

الجمهورية الجزائرية الديمقرطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للتجارة القليعة - تبازة -

مخبر الإصلاحات الاقتصادية، التنمية وإستراتيجيات الإنداخت العالمي
فرقة البحث PRFU: إدماج الصناعة (الممتلكات المالية الإسلامية) في أسواق المال من أجل تطوير

النظام العالمي الجزائري

الشراكة

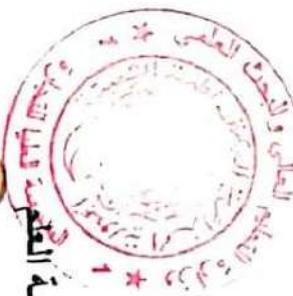
يتشرف السيدان مدير المدرسة ورئيس الملتقى، بفتح هذه الشهادة لـ:

الطيب مصطفاوي

لمشاركته الفعالة في إشغال الملتقى العلمي الوطني الأول حول: الصيرفة الإسلامية بين التنظير والتطبيق والمنعقد يوم 22 جانفي 2020 بداخلة عمانها: خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية - استعراض النماذج ابتكاريه حديثة

رئيس الملتقى

رئيس الملة



مدير المدرسة
السيد: عاصي عمال

مدير بالشراكة للمدرسة العليا
العلى والتجارة القليعة

أ. عاصي عمال

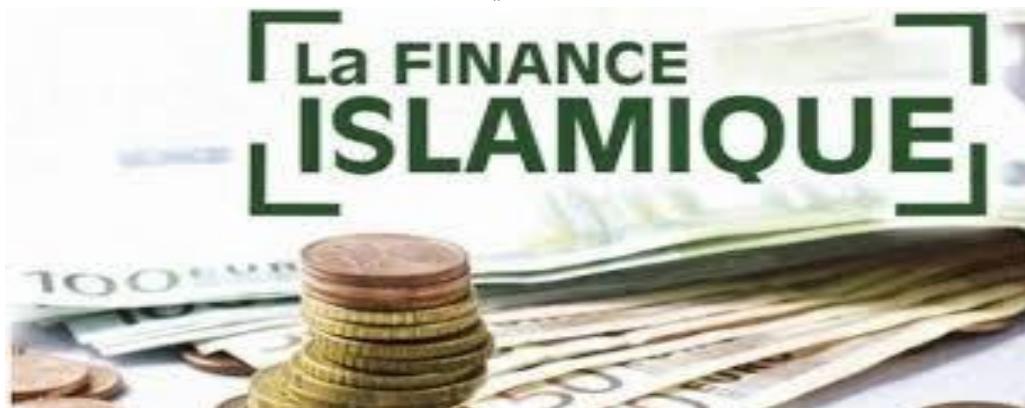


المدرسة العليا للتجارة – القليعة

بالتعاون مع مخبر الإصلاحات الاقتصادية الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد العالمي
وفرقة البحث PRFU: إدماج الصكوك (المنتجات المالية الإسلامية) في أسواق المال من أجل تطوير
النظام المالي الجزائري

الملتقى العلمي الوطني الأول حول: الصيرفة الإسلامية بين التنظير والتطبيق

يوم 22 جانفي 2020



استماراة المشاركة

البيان	الباحث الأول	الباحث الثاني
الاسم	الطيب	عيسى
اللقب	مصطفاوي	بدرونی
المؤسسة	جامعة المسيلة	جامعة المسيلة
الوظيفة	أستاذ محاضر	أستاذ محاضر
الدرجة العلمية	محاضر أ	محاضر أ
الشخص	تسويق	مالية
الهاتف	0771054246	0660424596
البريد الإلكتروني	taieb.mostefaoui@univ-msila.dz	Aissa.bedrouni@univ-msila.dz
عنوان المداخلة	خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية - استعراض لنماذج ابتكاريه حديثة	التجارب والمشاريع الرائدة والمبادرات الابتكارية في الصيرفة الإسلامية
محور المداخلة		

خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية - استعراض نماذج ابتكاريه حديثه

ملخص

الهدف الرئيسي من هذه الورقة البحثية هو مناقشة النماذج الحديثة المبتكرة التي يمكن اعتمادها في الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول، أول هذه النماذج هو معرفة كيف تؤثر الفروق بين الجنسين على اعتماد الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على تطوير تطبيق في شكل معجم مصطلحات مصرفية إسلامية يكون عملياً وملائماً على أن يعمل على الأجهزة الذكية التي تستند إلى منصتي Android و IOS. وفي الأخير يتم التطرق إلى دور آل خدمات المصرفية عبر الهاتف النقال، وكذلك الخدمات المصرفية بدون فروع بالنسبة لرائدات الأعمال وصاحبات المشاريع التجارية من النساء المسلمات، حيث يعتبر هذا النوع من الوسائل مهماً للغاية في ربط وصول النساء المسلمات المحافظات إلى الخدمات المالية.

الكلمات المفتاحية : الصيرفة المحمولة، الصيرفة الإسلامية، المالية الإسلامية، تطبيقات المحمول.

تصنيف JEL : G02, G14, G21

Abstract :

The main objective of this paper is to discuss the models, that influence the adoption of Islamic mobile banking, Among these models : how gender differences influence the adoption of Islamic mobile banking among Muslims, also; shed some light for developing a purposeful mobile Islamic banking terminology glossary app in a more convenient way and made it operational via devices Android and IOS based smart gadgets, and finally; the role of mobile banking as well as branchless banking for women entrepreneurs has been shown to have a very important role to connect Muslim Women entrepreneurs access to financial services.

Keywords : Mobile banking ; Islamic banking ; Islamic finance ; Mobile app.

JEL classification: G02, G14, G21.

مقدمة

فرض الله اكتساب الرزق من الحلال وحرم اكتسابه من الطرق غير الشرعية، من غش وسرقة وتطفييف في الميزان وغصب أموال الناس وربا و...الخ. فمن اكتسب المال من الحرام فقد البركة، فلا ترى أثراً صالحاً لماله، ولعذاب الآخرة أشد.

يرتبط قطاع الخدمات ارتباطاً وثيقاً بالتطورات التكنولوجية، حيث تساهم في تحسين الوصول إلى الخدمات وتوفيرها واستهلاكها ، والصناعة المصرفية ليست في استثناء من ذلك، لقد تأثرت بشدة من التطورات التكنولوجية، وتحاول مواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تطوير نفسها .

