



جامعة ابن خلدون - تيارت -

الملحقة الجامعية قصر الشلالة

ميدان التكوين: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في شعبة العلوم المالية والمحاسبية

تخصص: مالية وبنوك

بعنوان :

محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر
دراسة حالة عينة من المتعاملين مع البنوك والنوافذ الإسلامية

إشراف الأستاذ:

الدكتور: بربار نور الدين

من إعداد الطالبة:

شكيمي نور الهدى

السنة الجامعية: 2021/2020



الملحقة الجامعية قصر الشلالة



ميدان التكوين: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في شعبة العلوم المالية والمحاسبية

تخصص: مالية وبنوك

بعنوان :

محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر
دراسة حالة عينة من المتعاملين مع البنوك والنوافذ الإسلامية

إشراف الأستاذ:

الدكتور: بربار نور الدين

من إعداد الطالبة:

شكيمي نور الهدى

مقدمة أمام اللجنة المشكلة من:

أستاذ محاضر قسم "أ" جامعة تيارت رئيسا.

أستاذ محاضر قسم "أ" جامعة تيارت مشرفا ومقررا.

أستاذ محاضر قسم "أ" جامعة تيارت عضوا ممتحنا

د. عية عبد الرحمان

د. بربار نور الدين

د. لكحل الأمين

السنة الجامعية: 2021/2020

الملخص

لقد خطت البنوك التجارية خطوة كبيرة في مجال العمل المصرفي لتعاملها بالصيرفة الإسلامية سواء عن طريق تحولها إلى بنوك إسلامية أو بفتح نوافذ للمنتجات المالية الإسلامية، ويظهر ذلك جليا من خلال الانتشار الواسع لها في الجزائر حيث أصبحت منافسا للصيرفة التقليدية.

الهدف من هذه الدراسة هو معرفة وتقييم واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر ومحددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف قمنا بدراسة ميدانية لعينة من الشبابيك الإسلامية بالبنوك التقليدية بولاية تيارت معتمدين في ذلك على أداة الاستبيان.

وقد أثبتت نتائج هذه الدراسة: أن هناك تزايد كبير على الطلبات حول المنتجات المالية الإسلامية كما أن البنوك التجارية محل الدراسة تقدم بعض النوافذ للمنتجات المالية الإسلامية لكن يستوجب تطويرها وتعميمها على كل البنوك التجارية بالإضافة إلى تكوين العاملين لديها في مجال الاقتصاد الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: البنوك التجارية، البنوك الإسلامية، المنتجات المالية الإسلامية، المحددات.

Abstract :

Commercial banks have taken a big step in the field of banking by dealing with the islamic formula, whether by transforming them into Islamic banks or by opening windows for Islamic financial products. This is evident through its wide spread in algeria, where it has become a competitor to traditional banking.

The aim of this study is to know and evaluate the reality of Islamic banking in algeria and the determinate of costumers choice of Islamic financial services. For this objective, we conducted a field study of islamic options in traditional banks in the state of tiaret, using the questionnaire tool.

The results of this study have proven that there is a significant increase in requests for Islamic financial products, and the commercial banks under this study offer some options for Islamic financial products, but it is crucial to develop and circulate them to all commercial banks, in addition, training their employees in the field of Islamic economy.

Keywords : commercial banks, islamic banks, financial islamic products, determinates.

إهداء

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:

إلى من رعنتي بعيناها وكستني بحلها وعظفا إلى أحب الناس **أمي**.

إلى من علمني الحرف ومسك القلم في المهد إلى من أحسن تربيته إلي..... **أبي**
حفظه الله و أطال عمره .

إلى توأم روحي وزهرتي فؤادي أختي **كلتوم وأخي مخلوف** .

إلى سندي و إلى من يدفعني عند الفشل **عمي الشيخ**.

إلى الراحل بالجسد والحاضر بالروح والقلب **جدي** لخضر عيدة رحمة الله عليه.

إلى كافة العائلة.

إلى كل الأهل والأحباب والأصدقاء " **الخماسي** " .

إلى كل من ساندني في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد وإلى كل من تذكرته بعقلي
ونسته كتاباتي.

نور الهدى



شكر وعرفان

الحمد لله الذي أعطى كل شيء خلقه ثم هدى، نحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا
فيه

على أن وفقني في إتمام هذا العمل المتواضع.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير، إلى الأستاذ المشرف الدكتور بربار نور الدين
على

ما قدمه لي من نصائح وتوجيهات وإرشادات وتشجيعات فكان لي خير عون
وسند

في إنجاز هذه الرسالة.

كما لا أنسى أن أتوجه بالشكر إلى الأستاذ حبيب قصاص على تقديمه بد
العون لي في

إنجاز جزء من المذكرة.

كما لا أنسى شكر كل من أساتذة وعمال ملحقة قصر الشلالة، وعمال الإق
الجامعية

سعد دحلب.

وأشكر كل من ساعدني وساندني من قريب أو بعيد ولهم أسمى عبارات
التقدير.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الملخص

الإهداء

شكر وعرهان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

مقدمة عامة (أ- ز)

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول البنوك الإسلامية

03	ماهية البنوك الإسلامية	المبحث الأول
03	السياق التاريخي لظهور وتطور البنوك الإسلامية	المطلب 01
05	السياق المفاهيمي للبنوك الإسلامية	المطلب 02
06	أنواع البنوك الإسلامية	المطلب 03
09	أهداف، وظائف ومميزات البنوك الإسلامية	المبحث الثاني
09	أهداف البنوك الإسلامية	المطلب 01
13	وظائف البنوك الإسلامية	المطلب 02
16	المميزات الابتكارية والتوجهات الاجتماعية للمصارف الإسلامية	المطلب 03
18	مصادر تمويل البنوك الإسلامية والضوابط الشرعية الحاكمة لها	المبحث الثالث
18	ضوابط عمل البنوك الإسلامية	المطلب 01
21	المصادر الداخلية للأموال في البنوك الإسلامية	المطلب 02
24	المصادر الخارجية للأموال في البنوك الإسلامية	المطلب 03
26	خلاصة الفصل الأول	

الفصل الثاني: محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية

29	دراسة المحددات المرتبطة بصيغ التمويل وشرعية المنتجات	المبحث الأول
29	صيغ التمويل في البنوك الإسلامية	المطلب 01
43	المحددات الشرعية لخدمات الصيرفة الإسلامية	المطلب 02

45	هيئة الرقابة الشرعية	المطلب 03
48	المحددات التسويقية لخدمات الصيرفة الإسلامية	المبحث الثاني
48	عناصر المزيج التسويقي	المطلب 01
51	جودة المنتجات الإسلامية والتقليدية	المطلب 02
53	المنافسة بين البنوك الإسلامية والتقليدية	المطلب 03
56	المحددات الاجتماعية والبيئية وبيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر	المبحث الثالث
56	المحددات الاجتماعية والبيئية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية	المطلب 01
58	بيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر 20 - 02	المطلب 02
60	خلاصة الفصل الثاني	
الفصل الثالث: دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر		
63	تخطيط وتصميم الدراسة الميدانية	المبحث الاول
63	المعلومات ومصادر الحصول عليها	المطلب 01
66	الاختبارات الأولية لأداة القياس	المطلب 02
76	أدوات تحليل البيانات ووصف عينة الدراسة	المطلب 03
86	تحليل نتائج محاور وأبعاد الاستبيان	المبحث الثاني
86	تحليل بعد المحددات الشرعية والدينية	المطلب 01
89	تحليل بعد المحددات الاجتماعية والبيئية	المطلب 02
90	تحليل بعد المحددات التسويقية	المطلب 03
95	تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة الميدانية	المبحث الثالث
95	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى	المطلب 01
96	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية	المطلب 02
98	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	المطلب 03
99	تحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة	المطلب 04
101	خلاصة الفصل الثالث.	
خاتمة عامة (105-103)		
قائمة المراجع (111-107)		
قائمة الملاحق (149-113)		

