بالانخفاض تدريجيًا ومن ثم بالارتفاع في الاشهر من الاعوام المبحوثة نتيجة السياسات المصرفية في خلق فرص استثمارية في الاجل القصير الى انها تضعضعت في الاعوام (2022-2023) بسبب عدم الثقة من قبل الزبائن بالقطاع المصرفي مما عمل على انخفاض الاستثمارات المصرفية يقابلها انخفاض في حجم الودائع المصرفية بسبب انخفاض نسب الفائدة على الودائع ولاسيما في المصارف الحكومية ، وجدول (3) يبين معدل نمو الاستثمارات المصرفية والودائع المصرفية والنسبة كما في العمود (4).

جدول (3) معدل نمو مؤشر الوعي المصرفي للمدة (2021-1-2024-7)

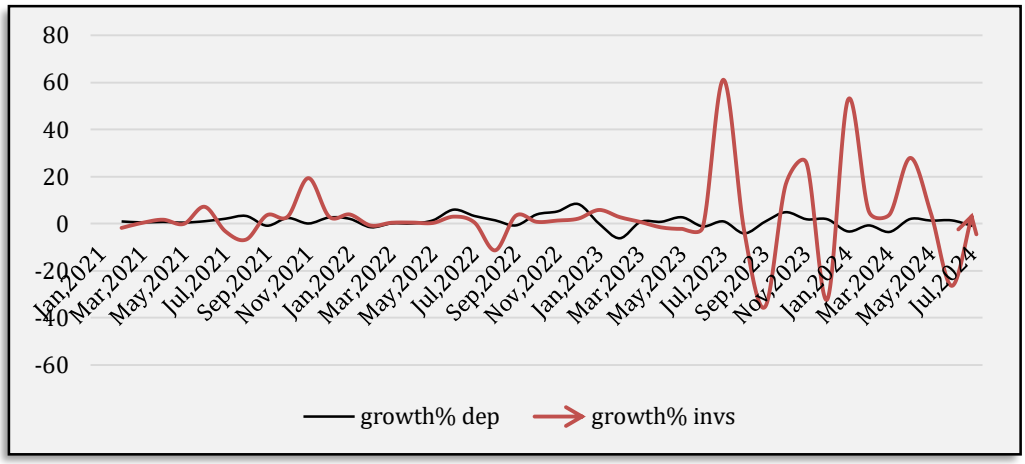
السنة/ الشهر 1	نمو الاستثمارات المصرفية % 2	نمو الودائع المصرفية % 3	الاستثمارات/ الودائع % 4
2021-1	-	-	8.81
2021-2	-1.84	1.01	8.56
2021-3	0.31	0.58	8.53
2021-4	1.64	0.79	8.61
2021-5	-0.14	0.51	8.55
2021-6	7.14	1.08	9.06
2021-7	-3.30	2.18	8.58
2021-8	-6.80	3.35	7.73
2021-9	3.56	-0.82	8.08
2021-10	2.94	2.47	8.11
2021-11	19.32	0.12	9.67
2021-12	2.93	2.69	9.69
2022-1	3.86	2.09	9.86
2022-2	-0.84	-1.47	9.92
2022-3	0.34	0.15	9.94
2022-4	0.42	0.15	9.97
2022-5	0.25	1.48	9.84
2022-6	2.94	6.06	9.56
2022-7	0.45	3.34	9.29
2022-8	-11.39	1.47	8.11

2022-9	3.38	-0.68	8.44
2022-10	0.72	4.01	8.18
2022-11	1.29	5.30	7.86
2022-12	2.08	8.45	7.40
2023-1	5.78	0.09	7.82
2023-2	2.72	-6.21	8.57
2023-3	0.67	0.81	8.56
2023-4	-1.62	0.86	8.35
2023-5	-2.26	2.79	7.94
2023-6	-1.57	-1.12	7.90
2023-7	61.13	1.01	12.60
2023-8	-3.37	-4.11	12.70
2023-9	-35.45	0.89	8.13
2023-10	16.67	4.96	9.03
2023-11	25.66	1.94	11.13
2023-12	-32.25	1.95	7.40
2024-1	52.66	-3.28	11.68
2024-2	5.21	-0.69	12.37
2024-3	3.86	-3.48	13.32
2024-4	27.91	2.07	16.69
2024-5	4.12	1.36	17.14
2024-6	-26.49	1.45	12.42
2024-7	4.615	-0.94	13.11

المصدر:البنك المركزي العراقي، الموقع الاحصائي.