أصبح للإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أهمية كبيرة في جميع أنحاء العالم فالتقنيات الحديثة لها تأثير كبير على إدخال ابتكارات جديدة على كل من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . لقد كان لنمو عدد مستخدمي الإنترت والهواتف الذكية تأثير بالغ أيضاً على هذا الانتشار .

لقد أدت الزيادة السريعة في عدد مستخدمي الهاتف الذكي ، ومشتركي الإنترنت اللاسلكي إلى حدوث ثورة رقمية ، فاليوم لا تعمل الأجهزة المحمولة كوسيلة للاتصال الصوتي فحسب، بل تستخدم أيضاً لتبسيط الأنشطة اليومية. على سبيل المثال، تتيح الخدمات المصرفية عبر الأجهزة المحمولة للعملاء إجراء المعاملات المالية عن بعد باستخدام جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي .

مع استمرار تأثير تكنولوجيا الهاتف المحمول في النمو، تحتاج المؤسسات المالية إلى تطوير تطبيقات تضمن سهولة استخدام العملاء لها ، هناك حاجة لاستكشاف الدور الذي يؤديه تصميم واجهة المستخدم في تعزيز قابلية استخدام تطبيق الهاتف المحمول .

تعتبر تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقاتها حالياً من أهم المكونات في القطاع المصرفية بصفة عامة والمصارف التي تقدم الخدمات الإسلامية بشكل خاص، أصبح هذا شائعاً بفضل الحلول المصرفية التي تقدمها الهواتف المحمولة وتسهيل المعاملات المختلفة وفق اغراض متعددة.

هناك بالفعل مصارف إسلامية كثيرة في الوقت الراهن تقدم خدمات باستخدام هذه الوسائل، لكن الحاجة إلى ابتكار خدمات تميز بيئه العمل هذه ضرورية جداً ومفيدة للعملاء والمصارف وحتى الحكومات. على ضوء ما سبق تطرح الإشكالية التالية: ما هي النماذج التي على المصارف الإسلامية أخذها بعين الاعتبار عند اعتماد تقديم خدماتها عبر الهواتف الذكية؟

أولاً: الكسب الحلال والكسب الحرام أساس الاقتصاد والتمويل الإسلامي

كيف أكتسب الكسب الحلال؟ وكيف أتجنب الكسب الحرام؟، إذا اكتشفت أن الشركة التي تعمل فيها تقوم ببعض الأعمال المخالفة شرعاً أو المجرمة قانوناً، ماذا ستفعل؟، لو طلب منك مديرك عملاً يتطلب غشاً تجاريًا، فما هو موقفك؟ هل ترفض بشدة أم توافق مجبراً؟.

1. الكسب الحلال

الكسب أمر شرعه الله لعباده، قال الله تعالى: " هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلِّولاً فَامْسُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ صَوَّالِيَهُ النُّشُورُ " الملك-15.

وشرع الله الكسب للمؤمنين، فقال الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيْبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ " البقرة-172.

2. الكسب الحرام

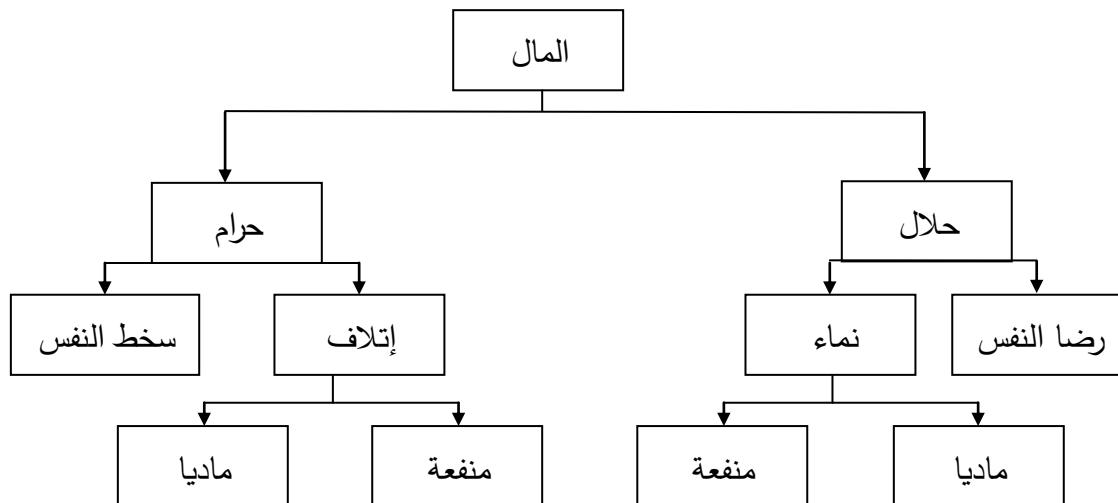
حرمه الله على المؤمنين، بقوله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بِيَنْتَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْعَسْكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا " النساء-29. ويقول الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَصْعَافًا مُضَاعَفَةً طَوَّافُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ " آل عمران-130. ويقول الله سبحانه وتعالى: " يَمْحُقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِيَ الصَّدَقَاتِ قَدُّوَ اللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ " البقرة-276.

الجدول رقم (01): حقيقة الكسب الحلال والكسب الحرام

الثروة الأصلية	النتيجة	الحقيقة	كيف؟
الكسبمن....			
التصدق بـ 10 دج	10 دج من حرام		
90 دج	110 دج		
يربي الله الصدقات	يمحق الله الربا		
نماء مادي: يزيد الصدقة، فيكسب الإنسان منها، كأن يصرف عنه المرض مثلًا.	محق مادي: يتلف المال الحرام، كأن يصاب الإنسان بالمرض مثلًا.		
نماء منفعة: مال مبارك، فيه بركة، ونفع لصاحبه	محق منفعة: يصبح المال بلا نفع على صاحبه، بل ربما يصبح ضرراً عليه.		
رضا النفس: يورث الله سبحانه وتعالى في قلب كاسب المال الحلال الرضا، ما يرضى به عن هذا المال.	سخط النفس: يورث الله سبحانه وتعالى في قلب كاسب المال الحرام سخطاً ما لا يرضى به عن هذا المال		

المصدر: من إعداد الباحثان.