فهرس الجداول

فهرس الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	عدد الاستبيانات الموزعة	64
02	نموذج البحث	66
03	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	67
04	معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة للمحاور	67
05	معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الأول لاستبانة الدراسة	68
06	معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الثاني لاستبانة الدراسة	70
07	معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الثالث لاستبانة الدراسة	71
08	صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة	76
09	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	77
10	توزيع أفراد العينة حسب السن	78
11	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	80
12	توزيع أفراد العينة حسب مجال الوظيفة	81
13	توزيع أفراد العينة حسب أقدمية التعامل مع المصرف أو الشباك	83
14	توزيع أفراد العينة حسب المصرف أو الشباك	84
15	مقياس ليكارت الخماسي	86
16	درجات الموافقة عن عبارات بعد المحددات الشرعية والدينية	87
17	درجات الموافقة عن عبارات بعد المحددات الاجتماعية والبيئية	89
18	درجات الموافقة عن عبارات بعد المحددات التسويقية	90
19	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى	95
20	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية	97
21	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	98
22	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة	99

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال		
الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
78	التمثيل البياني لجنس عينة الدراسة	01
79	التمثيل البياني لتوزيع سن عينة الدراسة	02
81	التمثيل البياني لتوزيع المستوى الدراسي	03
82	التمثيل البياني لمجال الوظيفة	04
84	التمثيل البياني لأقدمية التعامل مع المصرف	05
85	التمثيل البياني للمصرف أو الشباك	06

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق		
الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
112 - 111	استمارة الاستبيان	01
148 - 113	مخرجات البرنامج الإحصائي spss v23	02

مقدمة عامة

مقدمة:

تعتبر المصارف عصب الاقتصاد ومحركه الرئيسي لأنها تحفظ الأموال وتتميزها وتسهل تداولها وتخطط في استثمارها ولا يمكن إنكار الدور الإيجابي الذي يلعبه النشاط المصرفي في الخدمات والتمويل والاستثمار في مختلف النشاطات المالية والاقتصادية والاجتماعية فالمصارف اليوم تنظم علاقات المجتمع وتسهل عملية التعامل بين الأفراد والمجتمعات وتحل أكثر قضايا المعيشية سواء كان ذلك عن طريق استجابة مطالبه أو تسديد فواتيره.

وهذا وقد نشأت المصارف منذ قرون وأن معظم أهدافها مشروعة ولكنها تستخدم وسائل متعددة يتعارض بعضها مع أحكام الشريعة الإسلامية وأهدافها ومقاصدها كالتعامل بالفائدة، من هنا أدرك العملاء والمفكرون في هذا العصر ضرورة الاستفادة من النشاط المصرفي ولكن بوسائل مشروعة تتفق مع الدين عامة ومع الإسلام خاصة فبرزت فكرة المصارف الإسلامية، وهي مؤسسات مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها بالشريعة الإسلامية والمصارف الإسلامية جزء من الاقتصاد الإسلامي وبدوره جزء من النظام الإسلامي الذي يقوم على قيم إيمانية تحرم التعامل بالربا والتعدي على أموال الناس بالباطل، وتتميز بأنها متعددة الوظائف فهي تؤدي دور البنوك التجارية والبنوك المتخصصة وبأنها تتعامل بالائتمان فهي ليست مقرضة ولا مقترضة ولا تتعامل بالفائدة آخذاً وعطاءً وإنما تقدم التمويل وفقاً لصيغ مشروعة كالمضاربة والمشاركة والمرابحة...

وعلى أساس تحمل المخاطر والمشاركة في النتائج ربحاً وخسارة حيث تربطها بعملائها سواء كانوا أصحاب الموارد أو المستثمرين علاقة مشاركة ومتاجرة وليست علاقة دائنية ومديونية، ولقد اتسع نشاط المصارف الإسلامية خلال الفترة الماضية سواء من حيث زيادة عددها وانتشارها الجغرافي عدد المتعاملين معها، حجم معاملاتها حتى أصبح من الصعب تجاهل هذه النوعية من البنوك ودورها في العالم الإسلامي وخارجه فقد خاضت عدد من المؤسسات المصرفية العالمية غمار تجربة المصارف الإسلامية وهذا وفي إطار السعي لجذب الاستثمارات خاصة العربية منها حيث وضعت الحكومات مشروع قانون يرمي إلى إنشاء مصارف إسلامية.

كما تعتبر المنتجات المالية الإسلامية معقدة للغاية في طبيعتها مقارنة بالمنتجات المالية التقليدية وقد أدى النقص في الوعي إلى اختلاف الآراء حول ما تقدمه المصارف الإسلامية من منتجات وخدمات حيث لا تزال تعتبر الصيرفة الإسلامية سوقاً ناشئة، وعليه فإن جذب العملاء والاحتفاظ بهم هو أحد التحديات التي تواجه المصارف الإسلامية اليوم، لذلك تتلخص إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي:

_ ما هي محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية ؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في ما يلي:

- هل الناحية الشرعية للمنتجات الإسلامية أكبر عامل لإقبال العملاء عليها ؟
- هل توجد علاقة ارتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، والبنوك والشبابيك الإسلامية؟
- هل تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء ؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05)؟

_ فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة والتساؤلات سابقة الذكر قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- الناحية الشرعية للمنتجات الإسلامية اكبر عامل لإقبال العملاء عليها.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، ومنتجات الصيرفة الإسلامية.
- تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء .

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05).

_ أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار الموضوع بناء على مجموعة من الاعتبارات الموضوعية والذاتية يمكن تلخيصها كما يلي:

- حداثة الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال وخاصة على المستوى الوطني.
- الميولات الذاتية حول المواضيع المتعلقة بالنظام المالي الإسلامي.

_ أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة وبشكل رئيسي من أهمية الدور الذي يمكن أن يلعبه المصرف الإسلامي في إشباع حاجات قطاع كبير من العملاء المسلمين خاصة الملزمين منهم، ومن أهمية تفعيل دور المصرف الإسلامي للمشاركة في مختلف مجالات التنمية، كما أن تحديد مختلف أهم المحددات المؤثرة على نية تبني الصيرفة الإسلامية لا شك سوف يساعد تلك المصارف في زيادة قدرتها على جذب المزيد من العملاء، وبالتالي زيادة قدراتها التنافسية أمام المصارف الربوية التي جعلت من كسب رضا وولاء العميل شعارا لأنشطتها وبانتت تبتكر منتجات وخدمات جديدة بشكل مستمر.

_ أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تحديد الأهمية النسبية لتحديد العوامل المؤثرة على نية تبني الصيرفة الإسلامية لدى العملاء، وإلى تقديم مجموعة من التوصيات للمصارف الإسلامية، والتي قد تفيدها في إعداد استراتيجيات تنافسية لزيادة تبني العملاء لمنتجاتها.

