

## تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية في العراق : تجربة مصرف أبو ظبي الإسلامي أنموذجاً

### The impact of artificial intelligence technologies on the quality of banking services in Iraq: The Abu Dhabi Islamic Bank experience as a model

حيدر جعفر عبدالحسن<sup>1</sup>، إبراهيم بركة حمادي<sup>2</sup>

<sup>1</sup>وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية – جامعة ميسان ، كلية الإدارة والاقتصاد، haiderjaaffer@uomisan.edu.iq

<sup>2</sup>وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية – جامعة ميسان ، كلية الإدارة والاقتصاد ، ibrahim.baraka@uomisan.edu.iq

**الملخص:** يشهد القطاع المصرفي العالمي تحولات جذرية نتيجة للتطورات التكنولوجية في الخدمات المصرفية حيث أصبحت تقنيات الذكاء الاصطناعي ركيزة أساسية لتحسين جودة هذه الخدمات وتعزيز الكفاءة التشغيلية حيث أن هذه التقنيات تساهم في تقديم خدمات أسرع وأكثر دقة وملاءمة لاحتياجات العملاء، مما يرفع من مستويات الرضا ويساعد المصارف على تحقيق ميزة تنافسية. ومع ذلك لا تزال المصارف العراقية متأخرة في تبني هذه التقنيات مقارنة بنظيراتها العربية والعالمية، نتيجة لتحديات تتعلق بالبنية التحتية التقنية ونقص الخبرة ومحدودية الوعي بأهمية الذكاء الاصطناعي في العمليات المصرفية. يسلط هذا البحث الضوء على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية في العراق، من خلال دراسة تجربة مصرف أبو ظبي الإسلامي تركز الدراسة على تقييم الفوائد المتوقعة من تطبيق هذه التقنيات مثل تحسين الكفاءة التشغيلية، وتسريع زمن الاستجابة، وتقليل الأخطاء البشرية، بالإضافة إلى التحديات التي تواجه عملية التطبيق كما يعتمد البحث على استبانة تجرى على موظفي المصارف التجارية عينة البحث، حيث يتم جمع البيانات لقياس وعيهم بقدرات الذكاء الاصطناعي، ومدى استعدادهم للتعامل مع هذه التقنيات، وتأثيرها على أدائهم الوظيفي..  
**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي، الخدمات المصرفية، مصرف أبو ظبي الإسلامي

#### معلومات حول المقال

تاريخ المقال

الاستلام: 12 نوفمبر 2025

القبول: 29 ديسمبر 2025

النشر: 30 جوان 2026

المؤلف المراسل

حيدر جعفر عبدالحسن

البريد الإلكتروني:

haiderjaaffer@uomisan.edu.iq

حقوق النشر © 2026، جامعة المجاهد

عبد الحفيظ بوصوف، ميلة. هذه مقالة

ذات وصول مفتوح بموجب ترخيص CC

.BY-NC-ND

الاقتباس المقترح

حيدر جعفر عبدالحسن و إبراهيم بركة

حمادي. (2026). تأثير تقنيات الذكاء

الاصطناعي على جودة الخدمات

المصرفية في العراق : تجربة مصرف أبو

ظبي الإسلامي أنموذجاً، مجلة اقتصاد

المال والأعمال، المجلد 10، العدد 2، ص

ص 329-312.

DOI 10.58205/fber.v10i2.2123

**Abstract:** The global banking sector is undergoing radical transformations due to technological advancements in banking services. Artificial intelligence (AI) technologies have become a cornerstone for improving service quality and enhancing operational efficiency. These technologies contribute to providing faster, more accurate, and more tailored services to customer needs, thereby increasing satisfaction levels and helping banks achieve a competitive advantage. However, Iraqi banks still lag behind their Arab and international counterparts in adopting these technologies due to challenges related to technological infrastructure, a lack of expertise, and limited awareness of the importance of AI in banking operations. This research sheds light on the impact of AI technologies on the quality of banking services in Iraq, through a case study of Abu Dhabi Islamic Bank. The study focuses on evaluating the expected benefits of implementing these technologies, such as improving operational efficiency, accelerating response times, and reducing human error, in addition to the challenges facing the implementation process. The research relies on a questionnaire administered to employees of the commercial banks in the sample. Data is collected to measure their awareness of AI capabilities, their readiness to use these technologies, and their impact on their job performance.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Banking Services, Abu Dhabi Islamic Bank

م إ م أ

312

## 1. مقدمة:

شهدت الصناعة المصرفية العالمية تحولاً جذرياً بفضل التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) التي أصبحت عنصراً حاسماً في إعادة تشكيل نماذج الأعمال وتحسين كفاءة العمليات المصرفية، ويتجسد هذا التحول في الأتمتة الذكية، وتحليل البيانات الضخمة، وتعزيز التفاعلات مع العملاء عبر منصات رقمية متقدمة. في هذا السياق، تواجه المؤسسات المصرفية في العراق تحديات وفرصاً فريدة في رحلتها نحو التحول الرقمي؛ إذ يتميز القطاع المصرفي العراقي ببيئة تتطلب التكيف مع متطلبات الامتثال التنظيمي الصارمة، والتعامل مع تحديات البنية التحتية، فضلاً عن السعي لتلبية توقعات جيل جديد من العملاء الرقميين، وتكمن الإشكالية البحثية الأساسية للدراسة في تحديد وتحليل المدى الفعلي لتأثيرات دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في العراق، وذلك في ظل الخصائص الاقتصادية والتنظيمية المميزة للبيئة العراقية. ترتبط جودة الخدمات المصرفية ارتباطاً وثيقاً بفعالية العمليات، وسرعة الاستجابة، ودقة اتخاذ القرارات، وتخصيص المنتجات لتلبية الاحتياجات الفردية للعملاء؛ ويوفر الذكاء الاصطناعي الأدوات اللازمة لرفع هذه الجودة بشكل ملحوظ عبر ثلاثة محاور رئيسية: أولها، الكفاءة التشغيلية، حيث يمكن لأنظمة الأتمتة المدعومة بالذكاء الاصطناعي (مثل الروبوتات وال Chatbots) تسريع معالجة المعاملات وتقليل الأخطاء البشرية وخفض التكاليف التشغيلية. وثانيها، تحسين تجربة العميل (Customer Experience)، إذ يتيح تحليل البيانات المدعوم بالذكاء الاصطناعي إمكانية تقديم توصيات مالية مخصصة، وإدارة الشكاوى بفعالية أكبر، وتوفير دعم فوري على مدار الساعة، مما يعزز الرضا والولاء. وثالثها، إدارة المخاطر والأمن السيبراني، حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة قوية في اكتشاف الاحتيال وغسل الأموال بشكل استباقي، وتقييم الجدارة الائتمانية بدقة عالية، وتعزيز أمن البيانات المصرفية. وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الأثر المزدوج للذكاء الاصطناعي، سواء من ناحية الفرص المتاحة لتحسين جودة الخدمات المصرفية في العراق أو التحديات المصاحبة لعملية التبني، من خلال الإجابة على تساؤلات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي المعتمدة وكيف ينعكس استخدامها على الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة (كالاستجابة، والموثوقية، والأمان) من وجهة نظر كل من الإدارة والعملاء. ولتحقيق أهدافها، ستعتمد الدراسة على منهج تحليلي وصفي، يقوم بمراجعة الأدبيات الأكاديمية والتقارير الصناعية المتعلقة بالتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في القطاع المالي، بالإضافة إلى تحليل ميداني لتقييم مستويات تبني هذه التقنيات ومقارنة مؤشرات جودة الخدمات. وعلى الرغم من الإمكانات الواعدة، يواجه تبني الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي العراقي عدة تحديات، أبرزها نقص الكوادر المتخصصة في علوم البيانات وهندسة الذكاء الاصطناعي، وضرورة تطوير الإطار التشريعي والتنظيمي لمواكبة هذه التقنيات (مثل قوانين خصوصية البيانات)، فضلاً عن الحاجة إلى استثمارات ضخمة لتحديث البنية التحتية التكنولوجية المتقدمة، وتُعد نتائج هذه الدراسة ضرورية لصناع القرار في البنك المركزي العراقي وإدارات البنوك، حيث ستوفر رؤية عميقة حول كيفية تعظيم الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتعزيز القدرة التنافسية للقطاع المصرفي العراقي ودفعه نحو مستوى متقدم من الجودة والكفاءة بما يتماشى مع المعايير العالمية.