-تم استخراج معدل نمو من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات البنك المركزي العراقي ، الموقع الاحصائي ، الملحق(3) ، سنوات مختارة.- العمود (4) استخراج من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

شكل (3) معدل نمو اجمالي الاستثمارات واجمالي الودائع للمدة (2021-1-2024-7)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

3- معدل نمو اجمالي الائتمان النقدي واجمالي الودائع المصرفية: سجلت الودائع المصرفية للمدة المبحوثة تذبذبًا بدأت من الانخفاض ومن ثم الارتفاع ، إذ سجلت نمو الودائع المصرفية لعام 2021 من شهر شباط نسبة (1.01%) يقابلها ارتفاع في الائتمان النقدي المقدم بنسبة (1.12%) للمدة ذاتها واستمرت بالتذبذب حتى كانت في شهر تموز من عام 2024 الى الانخفاض بنسبة (0.94%) نمو الودائع المصرفية يقابلها (0.66%) نمو الائتمان النقدي وبنسبة (56.39%) في العمود (4) مما يعني ضعف هذا المؤشر بسبب ضعف سياسة المصارف في توظيف الاموال وكذلك استخدام الاحتياطيات المصرفية الفائضة بشكل غير قانوني، وجدول (4) يوضح نمو الودائع المصرفية وكذلك الائتمان النقدي والمعادلة في العمود (4) والتي تم استخراجها وفق البيانات في الملحق (3).

جدول (4) معدل نمو مؤشر الوعي المصرفي للمدة (2021-1-2024-7)

السنة/ الشهر1	نمو الودائع المصرفية% 2	نمو الائتمان النقدي% 3	الائتمان النقدي/الودائع% 4
2021-1	-	-	59.10
2021-2	1.01	1.12	59.17
2021-3	0.58	-0.30	58.64
2021-4	0.79	0.43	58.43
2021-5	0.51	0.28	58.30
2021-6	1.08	0.96	58.23
2021-7	2.18	1.57	57.88
2021-8	3.35	-0.01	56.00
2021-9	-0.82	2.06	57.63
2021-10	2.47	-0.63	55.88
2021-11	0.12	0.74	56.22
2021-12	2.69	0.71	55.14
2022-1	2.09	-0.74	53.60
2022-2	-1.47	-0.36	54.21
2022-3	0.15	0.61	54.46
2022-4	0.15	0.45	54.62
2022-5	1.48	0.79	54.24
2022-6	6.06	5.56	53.99
2022-7	3.34	-0.04	52.21
2022-8	1.47	2.23	52.60

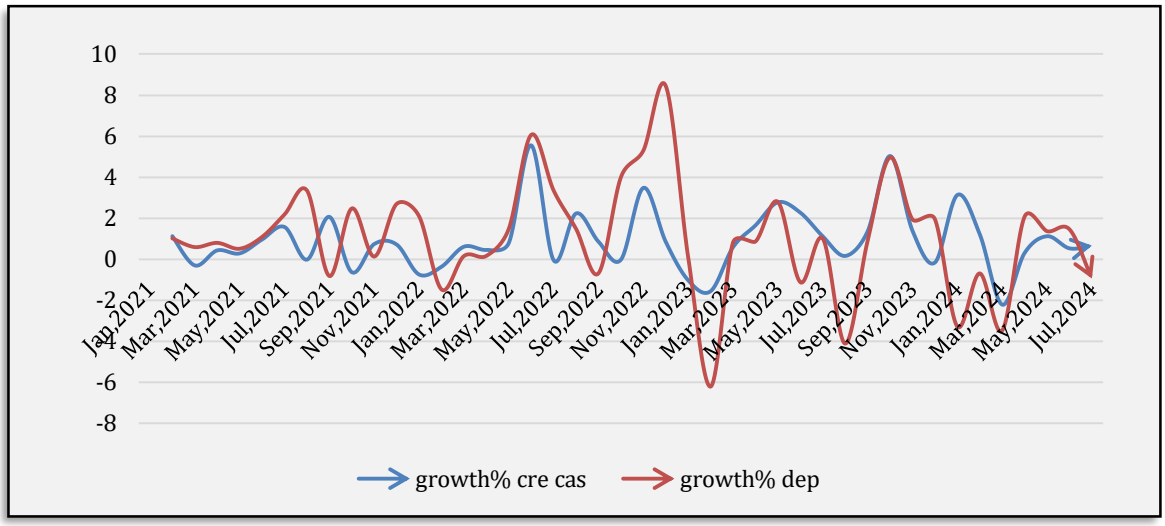
53.42	0.85	-0.68	2022-9
51.35	-0.02	4.01	2022-10
50.47	3.48	5.30	2022-11
46.93	0.84	8.45	2022-12
46.40	-1.03	0.09	2023-1
48.70	-1.56	-6.21	2023-2
48.60	0.59	0.81	2023-3
48.98	1.65	0.86	2023-4
48.97	2.78	2.79	2023-5
50.66	2.27	-1.12	2023-6
50.71	1.11	1.01	2023-7
52.98	0.16	-4.11	2023-8
53.22	1.36	0.89	2023-9
53.26	5.04	4.96	2023-10
52.97	1.39	1.94	2023-11
51.88	-0.16	1.95	2023-12
55.32	3.14	-3.28	2024-1
56.39	1.21	-0.69	2024-2
57.13	-2.21	-3.48	2024-3
56.14	0.30	2.07	2024-4
56.00	1.12	1.36	2024-5
55.49	0.53	1.45	2024-6
56.39	0.66	-0.94	2024-7