_ منهج الدراسة:

حتى تستكمل الدراسة جميع الجوانب ونظرا لطبيعة الموضوع ارتأينا إتباع المنهج الوصفي التحليلي كونه يتلاءم مع الجانب النظري للدراسة، كما سيتم الاعتماد على منهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي للدراسة وذلك من خلال الاعتماد على الاستبيان كأداة لتحليل البيانات وذلك باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS 23) والمجدول (EXCEL).

_ أدوات الدراسة:

لجأ الباحث إلى الاستقصاء لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية، وذلك بالاعتماد على استمارة استقصاء ثم إعدادها في ضوء ما توصلت إليه الدراسات السابقة، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس أبعاد ومتغيرات الدراسة (1) _ غير موافق كلياً، (5) _ موافق كلياً)، كما تم التأكد من صدق أداة القياس بعرض الاستبيان على ثلاث محكمين، كما اعتمدنا على معامل ألفا كرونباخ للتأكد من صلاحية المقاييس وقد بلغت قيمة هذا المعامل 0.91.

_ حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة في:

_ **الحدود الموضوعية:** ممثلة في أهم المفاهيم المعتمدة من خلال الدراسات المتمثلة في الكتب والمجلات والدراسات السابقة: البنوك الإسلامية، الشبابيك الإسلامية و المنتجات المالية الإسلامية.

_ **الحدود المكانية:** عينة من البنوك التجارية ولاية تيارت: القرض الشعبي الوطني CPA، البنك الوطني الجزائري BNA، وبنك السلام بولاية الجلفة دائرة عين وسارة.

_ **الحدود الزمانية:** شهر أبريل _ ماي 2021/2020.

_ صعوبات الدراسة:

واجهتنا العديد من الصعوبات أثناء عملية انجاز هذه الدراسة نعرض أهمها في مايلي:

- تشعب الموضوع وشموله على عدة مواضيع مترابطة مما يصعب دراسته من كل الجوانب.
- الاختلافات الفقهية والمذهبية حول المنتجات المالية وتقسيمات صيغ التمويل.
- صعوبة في التعامل الجيد مع البرنامج الإحصائي SPSS.
- صعوبة في جمع المعلومات من عينة الدراسة.

_ الدراسات السابقة:

فيما يخص موضوع محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر وبعد الاطلاع على الأبحاث والدراسات المتعلقة بهذا الموضوع والتي سنذكرها كآتي:

1_ دراسة قام بها كل من كمال مولوج، خيرة بلحمري واسماعيل مولوج، بحث دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر.

تطرت هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد مختلف المحددات التي تجعل العميل يلجأ إلى البنوك الإسلامي ومن أهداف هذه الدراسة: تحديد العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الإسلامية ومن أهم النتائج المتوصل إليها:

- اختلاف الأهمية النسبية للعوامل المؤثرة على نية تبني الصيرفة الإسلامية لدى العملاء في الجزائر.

- وجود ثلاث عوامل ذات تأثير قوي جدا على نية تبني الصيرفة الإسلامية وهي مستوى الالتزام الديني ودرجة الثقة التي يشعر بها العملاء تجاه المصرف الإسلامي.

2_ دراسة قام بها عيشوش عبدو، بعنوان تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009/2008 .

تطرت هذه الدراسة إلى واقع تطبيق تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية ومن أهداف هذه الدراسة:

- إظهار الأهمية الكبيرة التي تكتسي التسويق المصرفي والذي يلعب دورا مهما بالنسبة للبنوك خاصة الإسلامية وذلك من خلال الكشف عن المنافع التي يمكن أن تحصل عليها باعتبارها حديثة النشأة من جهة، وعدم توافر ثقافة لدى غالبية المجتمعات الإسلامية تشجعهم على التعامل مع هذه البنوك.
- التعرف على مدى تطبيق التسويق المصرفي في البنوك الإسلامية على أرض الواقع.

3_ دراسة قام بها يوسف نجم بعنوان أهمية المسؤولية الاجتماعية في جذب الزبائن في البنوك الإسلامية، بحث معد لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصصي MBA، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.

تطرت هذه الدراسة على شرح حيثيات وممارسات وتاريخ المسؤولية الاجتماعية وتفاعلاته مع الصورة الذهنية للبنك وأيضا مع مفهوم التسويق ومن أهداف هذه الدراسة معرفة ما هي أهمية الممارسات التي تقوم بها البنوك الإسلامية في مجال المسؤولية الاجتماعية على صورة البنك الذهنية وقدرتها على جذب الزبائن بدراسة حالة بنك الشام.

_ هيكل الدراسة:

لإنجاز الدراسة، ومن أجل معالجة إشكالية البحث تم تقسيم البحث إلى ثلاث فصول، مقدمة وخاتمة وفقا لما يلي:

سيتم من خلال الفصل الأول استعراض مختلف المفاهيم العلمية النظرية المتعلقة بالبنوك الإسلامية حيث تضمن الفصل ثلاث مباحث، الأول تناول مفاهيم عامة حول البنوك الإسلامية وكذا الأسس الحاكمة لأعمالها وأنواع البنوك الإسلامية، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى أهداف

البنوك الإسلامية وظائفها ومميزاتها أما المبحث الثالث فعرض مصادر تمويل البنوك الإسلامية والضوابط الشرعية الحاكمة لها.

أما الفصل الثاني حول محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية، تضمن بدوره ثلاث مباحث، حيث يعالج المبحث الأول دراسة المحددات المرتبطة بصيغ التمويل وشرعية المنتجات بينما يتناول المبحث الثاني المحددات التسويقية لخدمات الصيرفة الإسلامية، أما المبحث الثالث فعرض المحددات الاجتماعية والبيئية وبيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر.

ومن خلال الفصل الثالث خصص للدراسة التطبيقية من خلال معالجة البيانات المجمعة عن طريق الاستبيان بواسطة البرنامج (SPSS V23) الإحصائي، ثم سنختم الموضوع بخاتمة تحتوي على أهم النتائج والاقتراحات والتوصيات.

الفصل الأول:

مفاهيم أساسية حول البنوك
الإسلامية

تمهيد:

تمثل المعاملات الشرعية السليمة البعيدة عن الربا والكسب المحرم، عماد المصرفية الإسلامية المعاصرة، فهي تعتمد على مبدأ تشارك الربح والخسارة. والدين الإسلامي يضمن للإنسان حق الامتلاك الشخصي، والملكية المكتسبة متأصلة في الاقتصاد الإسلامي وهي لا تتنافى ولا تتعارض بأي شكل من الأشكال مع الملكية الشخصية ولكن على المرء أن يمارس حق الامتلاك بما يفيد المجتمع من حوله، وفي حال ما إذا كان هناك تناقض بين حرية الامتلاك الشخصية ومصحة المجتمع، فإن مصلحة المجتمع تغلب وحكم أن القاعدة الفقهية تعطي الأولوية للمصلحة العامة على المصلحة الخاصة.

وتعد البنوك الإسلامية هيئات مالية تزاوّل الأعمال المصرفية والاستثمارية، في ميادين التجارة والصناعة والزراعة والخدمات.... الخ، وتعتبر إحدى مكونات النظام الاقتصادي في الدول التي توجد فيها، وذلك لحاجة أي نظام اقتصادي لعملية تحويل الأموال من المدخرين إلى المستثمرين، وتتم هذه العملية إما عن طريق التمويل المباشر من خلال الأسواق المالية، أو من خلال الوساطة المالية "البنوك الإسلامية" وهي محل دراستنا.