## 1.1. مشكلة البحث:

- مدى معرفة المصارف العراقية بتقنيات الذكاء الاصطناعي للمصرف الأهلي العراقي ومصرف التنمية الدولي ومصرف الطيف الإسلامي؟

- معرفة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في رفع مستوى جودة الخدمات المصرفية عينة البحث ؟
- بيان مدى ضعف جودة الخدمات المصرفية العراقية دون استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للمصارف عينة البحث ؟

## 2.1. أهمية البحث:

يكتسب هذا البحث أهمية كبيرة في ظل التحديات التي تواجه المصارف العراقية في تحسين مستوى خدماتها المصرفية تعد تقنيات الذكاء الاصطناعي أحد الحلول المتطورة التي يمكن أن تسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة رضا العملاء حيث يساعد البحث في فهم كيفية تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة العملاء داخل المصارف العراقية وتوفير حلول مبتكرة للمشاكل التي تواجه القطاع المصرفي العراقي كما يوفر البحث قاعدة علمية للمصارف العراقية لتبني التقنيات الحديثة مما يعزز قدرتها التنافسية في السوق المحلي والدولي.

## 3.1. أهداف الدراسة:

- دراسة تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية في المصارف العراقية عينة البحث.
- تحليل أثر التقنيات الذكية في جودة الخدمة الرقمية للمصارف .
- معرفة كيف يمكن أن تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين كفاءة العمل داخل المصارف العراقية.
- تقديم توصيات للمصارف العراقية حول كيفية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز خدماتها.
- توفير قاعدة معلومات علمية تدعم التحول الرقمي في القطاع المصرفي العراقي .

## 4.1. فرضية البحث :

بعد عرض مشكلة وأهمية وأهداف البحث فقد تم صياغة فرضيات البحث على النحو الآتي:

- فرضية العدم ( $H_0$ ): تفترض عدم وجود دلالة إحصائية بين تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمة المصرفية الرقمية .
- فرضية الاثبات ( $H_1$ ): تفترض وجود دلالة إحصائية بين تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمة المصرفية الرقمية.

## 5.1. مجتمع وعينة البحث :

تمثل مجتمع البحث المصارف العراقية التجارية الخاصة وهي كل من مصرف الاهلي العراقي ومصرف التنمية الدولي ومصرف التجاري العراقي ومصرف الطيف الإسلامي .

## 2. تقنيات الذكاء الاصطناعي

### 1.2. الإطار المفاهيمي

ترجع الجذور التاريخية للذكاء الاصطناعي إلى مؤتمر (Dartmouth College) الذي انعقد في عام 1956 ، إذ اقترح (John Mc Cathy) استخدام الذكاء الاصطناعي كمصطلح لوصف الحاسب الآلي الذي له القدرة على أداء وظائف تحاكي العقل البشري لذلك يشمل الذكاء الاصطناعي على الافراد والاجزاء المادية والإجراءات والبيانات

والبرمجيات والمعرفة والخبرة المطلوبة لتطوير وتنمية نظم الحاسب الآلي والمعدات التي تظهر الذكاء الاصطناعي بشكل كبير إذ عرف (الفضلي & العامري ، 2025 ، 142) ان الذكاء الاصطناعي بأنه أحد التقنيات المتطورة التي تتكون مجموعة من البرمجيات التي تساهم في عملية اتخاذ القرارات سواء من قبل المدراء او العاملين عن طريق محاكاة السلوك البشري اما (ازيبي، 2024، 67) يشير بأنه إحدى تطبيقات الحاسب الآلي والذي يتمحور عمله حول بناء برامج لها القدرة على تنفيذ ودراسة الأنشطة المتكررة التي يقوم بها البشر.

عرف الذكاء الاصطناعي (AI) بأنه قدرة الأنظمة الحاسوبية على تنفيذ المهام التي تتطلب عادة ذكاء بشري مثل التعلم، واتخاذ القرارات، وحل المشكلات. يعد التعلم الآلي (Machine Learning) أحد الركائز الأساسية للذكاء الاصطناعي ، حيث يمكن للنظام التعلم من البيانات السابقة وتحسين أدائه بمرور الوقت. يختلف الذكاء الاصطناعي عن الذكاء البشري في أنه يعتمد على الخوارزميات وقواعد البيانات الضخمة بدلاً من الحدس أو التفكير الإبداعي (Russell & Norvig, 2021, p. 33). تتميز الأنظمة الذكية بالقدرة على تحليل كميات هائلة من البيانات بسرعة ودقة، مما يجعلها أداة قيمة في القطاع المصرفي. على سبيل المثال، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل الأنماط السلوكية للعملاء وتقديم توصيات دقيقة بناءً على احتياجاتهم. تتطور هذه التقنيات باستمرار، مما يعزز دورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتوفير حلول مبتكرة للتحديات التقليدية (Goodfellow et al., 2016, p. 72).

### 1.1.2. آلية تحليل بيانات الذكاء الاصطناعي :

تتضمن تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في القطاع المصرفي التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية (NLP)، وتحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics). يُعد التعلم الآلي أداة فعالة لتحليل البيانات والتنبؤ بالسلوكيات المستقبلية، مثل تقييم المخاطر الائتمانية. يمكن لتقنيات معالجة اللغة الطبيعية تعزيز تجربة العملاء من خلال روبوتات الدردشة الذكية التي تقدم استجابات فورية ودقيقة (Zhang et al., 2020, p. 115). تحليل البيانات الضخمة يُستخدم بشكل واسع في الكشف عن الاحتيال المالي وإدارة المحافظ الاستثمارية. كما تُعتبر الأنظمة الخبيرة أدوات متقدمة لتقديم استشارات مالية مخصصة بناءً على بيانات العملاء (Marr, 2018, p. 46).

### 2.1.2. أهمية الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي :

يساهم الذكاء الاصطناعي دورًا محوريًا في تعزيز الكفاءة التشغيلية، حيث يقلل من التكاليف الزمنية والمالية من خلال أتمتة العمليات. تُظهر الأبحاث أن استخدام الذكاء الاصطناعي في المصارف يمكن أن يحسن تجربة العملاء بشكل كبير عبر تقديم خدمات مخصصة وتفاعلية (Dwivedi et al., 2021, p. 8). من جهة أخرى، تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين الأمان والموثوقية، من خلال اكتشاف الأنشطة غير الطبيعية التي قد تشير إلى عمليات احتيال. وبالإضافة إلى ذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة المخاطر المالية عبر توفير تنبؤات دقيقة مستندة إلى بيانات ضخمة ومتنوعة (Chui et al., 2021, p. 14).

### 3.1.2. مستقبل الذكاء الاصطناعي في المصارف :

يعتبر الذكاء الاصطناعي (AI) من أكثر التقنيات التي ستغير مستقبل القطاع المصرفي بشكل جذري. من خلال تحسين الكفاءة التشغيلية وتقديم حلول مبتكرة، يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التعلم الآلي، روبوتات الدردشة، وتحليل البيانات الضخمة أن تحدث تحولاً في طريقة تقديم الخدمات المصرفية. المصارف التي