المصدر:البنك المركزي العراقي، الموقع الاحصائي

- تم استخراج معدل نمو من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات البنك المركزي العراقي ، الموقع الاحصائي الملحق (3) ، سنوات مختارة.

- العمود (4) استخراج من قبل الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

شكل (4) معدل نمو اجمالي الائتمان النقدي واجمالي الودائع للمدة (2021-1-2024-7)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات ملحق (3).

4-4 العلاقة بين المصارف الرقمية والوعي المصرفي في العراق: تستند عملية التحول الرقمي في القطاع المصرفي العراقي الى ان هنالك تحولاً كبيرًا مدعومًا باستراتيجية وطنية وبتوجه حكومي جاد ومباشر من قبل رئيس الوزراء واعطاء الموضوع الزخم الذي يستحقه من خلال توفر البنى التحتية اللازمة ، وانّ العراق يمتلك البنى التحتية المتقدمة لاستيعاب ادوات الدفع الالكتروني والخدمات الرقمية المصرفية التي سيكون الهاتف النقال هو جوهر العمليات المصرفية مما يسهل الخدمات المصرفية الكترونيًا للمواطنين ويقلل فرص التحايل فضلاً عن انخفاض نسب الفساد المالي ويوفر البيانات الوطنية المهمة في طبيعة المعاملات المالية ومحتواها والرقابة عليها والامتثال الذي يتحقق من خلال منظومة كبيرة، إذْ تؤشر بوضوح نجاح خطة التحول الرقمي والدفع الالكتروني في العراق من خلال ارتفاع نسبة التعاملات من (20%) في عام 2021 الى (48.5%) في عام 2024 مما يعني تقدم ضعف النسبة الاولى ومن ثم ترتفع هذه النسبة نتيجة الاجراءات الحكومية في جميع الوزارات والدوائر والهيئات وكذلك القطاع الخاص وتشجيع الادخار نحو الشمول المالي والانتشار المصرفي والوصول بالخدمات المصرفية الالكترونية الى ابعد نقطة في العراق ، ومن خلال البيانات المبحوثه في بحثنا اعلاه نجد ان العلاقة بين المصارف الرقمية العراقية ومؤشرات الوعي المصرفي المختارة ضعيفة ويعزى ذلك الى عده اسباب منها عدم الثقة بالقطاع المصرفي العراقي ولاسيما وجود مؤسسة ضمان الودائع وسيتم تأسيس مؤسسة ضمان الاقراض على غرار مؤسسة ضمان الودائع الا انّ العملة المكتنزة لدى الجمهور تبقى اعلى من العملة المدخرة ، والسبب الاخر هو ان المصارف الحكومية غير جادة في اتمتة عملياتها المصرفية وهو يعلم لدى الجميع اغلب الجمهور يثق بالمصارف الحكومية ، لذلك وفق البيانات اعلاه للمتغيرين تحتاج المصارف الرقمية في العراق الى ثقة الجمهور في عملياتها وكذلك ادراك لجميع عملياتها لما لها من سرعة وامان وانخفاض كلفة ، إذْ نجد ان مصرف العراق الاول مارس العمل الرقمي ولكن يعاني من قله زبائنه فضلاً عن قله عدد فروعه المنتشرة في العراق بالرغم من ان جميع تعاملاته المالية تمتاز بالسرعة والامان وانخفاض الكلفة ، لذلك نجد ان البيئة التشريعية حديثة للمصارف الرقمية ويتحتم