إن الهدف من هذا الفصل يتمثل في محاولة إعطاء فكرة عامة حول هذه المصارف، وهذا يستلزم منا المرور بالمباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية البنوك الإسلامية.

المبحث الثاني: أهداف، وظائف ومميزات البنوك الإسلامية.

المبحث الثالث: مصادر تمويل البنوك الإسلامية والضوابط الشرعية الحاكمة لها.

المبحث الأول: ماهية البنوك الإسلامية

منذ أن ظهرت البنوك في عالمنا الإسلامي وهي تزداد أهمية يوما بعد يوم، وذلك لأن البنوك اليوم أصبحت تعتبر ميزان التقدم الاقتصادي للدول، فكلما ازدادت إمكاناتها ونشاطاتها المالية انعكس ذلك على الاقتصاد العام للدولة، ولذا تسعى دول العالم جاهدة لمراقبة المؤسسات المالية والبنوك التابعة لها ووضع النظم والسياسات التي تكفل الحماية لها، حتى لا يتأثر النظام المصرفي العام للدولة.

ونظرا لحاجة المجتمعات الإسلامية لإيجاد صيغة للتعامل المصرفي بعيدا عن شبهة الربا وبدون استخدام سعر الفائدة، ظهرت البنوك الإسلامية التي تقوم على أحكام الشريعة الإسلامية التي تحرم التعامل بالفائدة آخذا وعطاء، وهذا ما جعلها تصنف من أهم المؤسسات التي ظهرت في الدول الإسلامية، حيث تمكنت من إثبات وجودها كبديل شرعي للبنوك التقليدية وذلك من خلال أسلوب عملها الجديد والتميز، في حين أن البنوك التقليدية يركز نشاطها أساسا على الربا المحرم شرعا.

المطلب الأول: السياق التاريخي لظهور وتطور البنوك الإسلامية

لقد أصبحت البنوك الإسلامية ضرورة من ضروريات العصر الحديث وواقعا ملموسا وفعالا تجاوز إطار الفكر النظري إلى التواجد الميداني من خلال تفاعل الفكر الاقتصادي مع أحكام الشريعة الإسلامية الأمر الذي نجم عنه نشاط تمويلي ذو طابع اقتصادي خاص من خلال، نبذ التعامل بالفائدة آخذا وعطاء، والالتزام بإتباع المنهج الإسلامي في المعاملات حيث أصبحت من ضروريات سيرورة الاقتصاد الإسلامي كل هذا دفع إلى إنشاء البنوك الإسلامية عبر كل أقطار العالم.¹ يعود تاريخ مؤسسات التمويل الإسلامي إلى عام 1940 عندما أنشأت في ماليزيا صناديق

¹ زكرياء عزري، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر وآليات تطويره ادراسة حالة لعينة من البنوك التجارية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع علوم تجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية : 2017/2018 ،ص:15.

للاذخار تعمل بدون فائدة ، وفي عام 1950 بدأ التفكير المنهجي المنظم يظهر في باكستان بوضع أساليب تمويل تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية.

إن المحاولات الجادة في العصر الحديث للتخلص من المعاملات المصرفية الربوية وإقامة مصارف تقوم بالخدمات والأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية بدأت عام 1963 م عندما أنشأت بنوك الادخار المحلية في مصر على يد الدكتور أحمد عبد العزيز النجار ، حيث كانت بمثابة صناديق ادخار توفير لصغار الفلاحين¹.

ثم تم إنشاء بنك ناصر الاجتماعي عام 1971 م بالقاهرة وعمل في مجال جمع وصرف الزكاة والقرض الحسن ، ثم كانت محاولة مماثلة في باكستان ، ثم البنك الإسلامي للتنمية بالسعودية عام 1974 م ، جاء بعده بنك دبي الإسلامي عام 1975 م ، ثم بنك فيصل الإسلامي المصري عام 1977 م أما في الأردن فقد كانت البداية بالبنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار عام 1978 م فالبنك العربي الإسلامي الدولي عام 1997 م.والآن انتشرت البنوك الإسلامية في جميع أنحاء العالم، حتى أن البنوك التقليدية العالمية عملت على فتح نوافذ أو فروع أو بنوك إسلامية مثل سيتي بنك و لويديز وغيرها مما يؤكد صلاحية النظام الاقتصادي الخالي من الفائدة للتطبيق وإمكانية تفوقه على الأنظمة الاقتصادية السائدة.كما تعتبر ماليزيا من أوائل وأكبر الدول التي تنشط فيها السوق المالية حيث تمثل الإصدارات الإسلامية فيها أكثر من ثلثي الإصدارات الخاصة في سوقها المالي ، إذ تبلغ حوالي 8,2 مليار دولار وبدأت الإصدارات فيها منذ سنة 1990 بإصدار صكوك إسلامية من قبل شركة بترول بمبلغ 500 مليون دولار، كما أصدرت شركة باوسترهد القابضة في ماليزيا صكوك بمبلغ 1,3 مليار دولار لإنشاء محطة طاقة ، ولقد كانت ماليزيا من أوائل الدول التي قامت بتنظيم التعامل بالإصدارات الإسلامية من خلال جهة رسمية أطلق عليها "سوق المالية الإسلامية الماليزية"، كما استعملت الحكومة الماليزية

¹ عماد فراح، دور البنوك الإسلامية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في شعبة علوم التسبير، تخصص مالية وبنوك، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2013/2014، ص: 27.

أذونات الخزينة مبنية على الضرائب المشاركة لتمويل المشاريع طويلة الأجل. ثم بعد ذلك توالى إنشاء البنوك الإسلامية في مختلف دول العالم، ليصل عددها إلى 285 بنكا إسلاميا في 38 دولة على مستوى العالم، على غرار فروع المعاملات الإسلامية للبنوك التقليدية والتي تقدر بأكثر من 320 بنكا عالميا، طبقا لإحصائية المجلس العام للبنوك الإسلامية الصادرة في ماي 2006.

المطلب الثاني: السياق المفاهيمي للبنوك الإسلامية:

أعطيت للبنوك الإسلامية العديد من التعاريف تقتصر من خلال هذه الدراسة على ما يلي:

البنك الإسلامي هو " مؤسسة مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع التكافل الإسلامي ويحقق عدالة التوزيع ووضع المال في المسار الإسلامي¹ ".

وتعرف المصارف الإسلامية: " بأنها مؤسسة مصرفية لا تتعامل بالفائدة "الربا" آخذا وعطاء وتلتزم في نواحي نشاطها ومعاملاتها المختلفة بقواعد الشريعة الإسلامية² ".

ويعرف أيضا البنك الإسلامي: "منظمة إسلامية تعمل في مجال الأعمال بهدف بناء الفرد المسلم والمجتمع المسلم وإتاحة الفرص المواتية له للنهوض على أسس إسلامية تلتزم بقاعدة الحلال والحرام."³ **والبنك الإسلامي يعرف أيضا بأنه** " واسطة مالية تقوم بتجميع المدخرات وتحريكها، نظير حصة من الربح في قنوات المشاركة للاستثمار بأسلوب محرر من سعر الفائدة عن طريق أساليب المضاربة والمشاركة والمتاجرة والاستثمار المباشر وتقديم كافة الخدمات المصرفية في إطار من الصيغ الشرعية نظير اجر بما يضمن القسط والتنمية والاستقرار⁴ ".