تعتمد على الذكاء الاصطناعي يمكنها تقديم خدمات أسرع وأكثر دقة للعملاء، مما يؤدي إلى زيادة رضاهم. كذلك، يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين اتخاذ القرارات وتحليل المخاطر، وهو ما يعزز من قدرة المصارف على التكيف مع التغيرات السوقية بشكل أسرع وأكثر دقة (McKinsey & Company, 2020, p. 15). وفقاً لدراسة أجرتها مؤسسة "McKinsey & Company" في 2020، فإن الذكاء الاصطناعي في المصارف سيؤدي إلى تحسين فعالية العمليات بنسبة تصل إلى 40%، مع انخفاض تكاليف العمليات بشكل ملحوظ. هذا التحول التكنولوجي سيساعد المصارف على توفير تجارب شخصية للعملاء عبر استخدام روبوتات الدردشة الذكية، التي تتيح للمستخدمين إجراء المعاملات والاستفسارات بسهولة وبدون الحاجة إلى التفاعل مع الموظفين البشريين (McKinsey & Company, 2021). من ناحية أخرى، يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين أمان المعاملات المصرفية من خلال اكتشاف الأنماط غير الطبيعية في الأنشطة المالية، ما يؤدي إلى تقليل عمليات الاحتيال. تقنيات مثل التعرف على الأنماط وتحليل البيانات الكبيرة تساعد المصارف على بناء أنظمة أمان قوية وتحقيق استجابة سريعة في مواجهة الهجمات الإلكترونية (KPMG, 2021, p. 22). في المستقبل القريب، سيستمر الذكاء الاصطناعي في تغيير طريقة العمل داخل المصارف. سيكون هناك تركيز متزايد على تقديم حلول مبتكرة لاحتياجات العملاء، مما يجعل الذكاء الاصطناعي جزءاً أساسياً من استراتيجيات المصارف الرقمية. من خلال دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في جميع جوانب عمليات المصرف، ستمكن المصارف من تحقيق مستويات جديدة من الكفاءة والابتكار (Deloitte, 2022, p. 30).

### 3. الخدمات المصرفية :

#### 1.3. مفهوم ونشأة الخدمات المصرفية :

أدى ظهور الثورة التكنولوجية فضلاً عن التطورات التي شهدها العالم إلى انتشار وتغيرات لطبيعة العمل المصرفي نحو تطور وتطبيق خدمات مصرفية متنوعة الكترونياً، إذ انعكس تطور مفهوم الخدمات المصرفية عبر الأنترنت مع تزامن التطور الحاصل في الشبكة العالمية (الويب)، مما شجع التسوق عبر الأنترنت من خلال استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية (VISA)، بدأت المؤسسات المصرفية في تسهيل عمل موظفيها، فقد أظهرت الخدمات المصرفية من خلال ظهور النقد الإلكتروني، واستخدمت أوائل البطاقة الهاتفية في فرنسا والبطاقات المعدنية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1957 طرحت شركة (American Express) بطاقة بلاستيكية، أما في عام 1968 أصدرت شركات متكونة من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة (Bank Americard) التي تطورت وطرحت إلى بطاقة (Visa) ومن ثم أصدرت بطاقة (Carte Bleu) في فرنسا من قبل ستة مصارف (عطية، عباس، 2024، 321)، كما هناك العديد من المصطلحات المتقاربة التي قد تعطي ذات المعنى واستخدام بعض المصطلحات المصارف الإلكترونية أو مصارف الأنترنت... الخ، ومن المصطلحات التي أطلق عليها وبنفس المعنى وهو ما يقوم الزبون بإدارة حساباته المصرفية من خلال الهاتف المحمول أو الأنترنت، وتعرف هي توفير الخدمات المالية للزبائن عبر الشبكة العالمية مما يجعل القدرة للزبائن على تحويل وشراء وتداول العملات الأجنبية والتسوق والاستفادة من الخدمات المالية الإلكترونية، وهذه الخدمات توفر الراحة للزبائن فضلاً عن انخفاض تكاليف التشغيل للمصارف وسرعة الشراء وتحويل الأموال خلال مدة زمنية قصيرة ومستمرة على مدار 24 ساعة يومياً (Raew, Jaisim 2020, 51-53) كما عرفت أيضاً بأنها نموذج التشغيل للخدمات المصرفية على أساس التكنولوجيا لغرض تبادل المعلومات وإجراء العمليات بين المصارف والزبائن من خلال التفاعل بينهما بواسطة أجهزة الحاسوب الإلكتروني أو تطبيقات على اليكة

المحمولة واستخدام الهواتف والأجهزة الذكية ( العفيف ، الزعبي 2023، 253).

### 1.1.3. أهمية الخدمات المصرفية :

ازدادت أهمية الخدمات المصرفية مع التطورات الحاصلة في العالم الحديث وارتباط مع التقدم الحديث لعدة أسباب ( الطائي ، القيسي، 2023، 638) :

- التطور التكنولوجي الذي حدث بمنظمات الاعمال كالتسويق والتجارة الالكترونية وزيادة استعمال التكنولوجيا الحديثة .
- ان الزبون أصبح أكثر نباهه وحكمة وبالتالي يبحث عن الخدمات المصرفية الحديثة والسريعة التي تخدم احتياجاته .
- زيادة التكلفة المترتبة لإشباع رغبات وطلبات الزبون المصرفي وتحقيق الربحية المناسبة .
- ارتفاع نسبة العاملين في قطاع الخدمة المصرفية .

### 2.1.3. أنواع الخدمات المصرفية :

تنوعت الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف في ظل التغيرات التقنية وتطور الاحتياجات سواء كانت الفردية او الشركات ويمكن تصنيف هذه الخدمات كالآتي :

- **الخدمات المصرفية التقليدية:** وهذه الخدمات التي يقدمها المصرف الى الزبائن ، اذ يتطلب هذه الخدمات حضور العملاء شخصياً الى المصرف من اجل اجراء المعاملات المصرفية وتتضمن هذه الخدمات التحويلات المالية وفتح الحساب (الجاري.التوفير) وإصدار الشيكات وتقديم القروض ( حمدي ، رعب ، 2024، 191)، وكذلك عمليات الوساطة المصرفية والخدمات المصرفية التجارية وخدمات التحصيل ( سراي ، 2024، 459-460) :

أ. عمليات الوساطة المصرفية : وتتضمن هذه العمليات نوعين هما: قبول الودائع : تعد هذه العملية من أقدم الخدمات التي يقدمها المصرف بقبول ودائع الافراد والهيئات التي تدفع في حالة الطلب او انتهاء الفترة الزمنية، والتسهيلات الائتمانية : وهي الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه من اجل تمويل نشاطهم بأقل تكلفة وجهد ومنها خطابات الضمان ، الاعتمادات المستندية ، تصديق الشيكات .

ب. الخدمات المصرفية التجارية : ومنها خدمات تأجير الخزائن وخدمات الامانات وخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية وخدمات استبدال النقد الأجنبي .

ت. خدمات التحصيل : وهي تلك الخدمات التي تساعد على تسوية حسابات العملاء من خلال اجراء المقاصة وتتضمن ( خصم الأوراق التجارية ، خدمات التحصيل الداخلي والخارجي ، وتحصيل الشيكات ، عمليات التحويل المالي الخارجي ) .

- **الخدمات المصرفية الخارجية :** ان هذه الخدمات هي التي تقدمها المصارف سواء كانت للشركات او الافراد الذي يتعاملون خارج حدود البلد ومنها :

ث. الاعتماد المستندي : وهو تعهد كتابي صادر بناء على طلب العميل المستورد لصالح المصدر يتعهد فيه المصرف بدفع او قبول الكمبيالات المسحوب عليها .

ج. الأوراق المالية تمثل اساساً في الأسهم والسندات فالسهم هو أداة ملكية اما السند فهو أداة دين وهو

جزء من القروض .

ح. الأوراق التجارية: هي اثبات الالتزام بدفع مبالغ وخاصيتها المشتركة هي إعطاء الدين مهلة محددة لتسديد تلك الديون ومن أهم أشكالها الكمبيالة والسند (عبد الباقي ، 2016 ، 71).

### 3.1.3. الخدمات المصرفية الالكترونية :

تنوعت الخدمات الالكترونية الى مجموعة واسعة من الخدمات المالية على الهواتف الذكية ومنها المحفظة الالكترونية وتطبيقات المصرفية على الهواتف الذكية عبر الانترنت وكذلك على البطاقات ومنها بطاقة الائتمان وبطاقات الخصم والبطاقات الذكية ( Francis , 2021 , 881 ) :

خ. المحفظة الالكترونية : وهي عملية المدفوعات المالية الالكترونية عن طريق الهاتف المحمول باستخدام محفظة الالكترونية مرتبطة بشريحة الهاتف ومعتمدة وبإشراف البنك المركزي .