الشكل رقم (01): القيمة الحقيقة للمال وفق الشريعة الإسلامية



المصدر: من إعداد الباحثان.

وتتمثل أهم الضوابط الشرعية للكسب الحلال في:

- الابتعاد عن الكسب الحرام والمهن المحرمة (ربا، رشوة، ...الخ).
- الابتعاد عن كل ما يؤدي إلى أمر محرم (بيع العنب لعاصر الخمر، ...الخ).
- الابتعاد عن الإعانة على كسب حرام (رشوة من أجل الحصول على إنجاز مشروع مثلًا، ...الخ).

ثانياً: استعراض بعض مؤشرات نمو الصيرفة الإسلامية عبر العالم

تعتبر الصيرفة الإسلامية قطاعاً خصباً في الآونة الأخيرة، خاصة بعد الأزمة المالية العالمية 2008 ومنذ ذلك التاريخ، أصبحت المالية الإسلامية تتطور ب معدلات عالية.

1 تطور عدد المصارف الإسلامية وفروعها بالدول (إحصائيات 2018)

يبين الجدول المولاي عدد المصارف الإسلامية والفرع التابع لها تبعاً للدول الأصلية لإنشاء هذه المصارف الإسلامية.

الجدول رقم (01): عدد المصارف الإسلامية وفروعها بالدول (إحصائيات 2018)

الدولة	عدد المصارف	الدولة	عدد الفروع	عدد الفروع	عدد المصارف
السودان	37	إنجلترا	800	5	17
إيران	34	السعودية	20598	4	831
البحرين	21	الأردن	63	4	193
ماليزيا	16	قطر	2246	4	75
اندونيسيا	14	مصر	478	3	138
الإمارات	8	فلسطين	285	3	71
بنغلاديش	8	بروناي	1197	2	26
الكويت	6	عمان	179	2	23
باكستان	5	казاخستان	1557	2	5
لبنان	5	نيجيريا	21	1	32
تركيا	5	ليبيا	1120	1	6

المصدر: <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019

يتبيّن من الجدول أعلاه أن عدد المصارف الإسلامية وصل إلى حوالي 189 مصرف، حيث تُحتل السُّودان الصدارة بـ 37 مصرف إسلامي، وفي الأخير ليبَا بمصرف إسلامي واحد. في حين، لا يوجد أي مصرف إسلامي ذو أصول جزائرية، الأمر الذي يطرح عدة تساؤلات حول أسباب الغياب التام للمصارف الإسلامية الجزائرية.

أما عدد الفروع، فقد وصل إلى حوالي 29961 فرع، تُحتل إيران المرتبة الأولى بحوالي 20598 فرع إسلامي، وفي الأخير كازاخستان لها 5 فروع تابعة لمصارفها الإسلامية.

يوجِد فروع في الجزائر تابعين للمصارف الإسلامية الأجنبية، منها مصرف السلام وبنك البركة بنك الخليج، فيما تعتزم الجزائر لفتح نوافذ إسلامية لدى البنوك العمومية النشطة، وذلك من أجل تنوع المنتجات المالية، وإدماج المالية الإسلامية ضمن النظام المالي الجزائري.

بلغ عدد المصارف الإسلامية في 21 دولة 191 مصرف عام 2018 بمعدل نمو 1% مقارنة بعدد 190 مصرف إسلامي عام 2017 وبمعدل نمو 4% مقارنة بعدد 182 مصرف عام 2016 بمعدل نمو 4% مقارنة بعدد 175 مصرف إسلامي عام 2015 بمعدل نمو 2% مقارنة بعدد 171 مصرف عام 2014 بمعدل نمو 1% مقارنة بعدد 169 مصرف عام 2013، وبلغ معدل النمو لعدد المصارف الإسلامية خلال الفترة من 2013 حتى 2018 حوالي 2.5%.⁷

وقد بلغ عدد البنوك التقليدية التي تمتلك نوافذ إسلامية 81 بنك عام 2018 مقارنة، و83 بنك تقليدي لهم نوافذ إسلامية لعامي 2017 و 2016، في حين كانت البنوك التقليدية التي تمتلك نوافذ إسلامية 85 بنك لعامي 2015 و 2014 مقارنة بعدد 83 بنك عام 2013.⁸.

2 معدلات نمو بعض مؤشرات المصارف الإسلامية

يبين الجدول الموالي معدلات نمو لبعض مؤشرات المالية الإسلامية خلال الفترة 2016-2018.

الجدول رقم (02): معدلات نمو بعض مؤشرات المصارف الإسلامية 2018-2016

المؤشر	2018	2017	2016
الأصول	% 9.6	% 9.6	% 10.2
التمويل	% 9.5	% 8.7	% 9.6
الودائع	% 7.4	% 7.1	% 7.2

المصدر:

Islamic Financial Service BOARD, **Islamic Financial Service Industry Stability Report, Malaysia, P16, 2019.**

يظهر من الشكل أعلاه أن معدل نمو مؤشرات المالية الإسلامية يفوق 7%， مما يدل على أن هناك تحسن ملحوظ في الاعتماد على المصارف الإسلامية لتمويل مختلف المشاريع الاستثمارية. وهذه النتيجة تشجع النظام المالي العالمي على اعتماد التمويل الإسلامي كحل بديل عن التمويل التقليدي الربوي.

3 مؤشرات عن المنتجات المالية الإسلامية

تختلف المنتجات المالية الإسلامية عن منتجات المالية التقليدية في كونها تعتمد على الشريعة الإسلامية في تكوينها وتعاملها، حيث يصبح المحدد الأساسي لها هو مدى موافقتها للشريعة الإسلامية، ثم ما تتحققه من أرباح.

الجدول رقم (03): تطور الإصدارات العالمية للصكوك من 2015 إلى سبتمبر 2019

السنة	2015	2016	2017	2018	سبتمبر 2019
قيمة الإصدار	67.81	87.78	116.71	123.15	123.3
نسبة التطور	----	%29	%33	%5.5	%0.12

المصدر: IIFM and MIFC (المصارف الإسلامية - دراسات في المحاسبة والإدارة).