¹ عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دراسة حالة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية 2008/2009، ص: 33 .

² بريش عبد القادر، زينب خلدون، الابتكار المالي في التمويل وأهميته في تحقيق كفاءة وفعالية أداء البنوك الإسلامية، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد (02) العدد(02) ، جوان 2016 ، ص:33.

³ عيشوش عبدو، مرجع سابق، ص : 34 .

⁴ قادري محمد الطاهر، عموميات حول المصارف الإسلامية، مداخلة مقترحة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل، كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية الجزائر ، يوم 23 فيفري 2011 ، ص:09.

كما عرفه عبد الحميد عبد الفتاح المغربي بأنه: "منظمة مالية ومصرفية، اقتصادية واجتماعية، تسعى إلى جذب الموارد من الأفراد و المؤسسات وتعمل على استخدامها الاستخدام الأفضل مع أداء الخدمات المصرفية المتعددة، وتعمل على تحقيق العائد المناسب لأصحاب رأس المال كما تسهم في تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع، وتلتزم بمبادئ ومقتضيات الشريعة الإسلامية وذلك بهدف تحقيق التنمية الايجابية، الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والمؤسسات مع مراعاة ظروف المجتمع.¹

المطلب الثالث: أنواع البنوك الإسلامية:

البنوك الإسلامية لها طبيعة خاصة ومميزة، ونظرا لتشعبها وازدياد حجم معاملاتها وامتداد نشاطها وتقديم خدمات للمتعاملين مع البنك أدى على إنشاء بنوك إسلامية متخصصة، ويمكن تقسيم البنوك وفق معايير عدة نذكر منها ما يلي:

أولاً: تقسيم البنوك وفقاً للنطاق الجغرافي: ويعتمد هذا المعيار على أساس النطاق الجغرافي الذي تشمل معاملاته أو نشاط البنك الإسلامي الذي يمتد إليه، وفقاً لهذا النشاط يمكن التمييز بين هذه الأنواع من البنوك.

✓ **بنوك إسلامية محلية:** فهي تلك البنوك الإسلامية التي يتحدد نشاطها داخل حدود الدولة التي تحمل جنسيتها، بحيث يمارس النشاط فيها في الرقعة الجغرافية ولا يتعدى لخارجها .

✓ **بنوك إسلامية دولية:** وهي تلك البنوك الإسلامية التي يمتد نشاطها خارج حدود الدولة ونجد عدة أشكال للنشاطات المختلفة من بينها:

- إقامة علاقات مع البنوك التجارية الأخرى.
- إقامة مكاتب تمثيل خارجية في دول أخرى.

¹ بوحيزر رقية، إستراتيجية البنوك الإسلامية في مواجهة تحديات المنافسة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية : 2011/2012 ، ص : 112

- فتح فروع للبنك بالدول الخارجية.
 - إنشاء بنوك مشتركة مع بنوك أخرى في الخارج.
 - إنشاء بنوك خارجية تكون خاصة بالكامل للبنك الإسلامي.
- ✓ بنوك إسلامية وطنية: هي بنوك لها فروع في اغلب مناطق بلدها، تتميز بتعدد مواردها وأنشطتها.¹

ثانياً: تقسيم البنوك الإسلامية وفقاً للمجال الوظيفي: وفقاً لهذا المجال يمكننا التمييز بين ثلاثة أنواع من البنوك الإسلامية.

✓ بنوك إسلامية صناعية: وتتخصص هذه البنوك في تمويل المشاريع الصناعية وخاصة إذا امتلك البنك الإسلامي مجموعة من الخبرات في مجال إعداد الدراسات والأبحاث الخاصة بالمشاريع.

✓ بنوك إسلامية تجارية: هذه البنوك تتخصص في تقديم التمويل للنشاط التجاري، فهي تقوم بتمويل رأس مال العامل للتجار وفقاً للمبادئ الإسلامية الصحيحة.

✓ بنوك إسلامية زراعية: هذا النوع من البنوك يغلب على توظيفاته النشاط الزراعي حيث تقوم هذه البنوك بتقديم الأموال لاستصلاح الأراضي الزراعية أو إحياء الأراضي الميئة.²

✓ بنوك إسلامية عقارية: تتخصص في تمويل سوق العقار بالصيغ الإسلامية وخاصة الاستصناع.

✓ بنوك إسلامية استثمارية: تمول المؤسسات وتتعامل في الأوراق المالية ومختلف الاستثمارات، يغلب على نشاطها الطابع طويل الأجل.

وللإشارة فإن أغلب البنوك الإسلامية حالياً هي بنوك تجارية واستثمارية في ظل محدودية الأنواع الأخرى.³

¹ بوحيدر رقية، مرجع سابق، ص 114 .

² عماد فراح، مرجع سابق، ص ص : 36 . 37 .

³ بوحيدر رقية، مرجع سابق، ص: 114 .

ثالثاً: تقسيم البنوك الإسلامية وفقاً لحجم النشاط: ويتعلق هذا المعيار بحجم النشاط وبذلك يمكن التفرقة بين ثلاثة أنواع من البنوك.

✓ بنوك إسلامية صغيرة الحجم: يكون هذا النوع في المدن الصغيرة، بحيث يقتصر نشاطه على المستوى المحلي فقط، ويتخذ الطابع العائلي ويكون التمويل فيها قصير الأجل.

✓ بنوك إسلامية متوسطة الحجم: تنتشر على مستوى الدولة لتغطي احتياجات عملائها ويكون حجمها وعدد عملائها واتساع نطاقها الجغرافي أكثر من النوع السابق.

✓ البنوك الإسلامية كبيرة الحجم: لها نفوذ واسع يمكنها أن تؤثر في السوق النقدي والنشاط الاقتصادي على الصعيد المحلي وحتى الصعيد الدولي ، وتكون لديها إمكانيات تستطيع من خلالها توجيه السوق النقدي وتسمى ببنوك الدرجة الأولى.

رابعاً: تقسيم البنوك الإسلامية وفقاً للإستراتيجية المستخدمة: وتنقسم البنوك الإسلامية من حيث الإستراتيجية إلى:

✓ بنوك إسلامية قائدة ورائدة: هي بنوك متطورة جداً تستعمل تقنيات حديثة وتسعى إلى الابتكار والتجديد، وبذلك تكون في أبحاث علمية وتكنولوجية على عكس البنوك الأخرى وتكون خدمات هذه البنوك أعلى مستوى من خدمات البنوك الأخرى وربحياتها تكون أكبر ويكون حجم معاملاتها أكبر.

✓ بنوك إسلامية تابعة ومقلدة: ويتضح من اسمها أنها بتقليد ما توصلت إليه البنوك الرائدة فإستراتيجيتها تقوم على أنه إذا ما نجحت الابتكارات والأساليب التي طبقتها وما مدى فعالية هذه الأساليب وتجاوب جمهور العملاء معها، فإذا كانت ناجحة فإنها تسارع لتقليد هذه البنوك ومحاولة تقديم خدمات مصرفية مشابهة لها.¹

¹ عماد فراح، مرجع سابق، ص: 37 .

خامسا: تقسيم البنوك الإسلامية من حيث المنشأ:

إذا نظرنا إلى كيفية نشأتها فهي على شكلين هما:

✓ بنوك إسلامية أصلية المنشأ: حيث أنشئت بموجب عقود تأسيسها كبنك إسلامي كامل من البداية.