د. تطبيقات الجوال المصرفي : وتتضمن برنامج مثبتة على الهاتف الذكي مثل ادارة الحسابات وتلقي الاشعارات الفورية لتلك العملية وادارة وإيقاف بطاقات الخصم او الائتمان .

ذ. الخدمات المصرفية الذاتية : عن طريق الصراف الآلي ( ATM ) الذي يدعم عملية السحب والايداع الأموال والاستعلام عن الرصيد ، او الاكشاك المصرفية التي تتعامل لأجراء عمليات المصرفية .

ر. الخدمات المصرفية الرقمية : ومن أمثلتها التحويل الرقبي الذي يتضمن إدارة طلبات القروض او عن طريق الاستثمار المالي عبر الأنترنت كالأستثمار في الأسهم والسندات او الدفع الالكتروني او التحويلات الالكترونية ، وأيضا تشمل الخدمات الرقمية للإعمال من خلال ادارة الرواتب او الحسابات الجارية او الخدمات التحويل التجاري ( خطابات الضمان عبر منصات رقمية ) (البله ، وآخرون ، 2025 ، 36-37) .

### 4.1.3. خصائص الخدمات المصرفية :

ز. ان الخدمات المصرفية تعد غير قابلة للتخزين والتلف .

س. ان جميع الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة اختراع ، لذا يمكن للمصارف الأخرى ان تقدم الخدمة التي وجدها ذلك المصرف ( مرسال ، محمد ، 2022 ، 25 ) .

ش. يمكن ان تقدم الخدمات المصرفية سواء داخل وخارج حدود البلد مثل ( الحوالات الداخلية والخارجية ، بطاقات الائتمان ) .

ص. تعتمد الخدمة المصرفية عن طريق الاتصال المباشر بين العميل ومقدم الخدمة .

ض. جودة الخدمات غير قابلة للفحص قبل تقديمها (Shaheen, suleiman, 2024, 184) .

### 2.3. مصرف أبو ظبي الاسلامي

#### 1.2.3. نشأة مصرف أبو ظبي الإسلامي :

مصرف إسلامي يتمتع بامتياز قوي للمتعاملين يعد مصرف أبو ظبي الإسلامي مصرفاً رائداً في دولة الإمارات العربية المتحدة ورابع أكبر مصرف إسلامي في العالم، ويعتبر المصرف مدرجاً في العاصمة أبو ظبي حيث يتخذ منها مقراً رئيسياً له ، وقد تأسس مصرف أبو ظبي الإسلامي في عام 1997 ليكون أول مصرف إسلامي في إمارة أبو ظبي ويمتلك مصرف أبو ظبي الإسلامي سجلاً حافلاً بمؤشرات النمو الإيجابية وبقاعدة أصول تبلغ 39 مليار دولار أمريكي ، كما يقدم باقة شاملة من الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والخدمات المصرفية الخاصة

وإدارة الثروات لما يزيد على مليون متعامل وذلك من خلال عرض متوازن يجمع بين تجربة المتعاملين الشخصية للغاية والخدمات المصرفية الرقمية ذات المعايير العالمية. وبعد مجلس إدارة قوي وفريق إدارة يهتدي بالقيم الإسلامية حرص مصرف أبو ظبي الإسلامي على تطبيق مجموعة قوية من مبادئ الحوكمة يشرف عليها مجلس إدارة مرموق وفريق عمل متميز وذو خبرة، ويهتدي المصرف بالقيم المستوحاة من الشريعة الإسلامية، إذ أن الإيمان الراسخ بأن المنتجات المصرفية يجب أن تتسم دائماً بالسهولة والإنصاف والشفافية يتوافق مع التزام المصرف بالتحلي بحس عالٍ من المسؤولية تجاه المجتمع الذي يعمل به مصرف شامل يقدم مصرف أبو ظبي الإسلامي باقة من الخدمات والحلول المصرفية المتكاملة للأفراد والشركات والمتعاملين من فئة الأثرياء بالإضافة إلى ذلك، يقدم المصرف على نطاق أوسع خدمات الوساطة وإدارة العقارات والمدفوعات وخدمات التكافل. مصرف ذو مكانة إقليمية مميزة حصل مصرف أبو ظبي الإسلامي على العديد من الجوائز من المؤسسات العالمية الرائدة يمتلك مصرف أبو ظبي الإسلامي واحدة من أكبر شبكات توزيع الفروع في الإمارات العربية المتحدة مع 60 فرعاً وأكثر من 500 جهاز صراف آلي وعلى الصعيد الدولي، يتواجد المصرف في ستة أسواق استراتيجية (مصر، حيث يمتلك 70 فرعاً، والمملكة العربية السعودية، والمملكة المتحدة، وقطر، والسودان، والعراق) مصرف حائز على جوائز وتكريمات عالمية حصل مصرف أبو ظبي الإسلامي على العديد من الجوائز من المؤسسات العالمية الرائدة، حيث حصل على جائزة "أفضل مصرف إسلامي في العالم" من قبل مجلة الأخبار الإسلامية IFN ومجلة The Banker الصادرة عن FT، و "أفضل مصرف رقمي إسلامي" من مجلة Global Finance العالمية، و "أكثر المصارف ابتكاراً في الشرق الأوسط" من إيميا فاينانس توجّه رقمي تتمحور مسيرة التحول الرقمي لمصرف أبو ظبي الإسلامي التي بدأت منذ أكثر من عامين حول المتعاملين، مما يضمن أن الحلول الرقمية للمصرف تقدم دائماً أفضل تجربة مصرفية ممكنة، وشهد المصرف ارتفاعاً كبيراً في طلب المتعاملين على خدماته المصرفية الرقمية حيث تم تسجيل 70٪ من المتعاملين من خلال القنوات الرقمية للمصرف وتم إجراء 94٪ من المعاملات المصرفية لمصرف أبو ظبي الإسلامي رقمياً، يضم مصرف أبو ظبي الإسلامي أيضاً واحداً من أوائل مراكز القيادة الرقمية المتطورة في المنطقة وهو مركز تحليل التميز عند اتخاذ قرارات في الوقت الفعلي، يركز مركز القيادة على الاستفادة من قوة البيانات والذكاء الاصطناعي لتعزيز الكفاءة، وتحسين الأداء، وتقوية ضوابطه الوقائية، والاستجابة بشكل أكبر لديناميكيات السوق التي لا تتوقف عن التغير. كما يمنح فهمًا أفضل لمتعاملي المصرف ويلبي احتياجاتهم بكفاءة بما يعزز تجربة العلامة الشاملة، هدف المصرف العمل كشريك مدى الحياة لمتعاملينا وزملائنا ومجتمعنا أما رؤية المصرف أن يكون أكثر المؤسسات المالية الإسلامية ابتكاراً في العالم، وتتركز مهمة المصرف في تقديم خدمات مصرفية مدعومة بالابتكار الذي يتمحور حول تلبية احتياجات المتعاملين في أي وقت. (التقرير السنوي لمصرف أبو ظبي الإسلامي، 2024، 83).

### 2.2.3. الخدمات المصرفية لمصرف أبو ظبي الإسلامي - فرع العراق :

عمل مصرف أبو ظبي الإسلامي على تقديم خدمات المدفوعات والتمويل التجاري وإدارة النقد للشركات العراقية الكبرى والهيئات الحكومية والفروع الدولية. وقد كان لهذا الدور المتخصص نتائج إيجابية كبيرة، إذ أولى مصرف أبو ظبي الإسلامي أهمية كبيرة لدعم الاقتصاد المحلي بالعراق من خلال توفير الحلول المصرفية مكنت الشركات من النمو والازدهار وتحقيق أهدافها المالية، يذكر أن مصرف أبو ظبي الإسلامي كان أول عام 2012 يقدم المصرف مجموعة كاملة من المنتجات والخدمات المصرفية للشركات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، ويتمتع بخبرة واسعة في التعامل مع الكيانات الحكومية والقطاع العام فضلاً عن قاعدة متنوعة من

القطاع الخاص، تشمل المؤسسات المالية والتجارة والمقاولات والنفط وغيرها من القطاعات مثل قطاع الغاز والكهرباء والطاقة والصناعة (التقرير السنوي لمصرف أبو ظبي الإسلامي، 2024، 91).