يظهر من الجدول أعلاه أن هناك تطور كبير لإصدار الصكوك بين 2015 و 2017 ، وبداية من سنة 2018 تراجع معدل الإصدار كثيراً، ليصبح في حدود 0.12% مع نهاية سبتمبر 2019.

الجدول رقم (04): توزيع الأصول في التمويل الإسلامي (2016)

نوع الأصل	الخدمات المصرفية الإسلامية	الصكوك	الصناديق الإسلامية	التكافل	أخرى
% 73	% 16	% 4	% 2	% 5	

المصدر: Thomson Reuters Islamic Finance Development Report, Dec 2017

يظهر من الجدول أعلاه أن الخدمات المصرفية الإسلامية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 73% من مجموع المعاملات المالية الإسلامية، وهذا ما يدل على أهمية الخدمات المصرفية الإسلامية في الاقتصاد الإسلامي، الأمر الذي يمكنه أن يشجع من استعمال الصيرفة المتنقلة.

ثالثاً - الصيرفة المتنقلة (Mobile Banking)

لم يعد المستهلك يتقبل التنقل لاقتناء ما يحتاجه، فهو يفضل استعمال التعامل عن بعد، وفي أي وقت ممكن، وهذا التفكير يتيح له تخفيض التكاليف وربح الوحدات النقدية، وبغية تلبية هذه الحاجيات، لقد عمدت المصارف إلى إيجاد تقنيات تسمح لمستهلك من التعامل عن بعد، وإجراء مختلف معاملاته المالية دون عناء التنقل والوقت.

1 مفهوم الصيرفة المتنقلة

العمليات المصرفية عبر الهاتف (الصيرفة الهاتفية) هي عبارة عن نظام تخطاب مباشر للزبائن يعمل يومياً على تقديم معلومات وإجراءات تحويلات واستقبال طلبات قروض ووحدات الأجرة الصوتية وأنظمة معالجة المعطيات لخدمة الـ 1 لـ زبائن، وتطورت هذه الخدمات لتقديم عبر الأثير خلال الهاتف الخلوي التي تعتبر جذابة للناس الذين هم على تنقل وحركة دائمة، ويتم ربط هذه الخدمة بشركات الهاتف النقال أو عن طريق شبكات عامة أو خاصة يتم التعاقد معها.⁹

2 انتشار الصيرفة المتنقلة

لقد أثرت التطورات المذهلة في سوق المعلوماتية والاتصالات بشكل كبير في قطاع المصارف وانطلقت بسرعة عمليات التطور والارتقاء بالعمل المصرفي، ولا زالت مستمرة حتى اليوم، وهي تعيد بالتأكيد صياغة المفاهيم حول النظم المصرفية وتطبيقاتها للتكنولوجيا.¹⁰

أدى انتشار الهاتف المحموله وتطور تطبيقاتها المختلفة إلى ظهور تطبيقات وبرامج تسمح بتوفير خدمات مصرفية، يستطيع العميل من خلالها إجراء الحركات والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، حيث ظهر ما يسمى بالبنوك الخلوية أو ما يسمى بمركز خدمة العملاء، والتي تقوم على تزويد الخدمات البنكية للزبائن في أي مكان وفي أي وقت، ويتم إجراء العمليات من خلال تشغيل مراكز الاتصالات وخدمة العملاء بواسطة التلفون، وباستخدام اسم مستخدم وكلمة مرور ، حيث يمكنه إجراء الحركات المالية كالاستفسار عن الرصيد والتحويل المالي، وغيرها من الخدمات التي يقدمها البنك عبر الهاتف المحمول.¹¹

يتم استخدام الهاتف المحمول بشكل متزايد من قبل المصارف كقناة فعالة من حيث التكلفة لتقديم الخدمات المصرفية والتجارية ، تعتقد المصارف أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أفضل من الخدمات المصرفية عبر الإنترن特، لأنها تتيح الخدمات المصرفية في أي مكان وفي الوقت الحقيقي.

ولا يحتاج العملاء الولوج إلى جهاز متصل بالإنترنط للوصول إلى حساباتهم المصرفية ، يمكنهم الآن القيام بذلك أثناء التنقل ، أثناء السفر ، في انتظار الأصدقاء ، في أي وقت وفي أي مكان.¹²

3 خدمات الصيرفة المتنقلة

يتم تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باستخدام العديد من التقنيات مثل الرسائل القصيرة (SMS) وبروتوكول التطبيقات اللاسلكية (WAP)، يتم عادة تثبيت تطبيق Java على جهاز العميل المحمول، حيث يمكنه من خلاله الوصول إلى جميع ميزات حساباته المصرفية من خلال تفاعلات بسيطة مع النماذج والقوائم والأزرار.

من خلال الاطلاع على العديد من مواقع البنوك العالمية التي تعمل في هذا المجال ، يمكن حصر المعاملات التي يتم تقديمها عادةً كخدمات مصرفية عبر الهاتف المحمول في :

- الدخول بالبصمة عبر الأجهزة المحمولة التي تدعم هذه الميزة (الدخول على حساب العميل الرئيسي ببصمة الإصبع باستخدام تكنولوجيا تسجيل الدخول بالبصمة بدون إدخال اسم المستخدم وكلمة السر الخاصة بالخدمات المصرفية عبر الإنترنط) .
- استعراض الأرصدة والمعاملات .
- سرعة تصفح رصيد الحساب .
- الخدمات المصرفية عبر الساعة الذكية .
- تحويل الأموال محلياً ودولياً.
- إجراء معاملات البطاقات الآئتمانية وسداد مستحقاتها .
- الاطلاع على المعلومات المفيدة مثل موقع أجهزة الصرف الآلي والفروع وأسعار الصرف وبيانات الاتصال بالبنك.
- التسجيل بخدمة الكشوف الإلكترونية للحسابات والبطاقات الآئتمانية .
- إعادة ضبط كلمة المرور/ الدخول بالبصمة أو الرقم السري (لأجهزة التي تدعم خاصية البصمة) .
- تقديم طلبات الحصول على المنتجات والخدمات .
- سداد فواتير الخدمات العامة ومستحقات البطاقات .
- السحب دون بطاقة .