✓ بنوك إسلامية متحوّلة: وهي تلك التي كانت بنوك تقليدية ثم تحولت إلى بنوك إسلامية، وتتراوح أسباب لتحول ما بين المعاناة من مشاكل مالية أو رغبة ملاكها في ممارسة النشاط المصرفي الإسلامي.¹

المبحث الثاني: أهداف، وظائف ومميزات البنوك الإسلامية

إن المهام التي تقدمها البنوك الإسلامية أو البنوك التقليدية والتي تتمثل أساسا في دور الوساطة بين ذوي الفائض وذوي العجز المالي، والتي تتشابه إلى حد ما، لكن لا يعني بالضرورة التشابه في الأهداف والوظائف والمميزات لكل منهما.

وعلى هذا الأساس سيتم التطرق على كل من أهداف، وظائف ومميزات البنوك الإسلامية.

المطلب الأول: أهداف البنوك الإسلامية

من أهم حاجات المجتمع الإسلامية وجود جهاز مصرفي يعمل طبقا لأحكام الشريعة الإسلامية ويقوم بحفظ أمواله واستثمارها، بالإضافة إلى توفير التمويل اللازم للمستثمرين بعيدا عن شبهة الربا، وفي سبيل تحقيق رسالة المصارف الإسلامية فإن هناك العديد من الأهداف التي تؤدي إلى تحقيق تلك الرسالة وتتمثل أهداف المصارف الإسلامية في:

¹ عماد فراح، مرجع سابق، ص: 38 .

أولاً: الأهداف المالية: انطلاقاً من أن المصرف الإسلامي في المقام الأول مؤسسة مصرفية إسلامية تقوم بأداء دور الوساطة المالية بمبدأ المشاركة، فإن لها العديد من الأهداف المالية التي تعكس مدى نجاحها في أداء هذا الدور في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، وهذه الأهداف هي:

أ . جذب الودائع وتنميتها: يعد هذا الهدف من أهم أهداف المصارف الإسلامية حيث يمثل الشق الأول في عملية الوساطة المالية وترجع أهمية هذا الهدف إلى أنه يعد تطبيقاً للقاعدة الشرعية بعدم تعطيل الأموال واستثمارها بما يعود بالأرباح على المجتمع الإسلامي، وتعد الودائع المصدر الرئيسي لمصادر الأموال في المصرف الإسلامي سواء كانت في صورة ودائع استثمار أو ودائع تحت الطلب الحسابات الجارية أو ودائع ادخار وهي مزيج من الحسابات الجارية وودائع الاستثمار.

ب . استثمار الأموال: يمثل استثمار الأموال الشق الثاني من عملية الوساطة المالية، وهو الهدف الأساسي للمصارف الإسلامية حيث تعد الاستثمارات ركيزة العمل في المصارف الإسلامية أو السبيل الرئيسي لتحقيق الأرباح سواء للمودعين أو المساهمين.

ج . تحقيق الأرباح: الأرباح هي المحصلة من النشاط المصرفي الإسلامي، وهي نتائج عملية الاستثمارات والعمليات المصرفية التي تنعكس في صورة أرباح موزعة على المودعين وعلى المساهمين، يضاف إلى أن زيادة أرباح المصرف تؤدي إلى زيادة القيمة السوقية لأسهم المساهمين، والمصرف الإسلامي كمؤسسة مالية إسلامية يعد هدف تحقيق الأرباح من أهدافه الرئيسية وذلك حتى يستطيع المنافسة والاستمرار في السوق المصرفي، وليكون دليلاً على نجاح العمل المصرفي الإسلامي.¹

¹ حدي محمد عريقات، إدارة المصارف الإسلامية "مدخل حديث"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، السنة الجامعية 2010، ص: 121.

ثانياً: أهداف خاصة بالمتعاملين: للمتعاملين مع المصرف الإسلامي أهداف متعددة يجب أن يحرص المصرف الإسلامي على تحقيقها وهي على النحو التالي:

أ . تقديم الخدمات المصرفية: يعد نجاح المصرف الإسلامي في تقديم الخدمات المصرفية بجودة عالية للمتعاملين، وقدرته على جذب العديد منهم، وتقديم الخدمات المصرفية المتميزة لهم في إطار أحكام الشريعة الإسلامية، نجاحاً للمصارف الإسلامية وهدفاً رئيسياً لإدارتها.

ب . توفير التمويل للمستثمرين: يقوم المصرف الإسلامي باستثمار أمواله لديه من خلال أفضل قنوات الاستثمار المتاحة له عن طريق توفير التمويل اللازم للمستثمرين، أو عن طريق استثمار هذه الأموال من خلال شركات تابعة متخصصة، أو القيام باستثمار هذه الأموال مباشرة في السوق.

ج . توفير الأمان للمودعين: من أهم عوامل نجاح المصارف مدى الثقة فيها، ومن أهم عوامل الثقة في المصارف توافر سيولة نقدية دائمة لمواجهة احتمالات السحب من ودائع العملاء خصوصاً الودائع تحت الطلب دون الحاجة إلى تسهيل أصول ثابتة، وتستخدم السيولة النقدية في المصارف للوفاء باحتياجات سحب الودائع الجارية من ناحية واحتياجات المصرف من المصروفات التشغيلية من ناحية أخرى بالإضافة إلى توفير التمويل اللازم للمستثمرين.

ثالثاً: أهداف داخلية للبنك : وتتمثل هذه الأهداف على وجه الخصوص في النقاط التالية¹:

أ . تنمية الموارد البشرية: تعد الموارد البشرية العنصر الرئيسي لعملية تحقيق الأرباح في المصارف بصفة عامة، حيث أن الأموال لا تدر عائداً بنفسها دون استثمار، وحتى يحقق المصرف الإسلامي ذلك لابد من توافر العنصر البشري القادر على استثمار هذه الأموال ولا بد أن تتوافر لديه الخبرة المصرفية.

¹ حديبي محمد عريقات، مرجع سابق ، ص: 122 .

ب . تحقيق معدل النمو: تنشأ المؤسسات بصفة عامة بهدف الاستمرار وخصوصا المصارف حيث تمثل عماد الاقتصاد لأي دولة ، وحتى تستمر المصارف الإسلامية في السوق المصرفية، لابد أن تضع في اعتبارها تحقيق معدل نمو، وذلك حتى يمكنها الاستمرار والمنافسة في الأسواق المصرفية .

ج . الانتشار جغرافيا واجتماعيا: حتى تستطيع المصارف الإسلامية تحقيق أهدافها السابقة بالإضافة إلى توفير الخدمات المصرفية والاستثمارية للمتعاملين، لابد لها من الانتشار بحيث تغطي أكبر شريحة من المجتمع ولا يتم تحقيق ذلك إلا من خلال الانتشار الجغرافي في المجتمعات.

رابعاً: أهداف ابتكارية: حتى تستطيع المصارف الإسلامية أن تحافظ على وجودها بكفاءة وفاعلية في السوق المصرفية، لابد لها من مواكبة التطور المصرفي وذلك بالطرق التالية:

ا. ابتكار صيغ للتمويل: حتى يستطيع المصرف الإسلامي مواجهة المنافسة من جانب المصارف التقليدية في اجتذاب المستثمرين، لابد أن يوفر لهم التمويل اللازم لمشاريعهم المختلفة، لذلك يجب على المصرف أن يسعى لإيجاد الصيغ الاستثمارية التي يتمكن من خلالها إيجاد الصيغ الاستثمارية الإسلامية المختلفة التي لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية.