### 3.2.3. الابتكار الرقمي في الخدمات المصرفية :

عزز مصرف أبو ظبي الإسلامي في عام 2024 استخدام التكنولوجيا الرقمية لتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات لمتعاملين في قطاع الخدمات المصرفية للأفراد وإدارة الثروات وقطاع الخدمات المصرفية للشركات كما واصل المصرف إلى تعزيز تقدم كبير في التحول الرقمي، معتمدين على أحدث التقنيات لتعزيز تجارب المتعاملين وتحقيق كفاءة تشغيلية أعلى وزيادة اكتساب المتعاملين وتحفيز تفاعلهم لتسريع التحول الرقمي نظرة عامة على أبرز الإنجازات للخدمات المصرفية عام 2024 :

ط. تجاوز عدد المتعاملين على تطبيق مصرف أبو ظبي الإسلامي للهاتف المحمول مليون متعامل بزيادة 21 % مقارنة بالعالم .

ظ. نسبة 91 % من المتعاملين مع مصرف أبو ظبي الإسلامي مسجلون في القنوات الرقمية .

ع. زيادة في عمليات تسجيل الدخول الشهري على تطبيق مصرف أبو ظبي الإسلامي للهاتف المحمول بنسبة 17 % .

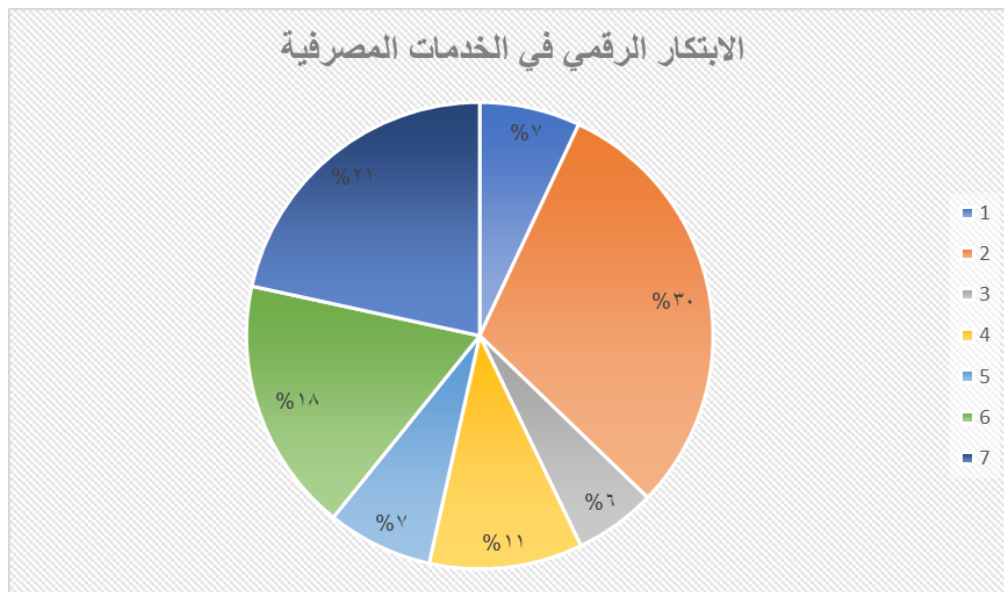
غ. تراجعت زيارات الفرع لكل متعامل بنسبة 32 % .

ف. انخفض عدد المكالمات لمركز الاتصال لكل متعامل بنسبة 22 % .

ق. ارتفعت الخدمات المنجزة عبر القنوات الرقمية بنسبة 53 % .

ك. يحتل المرتبة الأولى في سوق الإمارات للخدمات المالية الشخصية، (مع تنفيذ أكثر من 65 %) من المعاملات بشكل رقمي يومياً .

الشكل رقم (1) نسب تطور الابتكار الرقمي في الخدمات المصرفية



المصدر : إعداد الباحثان بالاعتماد على التقرير السنوي لمصرف أبو ظبي الإسلامي لسنة 2024

الاستفادة من إمكانات الذكاء الاصطناعي قام المصرف بالبحث عن طرق لدمج الذكاء الاصطناعي التوليدي وتعلم الآلة (AI . ML) في مختلف التطبيقات تعزيز فعالية الاداء وزيادة الإنتاجية ومن خلال شراكات النظام البيئي واستخدام الذكاء الاصطناعي ، استطاع تحديد مجموعة من المتعاملين الحاليين في هذه المنصات، يمكننا تقديم منتجاتنا لهم بشكل مناسب ومريح وقد اعتمد مصرف أبو ظبي الإسلامي على الذكاء الاصطناعي التوليدي في قدراته البرمجية لأتمتة كتابة الاكواد البرمجية الخاصة بالتطبيقات وإنشاء نصوص لأتمتة للاختبارات، ما أسهم في زيادة كبيرة في الإنتاجية في الوقت نفسه، اعتمدنا على تكنولوجيا تعلم الآلة لتقديم عروض مخصصة لكل متعامل (التقرير السنوي لمصرف أبو ظبي الإسلامي ، 2024 ، 93).

#### 4.2.3. المختبر الرقمي لمصرف أبو ظبي الإسلامي

يمتلك مصرف أبو ظبي الإسلامي مركز مخصص للابتكار يعرف باسم "مختبر مصرف أبو ظبي الإسلامي الرقمي" يتعاون فيه خبراء التكنولوجيا والخدمات المصرفية، كجزء من فريق مرن لتبني أفكار تعزز وتبسط التجارب المصرفية للمتعاملين، منذ اقتراحها إلى تطبيقها. يعد المختبر بيئة تحفيزية تشجع على التفكير المبتكر والتعاون الوثيق بين فريق الابتكار في مصرف أبو ظبي الإسلامي والمجتمع التكنولوجي المالي، من أجل تقدم سريع وتنفيذ فعال للمبادرات ، ويستحوذ المختبر الرقمي لمصرف أبو ظبي الإسلامي على طابق كامل في المبنى السابق للمقر الرئيسي بأبوظبي من خلال المختبر الرقمي لمصرف أبو ظبي الإسلامي، تمكن المصرف من تقديم أكثر من 83 ميزة جديدة على تطبيق الهاتف المحمول، ومن أبرز الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف هي كما يلي : (التقرير السنوي لمصرف أبو ظبي الإسلامي ، 2024 ، 96)

م إ م أ

321

أ. بات مصرف أبو ظبي الإسلامي أول مصرف في الإمارات العربية المتحدة يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة SMES خدمة فتح الحسابات عن بعد بكل سهولة عبر تطبيق الهاتف المحمول وباستخدام تقنية التعرف على الوجه في الإمارات (EFR) تتيح هذه الميزة الجديدة للشركات التقدم بطلب للحصول على حساب تجاري دون الحاجة إلى زيارة الفرع أو تقديم المستندات أو التوقيعات الورقية. ومن خلال تلك التقنية يمكن لمصرف أبو ظبي الإسلامي إجراء تحقق آمن للغاية للتأكد من الهوية قبل فتح حساب جديد للشركات، في أقل من 24 ساعة عمل.

ب. إدارة مالية الأولى من نوعها في القطاع المالي تمكن أداتنا المبتكرة المتعاملين من تتبع دخلهم ونفقاتهم وتصنيف بيانات إنفاق أموالهم والحصول على رؤى شاملة حول آلية تدفق الأول بشكل سلس مدمج داخل تطبيق المحمول.

ت. تكامل حلول إدارة الثروات استجابة لطلب المتعاملين، أضاف خدمات إدارة الثروات ضمن التطبيق، لتوفير راحة لا مثيل لها وتحكم كامل.

ث. طرح الصكوك الجزئية بات المصرف أول مصرف في الإمارات يتيح للمستثمرين من الافراد الوصول إلى الصكوك، مع إمكانية الاستثمار بمبالغ تبدأ من 1,000 دولار أمريكي، لتعزيز التضمين المالي للأصول الثابتة المتوافقة مع الشريعة.

ح. التطوير المدعوم بالذكاء الاصطناعي اعتماداً على روبوت الذكاء الاصطناعي Copilot GitHub استطاع فريق الهندسة بصورة الرقمية زيادة الإنتاجية بنسبة 20% أدت إلى تسريع وقت وصولها إلى السوق لإطلاق الحلول للمتعاملين.