المبحث الرابع

5-الاستنتاجات والتوصيات

5-1 الاستنتاجات

1- انّ المصـــارف الرقمية في العراق حديثة النشـــوء وتحتاج الى بنى تحتية متطورة وكذلك مراجعة الضـــوابط والتعليمات بها لمسايرة البيئة المصرفية الالكترونية العالمية.
2- انّ الوعي المصـــرفي واعادة الثقة بالقطاع المصـــرفي العراقي يتطلب منهاج كبير وجديد للبنك المركزي العراقي في تهيأته والعمل به في العراق.
3- انّ العلاقة بين المتغيرين تســـتوجب جهود كبيرة في اصـــلاح القطاع المصـــرفي من خلال دور البنك المركزي العراقي دعم وتطوير المتغيرين لبناء نظام مصرفي محترف.

4- وجود بعض الاشكالات بين قانون الشركات رقم (21) لسنة 1997 وقانون الشركات العامة رقم (22) لسنة 1997 مما يعثر البيئة التشريعية لهذه المصارف ذات الولادة الجديدة.

5- توجه الحكومة الحالية والمستقبلية نحو الدفع الالكتروني واتمتة التعاملات المالية بكافة اشكالها لتقليل الفساد المالي وتقليص الوقت ومواكبة التطور.

6- ان المصارف الرقمية تؤدي خدمات مصرفية متنوعة ومتعددة وفق مؤشرات السرعة والدقة والامان.

2-5التوصيات

1- على الحكومة دعم المصارف الرقمية في العراق ولاسيما في برنامجها الحكومي وعلى الجمهور الثقة بالمصرف الرقمي بعد اصدار الترخيص من قبل البنك المركزي العراقي.

2- ضرورة التنسيق بين البنك المركزي العراقي ووزارة المالية ووزارة التجارة في تعديل قانون الشركات لما يواكب البيئة الخارجية والداخلية الحالية.

3- على الجمهور الثقة بالمصارف الرقمية للنهوض بقطاع مصرفي سليم ومعافى وتقديم افضل المنتجات المصرفية بكلف منخفضة وسرعة مناسبة وامان.

المصادر

[1]- البنك المركزي الاردني ، (2022) ، تقرير الاستقرار المالي .

[2]- اضاءات على البنوك الرقمية، (2022)، نشرة توعوية يصدرها معهد الدراسات المصرفية، السلسلة 14، العدد 5 ، دولة الكويت .

[3]- ثويني، فلاح حسن، (2024) ، المصارف الرقمية والوصول السهل الى التمويل قراءة في توسيع التمويل وقاعدة الزبائن المصرفيين من خلال المصارف، مركز البيان للدراسات والتخطيط ، بغداد ، سبتمبر .

[4]- الموسوي، عماد نعمة هاشم، البناء، زينب مكي محمود، (2023)، الوعي المصرفي واثره في جمود هيكل راس المال بحث تحليلي لعينة من المصارف التجارية العراقية ، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، مجلد 19 ، عدد 2.

[5]- التوني، شريهان مصطفي، (2021)، اثر الوعي المصرفي لدى البنوك الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة دراسة ميدانية، مجلة البحوث المالية والتجارية ، المجلد 22 ، العدد الرابع ، اكتوبر .

[6]- المزوري، اشتي عبد الستار عبد الغني، داؤد ، سراء سالم، (2023)، قياس الوعي المصرفي واثره على الربحية دراسة تحليلية في عينة من المصارف الخاصة المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد 19 ، العدد 61 ، الجزء الثاني .

[7]- البنك المركزي العراقي ، الخطة الاستراتيجية الثالثة، (2024-2026).

[8]- البنك المركزي العراقي، (2024) ، دائرة الرقابة على المصارف، قسم التراخيص والضوابط والتعليمات، ضوابط ترخيص المصارف الرقمية في العراق ، العدد 157/4/9 في 2024/3/28.

[9]- البنك المركزي العراقي ، المكتب الاعلامي، مؤتمر المدفوعات الالكترونية والاستقرار المالي، 2024/9/14 .

[10]- OLYMPIC Banking System, (2024), DIGITAL BANKING A TIER 2-3 BANK PERSPECTIVE , IBS intelligence.

[11]- Gambacorta,Leonardo ,(2023),Digital banking: opportunities and challenges, IMF-Singapore Regional Training Institute, 11 May ,Bank for International Settlements.