ب . ابتكار وتطوير الخدمات المصرفية: يعد نشاط الخدمات المصرفية من المجالات الهامة للتطوير في القطاع المصرفي، وعلى المصرف الإسلامي أن يعمل على ابتكار خدمات مصرفية لا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، ويجب على المصرف الإسلامي ألا يقتصر نشاطه على ذلك، بل عليه أن يقوم بتطوير المنتجات المصرفية الحالية التي تقدمها المصارف التقليدية بما لا يخالف أحكام الشريعة الإسلامية.¹

¹ حديبي محمد عريقات، مرجع سابق ، ص ص : 123 . 124 .

خامسا: أهداف اجتماعية:

تسعى المصارف الإسلامية إلى تقديم الخدمات الاجتماعية، فعن طريق صناديق الزكاة تعمل المصارف على تنظيم جباية الزكاة سواء من ناتج نشاطها أو من المال الذي يملكه المصرف أو المودع لديه، فإنه يعمل على إحياء فريضة الزكاة وروح التكافل الاجتماعي بين أفراد الأمة، وتقوم المصارف الإسلامية برعاية أبناء المسلمين والعجزة والمعوقين منهم، وتقديم الإعانات والدعم للطبقات الفقيرة، وكذلك توفير سبل الحياة الكريمة لغير القادرين فضلا عن إقامة المشروعات الاجتماعية الأخرى اللازمة للمجتمع وإقراضهم القروض الحسنة.

المطلب الثاني: وظائف البنوك الإسلامية:

يقوم البنك الإسلامي بمجموعة من الأنشطة والوظائف تؤدي في النهاية إلى تحقيق أهدافه أهم هذه الوظائف في النقاط التالية:

1. الوظائف المصرفية الرئيسية للبنوك الإسلامية:

يقصد بها فتح حسابات الودائع مثل الودائع الجارية وودائع استثمارية عامة وودائع مخصصة والودائع المشروطة:

أ. الودائع الجارية: هي حسابات تعطي لأصحابها الحق في الإيداع فيها والسحب منها بموجب شيكات أو أوامر دفع وذلك دون مشاركة منهم في الأرباح والخسائر التي يحققها البنك حتى أن البعض يعتبرها قرض حسن يقدمه العميل للبنك دون مقابل، فوفق لأحكام الفقهاء لا يلتزم البنك رد قيمة الوديعة ما لم يعرضها للتلف أو الفقدان من جراء سوء الإدارة، كما لا يجوز للبنك استثمار الوديعة بشكل يعرضها لمخاطر الهلاك إلا بإذن صريح بذلك من صاحبها وعلى أن يظل البنك ضامنا لها.

ب . **الودائع الاستثمارية:** يحدد المودع المشروع أو القطاع الذي يرغب توظيف الوديعة فيه، وبالتالي يكون مصير الوديعة وما يتولد عنها من ربح أو خسارة مرتبط بمصير الاستثمار الذي وُجِدَ إليه الوديعة دون مسؤولية على البنك عن أي خسائر تحدث.¹

ج . **الودائع المشروطة:** هي نوع مستحدث من الودائع تأخذ به البنوك الإسلامية التي تعمل في دول وفقا للقوانين المصرفية المطبقة على البنوك التقليدية، ويقوم البنك الإسلامي بقبول الوديعة المشروطة على أساس أنها حساب جاري يمكن استثماره لصالح العميل، إذا ما وجد البنك مشروعاً يحقق شروط المودع فإذا ما توفرت هذه الشروط تتحول الوديعة من الحساب الجاري إلى حساب المشروع الذي ينفذ باسم العميل ولصالحه وتخرج العملية كلها من دفاتر البنك، وهنا يقتصر دور البنك على تنفيذ تعليمات العميل بخصوص المشروع، ويلعب البنك الإسلامي في هذه الحالة دور أمين الاستثمار الذي تمارسه البنوك التقليدية، لذا نجد أن مجال الاستثمار الملائم للوديعة المشروطة هو المرابحة والتأجير.

2 . الوظائف غير الرسمية:

يقصد بها الأنشطة الأخرى مثل إصدار خطابات الضمان، وفتح الاعتمادات المستندية، استبدال العملة، خصم الأوراق المالية والتحويلات وأعمال المراسلة والتعامل في بعض الأوراق المالية:

أ . **خطابات الضمان:** هي نوع من المعاملات المصرفية التي تقدمها البنوك لعملائها من شركات و مؤسسات حكومية في مقابل عمولة متفق عليها لا تتجاوز 2 % أو 3 % من قيمة خطاب الضمان عن كل ثلاثة أشهر، ويتمثل خطاب الضمان في مستند يتعهد فيه البنك بأن يدفع إلى طرف ثالث عند حلول أجل معين مبلغاً معيناً يمثل التزام على عاتق العميل تجاه هذا الطرف وذلك في حالة عجز العميل أو عدم رغبته في السداد، ومن أبرز استخدامات خطاب الضمان في

¹ زكرياء عزري، مرجع سابق، ص ص : 17 . 18 .

العطاءات (مزادات أو مناقصات) وفي مقابل خطاب الضمان يطلب البنك من العميل غطاء نقدي كامل أو جزئي في الوديعة تعادل قيمتها قيمة العطاء المطلوب.

ب . خصم الأوراق التجارية: أبرز مثال لها الكمبيالة، وهي مستند مديونية بمبلغ محدد على شخص معين يستحق في تاريخ لاحق ووفقا للنظام التقليدي يجوز للدائن التقدم للبنك للحصول على قيمتها نقدا قبل تاريخ الاستحقاق في مقابل تنازل عن جزء من قيمتها ولا يزال ذلك موضع خلاف في النظام الإسلامي.¹

ج . التحويلات الداخلية والخارجية: يجوز للبنك الإسلامي القيام بالتحويلات من حساب إلى آخر وإلى بنك محلي أو أجنبي وما يستتبع ذلك من تحويل العملة المحلية إلى عملة أجنبية ويتقاضى عمولات عن ذلك، كما يقيم المصرف الإسلامي علاقة عمل مع مصرف آخر في بلد أجنبي لخدمة العملاء أو لخدمة أغراضه الذاتية، مثل خدمات أعمال المقاصة وقبض المدفوعات، وجمع المعلومات بشرط ألا تنطوي المعاملة على فوائد آخذا و عطاء.

د . التعامل في الأوراق المالية: تشمل بشكل أساسي الأسهم والسندات ولكن المصرف الإسلامي لا يتعامل بالسندات سواء كان التعامل لحساب البنك أو لحساب العميل لأنه يتضمن فوائد، كما لا يتعامل مع الأسهم الممتازة التي تحمل عادة قسيمة بنسبة محددة أو معلومة مسبقا، لكن التعامل في الأسهم العادية فهو نشاط مشروع على أساس أن حامل الأسهم يشارك في نتائج النشاط ربحا أو خسارة، على شرط أن يكون المنشأة المصدرة للسهم تتعامل في نشاط يتفق مع القوانين الإسلامية، أي يشترط للتعامل بالأسهم أن تكون لشركات عملها مباح، فلا يجوز للمصرف التعامل بأسهم الشركات التي تبيع منتجات تخالف الشريعة (السجائر والخمور.....).