### 5.2.3. أساليب استخدام الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية الرقمية :

أ. خدمة العملاء (Chat bot) روبوتات الدردشة : ان هذه الخدمة تعد من أبرز الخدمات القائمة على الذكاء الاصطناعي الأكثر انتشاراً والأكثر استخداماً للمساعدة في اتخاذ القرارات الخاصة بالقروض والائتمان بشكل أكثر امان ، اذا تحدد هذه الخدمة هوية العملاء والمصادقة عليها والقيام باعمال الموظفين المباشرين من خلال ما يعرف بالمساعد الالي ، اذ تساعد في حل المشكلات الائتمان والدفع ووصول العملاء الى متطلباتهم بشكل اسرع فضلاً عن تقديم المشورة المالية (نوره ، 2024 ، 212) .

ب. المحافظ الذكية : هي احدى افاق تقنية الدفع في العالم الحقيقي مع لاعبين رئيسيين في مواقع مثل ( Google , Apple, PayPal ) ، وبالرغم ان هذه الشركات ليست مؤسسات مالية ، الا انها تعد من أحد العوامل والأسباب الكبيرة التي دفعت الى التحول الالكتروني مما انعكس ذلك على التقليل من الاعتماد على الدفع النقدي ، فضلاً عن التوسيع الى امكانياتها ووصول الى مستويات كبيرة .

ت . الاكتتاب ( التامين ) : هو أحد اشكال تكنولوجيا التامين ( Insur Tech ) ويمكن استخدامه من خلال اتمتة عملية الاكتتاب ، ويساعد ايضاً في الوصول الى معلومات ادق وأكثر تفصيلاً لاتخاذ القرارات المناسبة من اجل التسعير والتسويق .

ث. الخدمات المصرفية الصوتية : تمكن تكنولوجيا العملاء من استخدام الخدمات المصرفية من خلال الأوامر الصوتية والشاشات الذكية التي تعمل باللمس ، وان تكنولوجيا اللغة الطبيعية تجيب عن التساؤلات المطروحة وكذلك العثور على المعلومات الدقيقة والصحيحة وربطها مع المستخدمين مع الخدمات المصرفية ، مما يقلل الخطأ البشري ويزيد الكفاءة والسرعة والدقة لتلك العمليات (قندوز ، 2019 ، 57- 58) .

### 4. مجتمع وعينة البحث

تم اختيار المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية وهي كل من (مصرف التنمية الدولي لاستثمار والتمويل / مصرف الأهلي العراقي / مصرف التجاري العراقي / مصرف الطيف الإسلامي) وقد تم اختيار عينة عمدية متمثلة بالعاملين في المصارف عينة البحث ، وقد بلغ عددهم (100) لغرض دراسة وفهم اتجاهات المجتمع تجاه متغيرات البحث واختبار فرضياته ومن ثم التعرف على مدى ملائمة البيئة المصرفية العراقية لمتطلبات تطبيقها وقد تم الحصول على (94) إجابة عن طريق الاستبانة الذي وزعت على المصارف عينة البحث وتم تحليلها وفق البرنامج الإحصائي spss.27 .

### 1.4. تصميم الاستبانة

صممت الاستبانة على جزئين الأول يتعلق بالبيانات العامة عن العينة البحث والجزء الثاني بالبيانات عن متغيرات البحث المتعلقة بأثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية في العراق مع الإشارة تجربة مصرف أبو ظبي الإسلامي أنموذجاً ، تم وضع مجموعة من الأسئلة تناسب ما يهدف إليه دراسة البحث . إجابات الاستبانة كانت حسب الخيارات الممكنة لكل سؤال ، وقد تم اعتماد الاستبانة على وفق مقياس (Likert Scale) (اتفق بشدة / اتفق / محايد / ال اتفق / ال اتفق بشدة) ، تم ترميز البيانات الخاصة بالاستبانة

على مقياس من (1-5) حيث يمثل الوزن (1) اقل وزن بينما الوزن (5) أكبر وزن وكما مبين في الجدول رقم (1) .

#### جدول (1) ترميز إجابات الاستبانة وفق مقياس (Likert Scale)

| الدرجة                | 1            | 2           | 3           | 4           | 5         |
|-----------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| البداية               | لا اتفق بشدة | لا اتفق     | محايد       | اتفق        | اتفق بشدة |
| الوسط الحسابي الموزون | 1.79 – 1     | 2.59 – 1.80 | 3.39 – 2.60 | 4.19 – 3.40 | 5 - 4.20  |

المصدر : إعداد الباحثان بالاعتماد على الادبيات .

#### 1.1.4. ثبات مقياس البحث

حيث تم استخدام معامل كرو نباخ ألفا للتأكد من اتساق وثبات مقاييس البحث وكما موضح في الجدول (2) حيث تراوحت قيم معامل كرو نباخ ألفا بين (0.83 - 0.87) وهي مقبولة إحصائياً لأن قيمتها أكبر من (0.7) وهذه النسبة تدل على ان المقاييس تتصف بالاتساق الداخلي .

#### جدول (2) اختبار Cronbach's Alpha

| أسم المتغير           | كرو نباخ ألفا | البعد       | عدد الفرات |
|-----------------------|---------------|-------------|------------|
| الذكاء الاصطناعي      | 0.83          | احادي البعد | 10         |
| جودة الخدمات المصرفية | 0.87          | احادي البعد | 10         |

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على الادبيات ومخرجات SPSS.30V

#### 2.1.4. الإحصائيات الوصفية للبحث

يوضح جدول (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الإجابة وترتيب الفقرات حسب المتوسط لمتغيرات البحث (الذكاء الاصطناعي) (جودة الخدمات المصرفية) حددت مستوى الإجابات في ضوء المتوسطات الحسابية من خلال تحديد انتمائها لأية فئة وقد استخدم البرنامج الإحصائي (SPSS.30V) لأجراء التحليلات الإحصائية الخاصة بالبحث إذ يعكس الجدول (3) أعلى وسطاً حسابياً موزوناً للفقرات ضمن متغير الذكاء الاصطناعي كان من نصيب الفقرة السابعة التي محتواها (تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي سيسهم في خفض التكاليف التشغيلية). (اذ بلغ الوسط الحسابي 4.24 وبانحراف معياري 0.806) مما يشير إلى انسجام إجابات افراد العينة حول هذه الفقرة .

بينما كان أقل وسط حسابي من نصيب الفقرة السادسة التي محتواها (أرى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُستخدم في كشف عمليات الاحتيال المالي). (اذ بلغ الوسط الحسابي 3.85 وبانحراف معياري 0.905) مما يشير إلى انسجام اجابات افراد العينة حول هذه الفقرة . وبشكل عام بلغ الوسط الحسابي لمتغير الذكاء الاصطناعي 4.10 وبانحراف معياري 0.506 ، مما يعكس انسجام إجابات عينة البحث ضمن بيئة التطبيق.

كما يتضح ان أعلى وسطاً للفقرات ضمن متغير جودة الخدمات المصرفية في ظل حسابياً موزوناً كان من نصيب الفقرة الرابعة التي محتواها (العملاء يتلقون الخدمة المصرفية في الوقت المحدد دون تأخير كبير). (اذ بلغ الوسط الحسابي 4.31 وبانحراف معياري 0.733) مما يشير إلى انسجام إجابات افراد العينة حول هذه

الفقرة . بينما كان أقل وسط حسابي من نصيب الفقرة العاشرة التي محتواها (الإجراءات المعتمدة حالياً تساعد على تقديم خدمة مصرفية موثوقة ومستمرة ) . (إذ بلغ الوسط الحسابي 4.02 وبانحراف 0.815) مما يشير إلى انسجام إجابات افراد العينة حول هذه الفقرة وبشكل عام بلغ الوسط الحسابي لمتغير جودة الخدمات المصرفية 4.16 وبانحراف معياري بلغ 0.522 مما يعكس قوة إجابات عينة البحث حول متغير جودة الخدمات المصرفية .