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمات بعضها يحتاج إلى اتصال إنترنط، بينما يعمل البعض الآخر بدون الحاجة إلى ذلك، هناك أيضاً سوء فهم شائع بأن الخدمات المصرفية عبر الهواتف الذكية تعرض الأمان المالي للعميل للخطر، وهي مخاوف مشروعة لكونها خدمات حديثة العهد، ولكنها في كثير من الأحيان لا أساس لها

من الصحة ، فقد أصبحت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من أكثر الطرق أماناً وملائمة للدفع وتحويل الأموال ، وخاصة بوجود ميزات مثل تقنية بصمات الأصابع وشريحة الاتصال قریب المدى (NFC) .

4 - مميزات الصيرفة المتنقلة

يمكن تلخيص المساهمة التي تقدمها الهواتف المحمولة للأعمال المصرفية في النقاط التالية¹³ :

أ - الهاتف المحمول = قاعدة تكنولوجية متغولة ومتقللة في كل مكان: في ظل هذه الفرضية، فإن إمكانات الهاتف المحمول وهي السمات البارعة المميزة "التي يسعى الزبون لاستغلالها لا تكمن إلى حد كبير في القدرات الأصلية للهاتف المحمول وكيفية ارتباط العملاء بها، بل تمثل في حقيقة وجود هذا الهاتف (عملياً) في كل مكان، وهذا هو السبب الذي يجعل الزبون يرى أن الأعمال المصرفية عبر استخدام الهاتف المحمول تقدم فرصة ثمينة للفقراء الذين يمتلكون بدائل أقل من تلك المتاحة للأغنياء. وتكون قوة الهاتف المحمول في قيامه بإحداث تحولات في اقتصاديات تقديم الخدمة وتحولات إلى حد أقل في طبيعة عرض الخدمة ذاتها، وينبغي على الزبون أن يمعن النظر في إمكانية حلول الهاتف المحمولة محل أربع أدوات على النحو التالي:

- الهاتف المحمول = بطاقة مصرافية فعلية.

- الهاتف المحمول = نقطة بيع طرفية.

- الهاتف المحمول = صراف آلي بشري.

- الهاتف المحمول = وحدة إنترنت طرفية مصرافية.

ب - الهاتف المحمول = طريقة جديدة لتفاعل العملاء مع التكنولوجيا : ربما لا تكون العناصر التكنولوجية المحسدة في الهاتف المحمول جديدة، ولكن الشيء الجديد قد يتمثل في طريقة ارتباط العملاء بالเทคโนโลยيا وتفاعلهم معها، وبما أن الهواتف المحمولة أجهزة شخصية، فإن هذه الأجهزة ذات قيمة مرتفعة بالنسبة لبعض الزبائن لدرجة أنهم يزирوها ويضفوا عليها لمساتهم الشخصية مثلاً يفعلون مع سيارتهم ومنازلهم.

وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن الهاتف المحمول لا يبقى بعيداً عن أيدي مستخدميه لأكثر من نصف الساعة ، فهذا الجهاز يمنح حامله الشعور بالآنية (القدرة على التفاعل مع الظروف بشكل آني/لحظي)، فهو لا يرتبط بأية أوقات أو أماكن محددة، إنما يرتبط بالأماكن والأوقات الحاضرة. فالهاتف المحمول يعطينا الإحساس بمكانية تحقيق ما يريده حامله ويمده بأسباب الراحة والاطمئنان، والقدرة على التحكم والسيطرة، بالإضافة إلى وفورات التكلفة الناجمة عن استخدام القاعدة الحالية المتنقلة للمحطات الطرفية.

كيف يمكن للبنوك الاستفادة من شعور الآنية هذا في تعميق وزيادة مغزى العلاقة مع العميل الذي لديه هاتف محمول؟ وكيف يمكن استخدام السمات المميزة للعلاقة بين العملاء وهواتفهم المحمولة في خلق خدمات مصرافية جديدة أو نماذج خدمات حديثة؟.

تقوم الهواتف المحمولة، على أقل تقدير، بتزويد البنوك بفرصة إرسال رسائل شخصية إلى جميع عملائها، وتقيد هذه الرسائل في تسويق المنتجات الجديدة، والتعريف باسمة جديدة لإحدى الخدمات، أو التبليغ إلى نشاط معين خاص بحساب مصرفي. ويمكن للعملاء القيام على الفور بالتأكد من أرصدة الحسابات والاطلاع عند الحاجة على آخر الأنشطة والمعاملات في الحساب. علاوة على ذلك، ونظراً لأن الهاتف المحمول يتيح التفاعل الثنائي الاتجاه، فإنه يوفر للعملاء أيضاً إمكانية اتخاذ إجراءات فورية من أي مكان، بشأن حالات مثل انخفاض الرصيد عن الحد الأدنى، أو عند حدوث نشاط غير عادي في حساباتهم، وهو ما يجعل العملاء أنفسهم جزءاً من منظومة الوقاية من الغش والتلبيس. ومن شأن ذلك تعزيز إحساس العملاء بالقدرة على التحكم والسيطرة.

ويمكن أن يمتد نطاق التفاعل إلى تكيف الخدمات عند نضج العلاقة بين البنوك وعملائها، إذ يمكن أن يطلب العملاء، على سبيل المثال، رفع السقف الائتماني عند الحاجة والتحقق من ذلك عبر الهاتف، ولعله يمكن القول من باب الإنصاف، على أية حال، بأنّه قد بدأ فقط في تخيل إمكانات استخدام الهاتف المحمول في إنشاء تجارب وخبرات الخدمات الجديدة.

ـ الهاتف المحمول = وظيفة جديدة مفيدة: هل هناك قدرة كامنة "داخل" الهاتف المحمول تعتبر جديدة بصورة حقيقة وتتيح للعملاء إنجاز أشياء لم يكن من السهل تحقيقها من قبل؟. يمكن استخدام الهاتف المحمول في إدخال المعلومات وعرضها ومعالجتها وتخزينها ونقلها، ولكنه يتم تحقيق ذلك عبر أجهزة الكمبيوتر، وماكينات الإيداع والصرف التلقائي للأموال، وأجهزة نقاط البيع، التي تعتبر جميعاً شبكة من النقاط الطرفية الإلكترونية التي تستخدمها البنوك لخدمة العملاء، والواقع أن قدرة الهاتف المحمولة تعتبر أقل من إمكانات هذه الأدوات من حيث طاقة المعالجة على سبيل المثال.