جدول (3) الإحصائيات الوصفية للمتغيرات البحث وابعادها

| المتغير               | السؤال                                                                           | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | ترتيب البعد |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|-------------|
| الذكاء الاصطناعي      | أعتقد أن تطبيق الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في تسريع العمليات المصرفية.        | 4.20          | 0.734             | 2           |
|                       | يوفر الذكاء الاصطناعي إمكانيات دقيقة في تحليل بيانات العملاء.                    | 4.17          | 0.760             | 6           |
|                       | أرى أن الذكاء الاصطناعي سيساعد في الحد من الأخطاء البشرية في العمل المصرفي .     | 4.18          | 0.833             | 5           |
|                       | يمكن للذكاء الاصطناعي دعم اتخاذ القرار في الخدمات المصرفية .                     | 4.05          | 0.849             | 7           |
|                       | أعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيقفل من الحاجة للتدخل البشري في العمليات البسيطة .    | 3.92          | 0.856             | 9           |
|                       | أرى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يُستخدم في كشف عمليات الاحتيال المالي.           | 3.85          | 0.905             | 10          |
|                       | تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي سيسهم في خفض التكاليف التشغيلية.                   | 4.24          | 0.806             | 1           |
|                       | أعتقد أن موظفي القطاع المصرفي بحاجة لتدريب خاص لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. | 4.12          | 0.635             | 4           |
|                       | أرى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي ستوفر فرصاً لتطوير خدمات جديدة للعملاء.           | 4.19          | 0.728             | 4           |
|                       | أعتقد أن هناك تحديات كبيرة تواجه إدخال الذكاء الاصطناعي إلى المصارف العراقية.    | 4.02          | 0.701             | 8           |
| الإجمالي              |                                                                                  |               |                   |             |
|                       |                                                                                  | 4.10          | 0.506             | 10/10       |
| جودة الخدمات المصرفية | الخدمات التي يقدمها المصرف حالياً تلي احتياجات العملاء بشكل جيد.                 | 4.14          | 0.673             | 6           |
|                       | إجراءات تقديم الخدمة في المصرف واضحة وسهلة التطبيق.                              | 4.11          | 0.578             | 7           |
|                       | الموظفون في المصرف يقدمون الخدمة بدقة واحترافية.                                 | 4.30          | 0.822             | 2           |
|                       | العملاء يتلقون الخدمة المصرفية في الوقت المحدد دون تأخير كبير.                   | 4.31          | 0.733             | 1           |

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.26

م إ م أ

324

|       |       |      |                                                                                |
|-------|-------|------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 3     | 0.806 | 4.24 | المصرف يتمتع بسمعة جيدة من حيث جودة الخدمات.                                   |
| 9     | 0.822 | 4.07 | العملاء يشعرون بالرضا عن الخدمات التي نقدمها.                                  |
| 5     | 0.703 | 4.15 | المصرف يأخذ بعين الاعتبار الاهتمام بملاحظات العملاء ويسعى لتحسين الخدمة .      |
| 8     | 0.801 | 4.10 | بيئة المصرف ملائمة لتقديم خدمة عالية الجودة (من حيث النظام، الكفاءة، الأجهزة). |
| 4     | 0.673 | 4.16 | يوجد تنسيق جيد بين أقسام المصرف بما يسهم في تحسين جودة الخدمة .                |
| 10    | 0.815 | 4.02 | الإجراءات المعتمدة حالياً تساعد على تقديم خدمة مصرفية موثوقة ومستمرة .         |
| 10/10 | 0.522 | 4.16 | الإجمالي                                                                       |

## 3.1.4. اختبار فرضيات البحث

تشكل هذه الخطوة الأخيرة من الجانب العملي والتي تستهدف اختبار الفرضيات إذ من خلال هذه الاختبار يمكننا معرفة مستوى علاقة الارتباط بين المتغيرات البحث من جهة ومن جهة أخرى يختبر مدى قدرة تفسير وتأثير متغيراته المستقلة في المتغير المعتمد وما يشار إليه بهذا الصدد ان النموذج العملي الذي يسعى الباحثين لاختباره هو النموذج البسيط ، إذ يتكون من المتغير المستقل (الذكاء الاصطناعي) والمتغير التابع (جودة الخدمات المصرفية) وهي كما يلي :

م إ م أ

325

1.فرضية الارتباط الرئيسية الأولى (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية) ، من اجل بيان مدى الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع حيث تم إجراء اختبار بيرسون لاختبار الفرضية الرئيسية الاولى إذ يظهر الجدول (3) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط بيرسون بين الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية ، وقبل إجراء اختبار الفرضيات الفرعية لهذه الفرضية فإن الجدول (4) يشير إلى حجم العينة (100) ونوع الاختبار (2 - tailed) ، تشير (sig.) في الجدول يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط من خلال مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير ان سيظهر قيمتها فإذا ظهر وجود علامة (\*\*) على معامل الارتباط فإن هذا يعني ان قيمة (t) المحسوبة أكبر من الجدولية ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة وكما مبين في الجدول (4) الآتي

## جدول (4) قيم ومستويات علاقة الارتباط

| قيمة معامل الارتباط | مستوى علاقة الارتباط |
|---------------------|----------------------|
| أقل من 0.10         | علاقة ارتباط منخفضة  |
| من 0.10 - 0.30      | علاقة ارتباط معتدلة  |
| أعلى من 0.30        | علاقة ارتباط قوية    |

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على الادبيات

يشير الجدول (5) إلى وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين متغير الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما (0.701\*\*) وتشير هذه القيمة إلى قوة علاقة الارتباط

التي ظهرت عند مستوى معنوية (1%) وبدرجة ثقة بلغت (99%) إذ يتضح قبول الفرضية الرئيسية الاولى التي تنص على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية (1%) أي ان نتيجة القرار مقبولة بدرجة ثقة قدرها (99%).

جدول (5) مصفوفة معامل الارتباط بين الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية

| Correlations          |                     |                  |              |
|-----------------------|---------------------|------------------|--------------|
|                       |                     | الذكاء الاصطناعي | جودة الخدمات |
| الذكاء الاصطناعي      | Pearson Correlation | 1                | **0.701      |
|                       | Sig (2-tailed)      |                  | 0.000        |
|                       | N                   | 96               | 96           |
| جودة الخدمات المصرفية | Pearson Correlation | **0.701          | 1            |
|                       | Sig (2-tailed)      | 0.000            |              |
|                       | N                   | 96               | 96           |

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.30V

#### 4.1.4. اختبار علاقة تأثير متغيرات البحث

ان الغرض الأساسي لهذه الفقرة هي اختبار فرضيات التأثير الخاصة بمتغيرات البحث والتي تتمحور حول التأثير المباشر بين تلك المتغيرات وقد استخدم الباحثين لهذا الغرض تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis) الذي عن طريقة يتم تحديد التأثير المباشر يسن متغيرات البحث ، ومن اجل اختبار معنوية أنموذج الانحدار الخطي البسيط استخدم الباحثين كذلك اختبار (F) إذ يوجد تأثير معنوي إذا كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من الجدولية ولا يوجد هذا التأثير إذا كانت قيمة (F) المحسوبة أصغر من الجدولية عند المستوى (0.01) وباستخدام برنامج SPSS.30v .