فليس هناك في الحقيقة كثير من الوظائف الجديدة في الهاتف المحمول كوحدة طرفية؛ إذ لم يفكر أحد في التطبيقات المصرفية عند تحديد الموصفات الخاصة بالهاتف المحمول، إلا أن هناك سمة للبناء الهيكلية للهاتف المحمول تميزه عن معظم أجهزة الحوسبة الأخرى المستخدمة في الأغراض المصرفية، وتتمثل هذه الخاصية في وجود جهاز داخل جهاز، أو بطاقة (SIM) داخل الهاتف المحمول، ولا يعتبر أي جهاز منها جديداً في وظائفه: بطاقة (SIM) عبارة عن بطاقة ذكية، أي بطاقة محتوية على شريحة إلكترونية مدمجة، والهاتف المحمول عبارة عن جهاز كمبيوتر محدود القدرات، ولكن وضع أحدهما داخل الجهاز الآخر يتتيح سمات وخصائص أمنية مثيرة للاهتمام. وتحتوي ذاكرة بطاقة (SIM) على عنصرين أساسيين هما: قائمة خيارات مستخدم الهاتف ومفاتيح الأمان المستخدمة في تشفير كافة المعلومات (encryption) التي يرسلها ويستلمها الهاتف من الشبكة، ويقيم التحكم الدقيق في بطاقة وحدة بيانات المشترك (SIM) من قبل شركة تشغيل الهاتف المحمول، وليس في مقدور أي طرف آخر، ولا حتى المستخدم نفسه، الوصول إليها أو تخزين تطبيقات فيها بدون الموافقة الصريحة من قبل شركة تشغيل الهاتف، ولهذا السبب، فإن الحماية الممنوعة لمحاتويات بطاقة (SIM) ضد العبث والتلاعب والتأثير عليها تعتبر أكبر كثيراً من باقي مكونات الهاتف المحمول أو أي جهاز كمبيوتر.

ويتمثل الجانب السلبي في أن الهيكل المعمول لبطاقة(SIM) يحد من ابتكارات الخدمة من قبل أطراف ثالثة، ولكن اقتران خاصية الأمان المحكم لبطاقة (SIM) بالتركيبة الأكثر انفتاحاً للهاتف نفسه يتيح لشركات الهاتف المحمول تحقيق أفضل المزايا والمنافع لهذين الشقين: أي النواة المؤمنة داخل الإطار الهيكي لخدمة مزنة مستوعبة للابتکار.

ويعتبر الهاتف المحمول أيضاً جهاز اتصال له خاصية شديدة التميز: إذ يمكنه الاتصال التلقائي بالشبكة من أي مكان، وهو ناك سمة جوهرية للهاتف المحمول لم يتم استخدامها كثيراً في تطبيقات الأعمال المصرافية عبر الهاتف المحمول: وهي خاصية تحديد الموقع، إذ يمكن تحديد موقع الهاتف من قبل معظم الشبكات المتنقلة في نطاق 24 كيلومتراً أو عشرات الأمتار (أي الهاتف المنطوي على خلية واحدة أو تكنولوجيات التثليث المتعدد الخلايا الأكثر تقدماً، وهناك فكرة شائقة تم اختبارها من قبل مصرف (Bankinter) في إسبانيا بشأن تحديد موقع البطاقة الائتمانية في نقطة إنجاز المعاملة وفقاً لموقع الهاتف المحمول (الذي يفترض أن يكون مع صاحب البطاقة أو بالقرب منه، وإذا كان الهاتف المحمول بعيداً عن صاحب البطاقة، فإن ذلك يمكن أن يشكل سبباً للشك في صحة وسلامة المعاملة المصرافية).

رابعاً - نماذج ابتكاريه للصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية

قام العرض السابق بتسليط الضوء على المنافع والفوائد الممكنة لاستخدام الهاتف المحمولة في تقديم الخدمات المصرافية، حيث تعتمد الصيرفة المتنقلة (Mobile Banking) بشكل عام على نماذج واضحة يتم استخدامها بشكل واسع في المصارف العالمية، غير أن المصارف الإسلامية ونظراً لخصوصيتها تحتاج إلى نماذج إضافية، يجب أخذها بعين الاعتبار من طرف أصحاب المصالح، سواء كانت الحكومة أو المصارف أو حتى قادة المجتمع.

من بين هذه النماذج ، نموذج الاستهداف الدقيق باستخدام الهاتف الذكي للأفراد والشرائح التي من الممكن أن تكون علماً محتملاً للخدمات المصرافية الإسلامية، أيضاً هناك الحاجة لتطوير تطبيقات لمعاجم مصطلحات خاصة بالخدمات المصرافية الإسلامية نظراً للعدد الكبير من المصلحات التقنية والشرعية التي تستخدم في هذا النوع من الخدمات.

1 الاستهداف الدقيق باستخدام الهاتف الذكي

يمنح الاستهداف الدقيق المصرف القدرة على وضع المحتوى الذي أمام الجمهور المثالي عبر الهاتف الذكي، تقدم حملات الاستهداف الدقيق إعلانات جذابة لقطاع ديموغرافي محدد من الجمهور استناداً إلى الموقع والسلوك والاهتمامات ، بعبارة أخرى، يمكن تقديم المحتوى الصائب للوصول إلى سقف التوقعات بأقل التكاليف . وأشهر أنواع الاستهداف عبر الهواتف الذكية هو الاستهداف الجغرافي والديمغرافي.

في نظام الاستهداف الجغرافي يمكن استهداف الأشخاص الساكنين في منطقة جغرافية محددة يمكن تحديد الدولة أو المدينة المراد عرض الإعلان لسكانها فقط دون بقية المستخدمين ، طبعاً يمكن تحديد أكثر من

منطقة جغرافية في نفس الوقت، كما يمكن أيضاً استثناء بعض المناطق، مثلاً يمكن استهداف المناطق أو المدن التي يتوقع المصرف أن الخدمات الإسلامية سوف تلقى رواجاً فيها، ويتيح النظام أيضاً تحديد أو استثناء المناطق السكنية داخل المدينة الواحدة، يكون الاستهداف دقيقاً بسبب استخدام خاصية الموقع الجغرافي دون الحاجة لإضافة المستخدمين معلومات سكناً لهم أو عملهم بالتحديد. يعتبر الاستهداف الجغرافي من أهم الخصائص المفيدة وخاصة لأصحاب المصارف المحلية الصغيرة.

أما الاستهداف الديمغرافي فهو يهتم بعلم السكان، وفي مجال الهواتف الذكية يقصد به تحديد الفئات العمرية والجنس (ذكر - أنثى) لإظهار المحتوى لهم، فمثلاً يمكن تحديد الذكور فقط والذين تتراوح أعمارهم بين لا 30 والـ 40 سنة، أو أي تحديد آخر بحيث يصل المحتوى لمن يهمه الأمر ومن يستفيد من الخدمة أو المنتج الذي يعرضه المصرف. هذا النوع من الاستهداف دقيق إلى حد كبير، وذلك لأن معلومات السن والجنس مطلوبة عند بداية التسجيل في تطبيقات الهاتف الذكي، وهذا يعني أن هذه التطبيقات بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي تعرف هذه المعلومات عن كل مستخدم مسجل في شبكته، لذلك يمكن للمصرف الوصول إلى الشريحة الديمغرافية التي يريد ببساطة.

ويعد فهم أثر اختلاف الجنسين عاملاً حاسماً لنجاح تجزئة السوق. ففي دراسة قام بها (T.-T. Goh, S. Sun, 2014) بحثت هذه الورقة كيف تؤثر الفروق بين الجنسين على اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بين المسلمين في ماليزيا، وقد كشفت هذه الدراسة عن نموذجين مختلفين ومثيرين للاهتمام يؤثران على قبول الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول. فالمسلمون الذكور يفضلون توجهات المكانة والقيم، أما وإن قيولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول تأثر بشكل كبير بالتعبير عن الذات. فيما يخص المسلمات الإناث فهن يفضلن التوجهات الاجتماعية والنفعية، وبالتالي فإن قيولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول قد تأثر بشكل كبير بالفائدة المتوقعة والأعراف الاجتماعية¹⁴.

2 تطوير معجم مصطلحات عبر الهاتف الذكي

أدى التطور في تكنولوجيا الهاتف المحمول إلى استخدام الهاتف ليس فقط في التواصل ولكن أيضاً إلى أنماط الحياة الشخصية الأخرى مثل طلب الخدمات والسلع، ومن بين هذه الخدمات : الخدمات المصرفية الإسلامية، غير أن الإشكال الذي يميز هذه الخدمات عن غيرها هو وجود عدد كبير من المصطلحات والمفاهيم الشرعية التي يصعب فهمها، ويفيد التوسيع في الممارسات المصرفية الإسلامية من خلال العديد من المؤسسات المالية إلى الحاجة إلى فهم المصطلحات المستخدمة في الصناعة في الوقت المناسب، بسبب ديناميكية المجال نفسه.

في هذا المجال قدم (Mohd Feham et al, 2016) بحثاً من أجل إلقاء الضوء على هذا الجانب، بهدف تطوير تطبيق معجم للمصطلحات المصرفية الإسلامية بشكل عملي وجعله يعمل على أجهزة مثل iPhone و iPad أو أي أجهزة ذكية تستند إلى Android، وقد تم استكشاف تطوير النموذج التجريبي وتجريب إمكانية الوصول من خلال الهاتف المحمول لمعجم متعدد اللغات للمصطلحات المالية والمصرفية الإسلامية (لغة

محلية-العربية-الإنجليزية). إن أي ترجمة لمصطلحات محددة في أي مجال أكاديمي تحتاج إلى تعاون بين خبراء في مجال اللغة وخبراء في مجال التخصص.

تقدم الورقة السابقة تقريراً عن نتائج مرحلة تحليل الاحتياجات، بما في ذلك تعين نوع جهاز المستخدمين وإمكانية الوصول إلى الإنترن特 وأسباب امتلاك الأجهزة المحمولة والتسليم وواجهة المستخدم والميزات المفضلة المراد تضمينها في تطبيق الجوال.

تطبيق الهاتف المحمول الخاص بقائمة المصطلحات المتعلقة بالخدمات المصرفية والمالية الإسلامية هو موجه للأكاديميين والمحترفين على حد سواء ، وإن ما يبرر إلزامية تطوير هذا النوع من التطبيقات هو عدم وجود مثل هذه الأداة في بيئه موجهة للهاتف المحمول. على سبيل ذلك، يجبأخذ احتياجات المستخدمين وفضائلهم في الاعتبار أثناء تطوير تطبيق الجوال ، ويمكن استخدام التطبيق لإشراك المستخدمين في تحسين معرفتهم بالخدمات المصرفية والمالية الإسلامية.¹⁵

3 المقاولة المسلمة والهواتف الذكية

تساهم رائدات الأعمال مساهمة إيجابية في اقتصاد الأسرة بشكل خاص، والتنمية الاقتصادية المستدامة بشكل عام. ومع ذلك، هناك قيود على حرية تنقل رائدات الأعمال للقيام بالأنشطة التجارية خارج المنزل، لا سيما في البلدان الإسلامية، وذلك بسبب الاهتمام برعاية أطفالهن، وبسبب القيم والعادات التي يتبعها المجتمع المحلي، وذلك ما يتطلب ايجاد حلول باستخدام التكنولوجيا من أجل تقليل القيود أمام النساء صاحبات المشاريع الحرة.

لقد أثبتت نتائج دراسة حديثة لـ (Lucky & syed, 2015) أن للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكذلك الخدمات المصرفية بدون فروع دوراً مهماً جداً للنساء المقاولات في ربطهن بالخدمات المالية المختلفة . يؤدي تعليم المرأة دوراً جوهرياً في تحسين المعرفة والقدرة على استخدام التكنولوجيا، بما في ذلك الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، بالإضافة إلى ظاهرة ازدياد عدد صاحبات الأعمال الحرة وتنامي القدرة على القراءة والكتابة لدى النساء في البلدان النامية مثل إندونيسيا وبنغلاديش ، كل هذا سيكون له تأثير على زيادة امتهان النساء للأعمال الحرة، والطلب على الخدمات المالية القائمة على التكنولوجيا مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمثابة خدمة إضافية أو تحويلية لرائدات الأعمال الحرة ، حيث تؤدي دوراً مهماً للغاية لمساعدتهم في الوصول إلى الخدمات المصرفية ، ليس فقط للواتي يعيشون في الريف، ولكن أيضاً في الذين يعيشون في المناطق الحضرية ، ذلك لأن خصائص النساء المشتغلات بالأعمال الحرة في البلدان النامية كونهن لسن مسؤولات فقط عن أعمالهن التجارية، ولكنها مسؤولات أيضاً عن المهام العائلية.