1.الفرضية الرئيسية الثانية : لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية عند المستوى (0.01) ، ولغرض التأكد من مدى صحتها إجراء اختبار الانحدار على النحو الآتي ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج المقدر بلغ (99.27) عند مستوى دلالة (0.01) وبناءً على ذلك تقبل الفرضية وهذا يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية للذكاء الاصطناعي في جودة الخدمات المصرفية وبدرجة ثقة (99%)

جدول (6) قيمة اختبار (F) المحسوبة

| ANOVA |            |                |    |             |        |       |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.  |
| 1     | Regression | 11.186         | 1  | 11.186      | 99.372 | 0.000 |
|       | Residual   | 7.655          | 68 | 0.113       |        |       |

|  |       |        |    |  |  |  |
|--|-------|--------|----|--|--|--|
|  | Total | 18.841 | 69 |  |  |  |
|--|-------|--------|----|--|--|--|

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.30v

## 5. الخاتمة :

### 1.5. الاستنتاجات :

1. أظهرت نتائج البحث وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المصرفية، ما يؤكد فاعلية هذه التقنيات في دعم الأداء المصرفي.
2. يعد الذكاء الاصطناعي أداة محورية في تحسين الكفاءة التشغيلية للمصارف، من خلال تسريع الإجراءات وتقليل التدخل البشري في العمليات الروتينية.
3. تشير البيانات إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي ساهم في خفض التكاليف التشغيلية في المؤسسات المصرفية التي تبنته، مما يعزز من ربحيتها.
4. أوضحت التجربة التطبيقية لمصرف أبو ظبي الإسلامي أن دمج الذكاء الاصطناعي في الأنشطة المصرفية أدى إلى رفع مستوى رضا العملاء وتحسين تجربتهم.
5. لا تزال المصارف العراقية تعاني من ضعف في البنية التحتية الرقمية، ما يشكل عقبة رئيسية أمام تبني واسع لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
6. يلاحظ وجود استعداد إيجابي لدى موظفي المصارف العراقية نحو تبني الذكاء الاصطناعي، رغم محدودية التدريب والدعم المؤسسي المتاح لهم.
7. أسهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي، لا سيما روبوتات الدردشة وتحليل البيانات الضخمة، في تعزيز جودة التفاعل بين المصرف والعملاء.
8. أظهرت البيانات أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن تساهم دوراً فعالاً في اكتشاف الاحتيال المالي وتعزيز إجراءات الأمان.
9. يفتقر القطاع المصرفي العراقي إلى استراتيجيات واضحة وطويلة الأمد لتكامل الذكاء الاصطناعي ضمن سياساته العامة.
10. يعد غياب الوعي المؤسسي بأهمية التحول الرقمي من أهم التحديات التي تعوق التطبيق الفعال للذكاء الاصطناعي في العراق.

### 2.5. التوصيات:

1. ضرورة إعداد وتنفيذ برامج تدريبية متخصصة لتأهيل الكوادر المصرفية على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها العملية.
2. العمل على تطوير البنية التحتية التكنولوجية للمصارف العراقية لتصبح قادرة على استيعاب متطلبات الذكاء الاصطناعي.
3. اعتماد سياسات تشجيعية من قبل الجهات الحكومية والمصرف المركزي لتحفيز المصارف على التحول الرقمي والابتكار التكنولوجي.
4. تبني نهج استراتيجي شامل لدمج الذكاء الاصطناعي في مختلف مستويات العمل المصرفي، يتضمن أهدافاً واضحة وآليات تنفيذ دقيقة.

5. تعزيز التعاون بين المصارف العراقية ومؤسسات مصرفية إقليمية متقدمة، كمصرف أبو ظبي الإسلامي، لنقل المعرفة والخبرة.
6. تشجيع المصارف على استثمار جزء من أرباحها في مشاريع تطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي، لضمان الاستدامة والتنافسية.
7. إنشاء وحدات متخصصة داخل المصارف المعنية بتقنيات الذكاء الاصطناعي، لمتابعة التطورات التقنية وتحديث السياسات باستمرار.
8. إطلاق حملات توعوية موجهة للعملاء لتعريفهم بخدمات الذكاء الاصطناعي المصرفية وتحفيزهم على استخدامها.
9. تضمين الذكاء الاصطناعي في النظام الأساسي الداخلي لإدارة المصارف العراقية، لبناء قاعدة من العاملين المؤهلين للمستقبل المصرفي الرقمي.
10. توجيه اهتمام بحثي أكاديمي أكبر لدراسة تأثيرات الذكاء الاصطناعي في السياق المحلي العراقي، لتوفير حلول أكثر تخصيصاً للواقع المصرفي.

## 6. المراجع :

### 1.6. المراجع العربية :

1. زهراء الفضلي، سمية العامري. (2025). دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق جودة التميز في التحول الرقمي. مجلة ريادة الأعمال في المال والأعمال ، 6 (2)، 140-155.
2. أزبي ، يحيى محمد ربيع (2024). الذكاء الاصطناعي مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، 4(8)، 2967-3140.
3. عطية ، كرار حاتم وعباس، زهراء يوسف (2024)، اثر الخدمات المصرفية المستحدثة في تطوير القطاع المصرفي العراقي للمدة (2017-2023) ، مجلة الوارث ( خاص ) 6 ، 321.
4. العفيف ، محمد علي والزعي ، صدام (2023) ، اثر الخدمات المصرفية على ربحية البنوك التجارية : دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية ، المجلة العربية للإدارة (43) 3، 253 .
5. الطائي ، رحيم شراد عامر ، القيسي ، إبراهيم قيس إبراهيم ( 2023 ) ، دور تنوع الخدمات المصرفية في ربحية المصارف التجارية : دراسة تحليلية في مصرف سومر التجاري ومصرف الأهلي العراقي ، المجلة العراقية للاقتصادية ، ( 80 ) 22 ، 638.
6. سراي ، سلامة زهراو جبر (2024) ، تأثير التكنولوجيا على تطور الخدمات المصرفية والمالية في العالم العربي: دراسة تجربة مصر والكويت ، مجلة جامعة واسط للعلوم الإنسانية ، (20) 4 ، 459.
7. مرسل، منى النيل مصطفى ، محمد ، حنان عثمان عسيب ( 2022 ) ، اثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة حالة : بنك ام درمان الوطني في الفترة (2017-2021) ، المجلة العربية للعلوم والنشر – مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية ، (6) ، 14.
8. عبد الباقي ، إسماعيل إبراهيم (2016) ، إدارة البنوك التجارية ، دار علياء للنشر، الأردن .
9. البله ، عبد الله هاشم ، هاني رمضان علو ، عبدالله عبدالحق خميس (2025)، دور قدرات تقانة المعلومات في تعزيز الخدمات المصرفية الرقمية : دراسة استطلاع لعينة من المصارف الاهلية في الموصل ، (25) ، 1، 41-32.

10. حمدي ، عبدالرحمن محمد عبد الله ، مرعب ، رافع فتحي ( 2024 ) ، اثر انتشار المحافظ الالكترونية على التعامل التقليدي مع البنوك ، مجلة الفنون والادب وعلوم الانسانيات والاجتماع ، 186.115-210.
11. مصرف أبو ظبي الإسلامي 2024 ، التقرير السنوي .
- 12- نوره ، سداوي ، 2024 ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المصارف العربية تجربة الامارات العربية المتحدة ، مجلة إضافات اقتصادية ، (8) ، 1 ، 205-204.
- 13- قندوز ، عبد الكريم احمد ، 2019 ، التقنيات المالية وتطبيقاتها في الصناعة المالية الإسلامية ، صندوق النقد العربي .

## 2.6. المراجع الإنجليزية

1. McKinsey & Company, (2021, May). Building the AI bank of the future.
2. KPMG, (2021). AI and the Future of Banking: Enhancing Security and Efficiency. KPMG International.
3. Deloitte, (2022). The Future of Banking: Digital Transformation with AI. Deloitte Insights.
4. Chui, M., Manyika, J., & Miremadi, M. (2021). Artificial intelligence and the real economy. McKinsey Quarterly, pp. 10-20.
5. Dwivedi, Y. K., Hughes, L., & Ismagilova, E. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice, and policy. International Journal of Information Management.
6. Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). Deep learning. MIT Press.
7. Marr, B. (2018). Artificial intelligence in practice: How 50 companies used AI and machine learning to solve problems. Wiley.
8. Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson.
9. Zhang, A., Lipton, Z. C., Li, M., & Smola, A. J. (2020). Dive into deep learning. MIT Press.
10. Jasim ,Y, and Raewf ,M(2020), Impact of the Information Technology on the Accountiong System , Humainities and Social Sciences ,4(1) 50-53.
11. Francis, R(2021), E-banking- An Overview, International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT), ( 9) , 5, 881.
12. Shaheen, Ghaidaa Mohammed Nafie, Wafi, salam suleiman, (2024), The Impact of Banking Services on Increasing Public Trust in the Banking Sector: A Field Study on Al-Rafidain Bank, AND ADMINISTRATIVE SCIENCES (2024) (01) (02)