يجب دعم التنفيذ الناجح للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل جميع أصحاب المصلحة ، الحكومة والمصارف وقادة المجتمع... الخ، وكذلك عملية الابتكار المستمر من حيث الراحة وسهولة الاستخدام والسرعة والكفاءة والسلامة. كما أوضحت نتائج الدراسة السابقة أن رائدة الأعمال المسلمة لديها بعض العقبات

أمام أن تصبح مستدامة ، فدورهم في الاقتصاد مهم ، ويشارك معظمهم في مشروعات صغيرة ومتناهية الصغر ، إلى جانب الأعمال التجارية، فإنهم تساهمن أيضا برعاية أسرهن.

هنا الصيرفة عبر الهاتف المحمول يمكن أن تزيد من إنتاجيتها ، لذلك يجب على المصرف ومؤسسات التمويل المصغر التركيز على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال النظر في العامل المؤثر ، ينبغي أن يقوم القطاع المالي الرسمي بمزيد من التعاون مع مؤسسات التمويل الأصغر لتأسيس الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لرائدات الأعمال المحرومـات وتطويرـهن.¹⁶

خاتمة

لم تكن المصارف بمعزل عن الانتشار الواسع لاستخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال الحديثة، لقد تأثرت الصناعة المصرفية بشدة من التطورات التكنولوجية. من أهم النماذج التي طرحتها التكنولوجيا في الوقت الراهن: تقديم الخدمات المصرفية باستخدام الهواتف المحمولة أو ما يعرف بالصيرفة المحمولة (Mobile Banking)، حاولت المصارف التي تقدم خدمات إسلامية أيضا الاستفادة من هذه التكنولوجيا ومواجهة التحديات الجديدة، وبالتالي تطوير نفسها ، غير أن المصارف الإسلامية ونظراً لخصوصيتها تحتاج إلى نماذج إضافية، يجب أخذها بعين الاعتبار من طرف أصحاب المصالح، سواء كانت الحكومة أو المصارف أو حتى قادة المجتمع، من بين هذه النماذج نموذج الاستهداف الدقيق باستخدام الهاتف الذكي للأفراد والشائعات التي من الممكن أن تكون علامة محتملة للخدمات المصرفية الإسلامية . وكمثال على ذلك، تم التطرق إلى نموذجين مختلفين ومثيرين للاهتمام يؤثران على قبول الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول.

فالمسلمون الذكور يفضلون توجهات المكانة والقيم، لذا فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول تأثر بشكل كبير بالتعبير عن الذات ، أما فيما يخص المسلمات الإناث فهن يفضلن التوجهات الاجتماعية والنفعية، وبالتالي فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول قد تأثر بشكل كبير بالفائدة المتصورة والأعراف الاجتماعية، أيضا هناك الحاجة لتطوير تطبيقات لمعاجم مصطلحات خاصة بالخدمات المصرفية الإسلامية نظراً للعدد الكبير من المصلحة التقنية والشرعية التي تستخدم في هذا النوع من الخدمات.

أخيرا تم التطرق إلى نموذج استخدام الهاتف الذكي من أجل تخفيف العوائق أمام رائدات الأعمال المسلمات ، حيث تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمثابة خدمة إضافية أو تحويلية لرائدات الأعمال الحرة حيث تؤدي دوراً مهماً للغاية لمساعدتهم في الوصول إلى الخدمات المصرفية ليس فقط للواتي يعيشون في الريف ولكن أيضاً في الذين يعيشون في المناطق الحضرية ، كون النساء لسن مسؤولات فقط عن أعمالهن التجارية، ولكنها مسؤولات أيضاً عن المهام العائلية ، لذلك يجب دعم التنفيذ الناجح للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل جميع أصحاب المصلحة ، من أجل زيادة إنتاج هذه الشريحة المهمة في المجتمع.

المراجع

١- القرآن الكريم، سورة الملك، الآية 15.

٢- القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 172.

٣- القرآن الكريم، سورة النساء، الآية 29.

٤- القرآن الكريم، سورة ألم عمران، الآية 130.

٥- القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 276.

^٦- إن الإحصائيات تمأخذها من مصدرها ولا نتحمل أحقيتها من الناحية الشرعية.

7 - <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019.

8 - <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019.

^٩ عبد الهادي مسعودي، الاعمال المصرفية الالكترونية – بنوك الكترونية، نقود الكترونية، بطاقات الكترونية – ،اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص25.

^{١٠} عبد الهادي مسعودي، الاعمال المصرفية الالكترونية – بنوك الكترونية، نقود الكترونية، بطاقات الكترونية – ،اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص20.

^{١١} محمد علي خليل السميرات، رائد محمد العضايلة، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم الجنوب الاردن، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ١٤ ، العدد ١، ٢٠١٧، ص ١٨٥.

12 Alam N., Gupta L., Shanmugam B. (2017) IT in Islamic Banks. In: Islamic Finance, Palgrave Macmillan, Cham, 2017, P338.

^{١٣} إغناسيو ماس، وكبير كومار، مذكرة مركزة، الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف ولمن، العدد 48، يونيو حزيران 2008، ص ص 4-5-6 بتصريف

14 Goh, T., Sun, S. Exploring gender differences in Islamic mobile banking acceptance. Electron Commer Res 14, 435–458 (2014), P 435.

15 Mohd Feham Md, Ghalib M.F.M., Mansor Y., Dollah N., Hassan R., Omar Z., Zakaria A.W. (2016) Providing a Mobile Service for Academics and Professionals: Need Analysis for the Development of Mobile App Glossary of Terms in Islamic Banking and Finance. In: Luaran J., Sardi J., Aziz A., Alias N. (eds) Envisioning the Future of Online Learning. Springer, Singapore, 2016, P 359.

16 See Lucky Nugroho, Syed Lutful Kabir Chowdhury, Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh), Tazkia Islamic Finance and Business Review Volume 9.1, Indonesia, 2015, P 83-100.