هـ . بطاقات الحسم وبطاقات الائتمان: هي بطاقات التي تصدرها بعض المؤسسات المالية لعملائها ليستخدمونها في السحب من أرصدهم نقدا أو للحصول على قرض أو لدفع أثمان

¹ زكرياء عزري، مرجع سابق ، ص: 18 .

المشتريات والخدمات وتجوز هذه البطاقة حسب الفقهاء شرط ألا يشترط على حاملها فوائد ربوية في حالة تأخره عن سداد المبالغ المستحقة عليه.

و . **صناديق الأمانات:** هي عبارة عن صناديق يستطيع أي شخص أن يستأجرها ويحفظ فيها ما يشاء من الأشياء الثمينة أو النقود، تمتاز بأن المصرف لا يستطيع أن يلمس تلك الأشياء المحفوظة في تلك الخزائن، فالصندوق له مفتاحين أحدهما مع الموظف والآخر مع العميل ولا يفتح إلا بالاثنتين معا.

ي . **الاعتماد المستندي:**¹ هو تعهد مكتوب وطلب يتقدم به المتعامل من أجل سداد ثمن مشتريات بضائع من الخارج، يقوم المصرف بموجبه عن طريق المراسلين بسداد القيمة بالعملة المطلوب السداد بها، ويستعمل الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية، وهو يمثل حاليا إطارا يحظى بالقبول العام لأنه يحفظ مصلحة الأطراف جميعا من مصدريين ومستوردين، ويجب ألا تخص الاعتمادات بضاعة محرمة شرعا ولا يجب أن تقبل المصارف ضمانات كالسندات الربوية، ولا يجوز خصم كمبيالات اعتمادات القبول.

المطلب الثالث: المميزات الابتكارية والتوجهات الاجتماعية للمصارف الإسلامية

حتى تستطيع المصارف الإسلامية أن تحافظ على وجودها بكفاءة وفعالية في السوق المصرفية، لابد لها مواكبة التطور المصرفي وذلك من خلال تفعيل دور الابتكار المالي الذي يسمح لها بطرح منتجات مالية تتماشى ومع خصوصية المصرفية الإسلامية هذا من جهة ومن جهة أخرى يجب على البنوك الإسلامية أن تتميز بخدمتها للبعد الإنساني والاجتماعي ولأجل ذلك تسعى في كثير من الأحيان إلى طرح خدمات ذات أغراض اجتماعية وفي مقدمتها القرض الحسن.

¹ زكرياء عزري ، مرجع سابق ، ص : 19 .

أولاً : المميزات الابتكارية لصيغ التمويل الإسلامية : حتى يستطيع المصرف الإسلامي مواجهة المنافسة من جانب المصارف التقليدية في اجتذاب المستثمرين، لابد أن يوفر لهم التمويل اللازم لمشاريعهم المختلفة، لذلك يجب على المصرف أن يسعى لإيجاد الصيغ الاستثمارية التي يتمكن من خلالها إيجاد الصيغ الاستثمارية الإسلامية المختلفة التي لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية¹.

ثانياً: المميزات الابتكارية لتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية: يعد نشاط الخدمات المصرفية من المجالات الهامة للتطوير في القطاع المصرفي، وعلى المصرف الإسلامي أن يعمل على ابتكار خدمات مصرفية لا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، ويجب على المصرف الإسلامي ألا يقتصر نشاطه على ذلك، بل عليه أن يقوم بتطوير المنتجات المصرفية الحالية التي تقدمها المصارف التقليدية بما لا يخالف أحكام الشريعة الإسلامية.

ثالثاً: المميزات الاجتماعية للخدمات المالية الإسلامية:

تسعى المصارف الإسلامية إلى تقديم الخدمات الاجتماعية، فعن طريق صناديق الزكاة تعمل المصارف على تنظيم جباية الزكاة سواء من ناتج نشاطها أو من المال الذي يملكه المصرف أو المودع لديه، فإنه يعمل على إحياء فريضة الزكاة وروح التكافل الاجتماعي بين أفراد الأمة، وتقوم المصارف الإسلامية برعاية أبناء المسلمين والعجزة والمعوقين منهم، وتقديم الإعانات والدعم للطبقات الفقيرة، وكذلك توفير سبل الحياة الكريمة لغير القادرين فضلا عن إقامة المشروعات الاجتماعية الأخرى اللازمة للمجتمع وإقراضهم القروض الحسنة².

¹ بريش عبد القادر، مرجع سابق، ص: 37 .

² حديبي محمد عريقات ، مرجع سابق ، ص ص: 121 . 124.

المبحث الثالث: مصادر تمويل البنوك الإسلامية والضوابط الشرعية الحاكمة لها

البنوك الإسلامية مثلها مثل باقي المنظمات الأخرى لا يمكنها ممارسة أعمالها التي وجدت من أجلها إلا انطلاقاً من موارد مالية موجودة مسبقاً وتعود لملاك البن، وتلعب الموارد الداخلية أو الذاتية دوراً كبيراً نظراً لاعتماد البنك عليها في بداية نشاطه، وتتدعم أكثر بالموارد الخارجية التي يحصل عليها من المودعين بمختلف أنواعهم، ليتشكل للبنك الإسلامي ما يسمى بالموارد المتاحة له والتي يمكن من خلالها الحكم على المركز المالي له ومدى قوته ومثابته، وبطبيعة الحال فإن لموارد البنوك الإسلامية خصائص مميزة تجعلها تختلف عن تلك الموجودة على مستوى البنوك التقليدية، وسوف نتناولها في هذا المبحث.

المطلب الأول: ضوابط عمل البنوك الإسلامية:

عمل البنوك الإسلامية مبني على أسس متينة و قوية وواضحة مستمدة من أحكام الشريعة الإسلامية وتوجيهاتها، وصياغة هذه الأسس بهدف الحرص على سلامة نشاط البنوك الإسلامية بما يتماشى مع الشريعة الإسلامية ونقتصر على طرح الضوابط التالية:¹

أولاً: المنهج الإسلامي:

يلتزم البنك الإسلامي بأحكام الشريعة الإسلامية في جميع المعاملات التي يؤديها سواء في عمليات حفظ أمواله ومدخرات الأفراد وتشغيلها، أو توظيف العائد المحقق في تشغيل هذه الأموال والامتناع عن الأنشطة المحرمة. وتستعين البنوك الإسلامية بهيئة الرقابة الشرعية بإيضاح الحكم الشرعي فيما يعرض عليها من مسائل مالية ومصرفية، وتستمد هيئة الرقابة الشرعية وجودها من الجمعية العمومية للبنك ولا يجب على هيئة الرقابة الشرعية أن تصنف الأنشطة إلى شرعية، بل عليها أن تقدم البدائل الشرعية لتلك الخدمات المنافية للشرع.

¹ مقالتي عليمه، البنوك الإسلامية في الجزائر بنك البركة نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، شعبة القانون الخاص، تخصص القانون الخاص الشامل، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية السنة الجامعية: 2014/2015، ص: 31.

ثانيا: اقتران رأس المال بالعمل :

تقوم البنوك الإسلامية باستقبال الأموال على أساس المضاربة وذلك من خلال حسابات الاستثمار ثم يقوم البنك باستثمار تلك الأموال باستخدام الصيغ القائمة على المشاركة في الأرباح وبالتالي تأمين عائد ايجابي على استثماراتها ، وبهذا يصبح العائد على رأس المال الذي تقرضه المصارف وعائده متوقفين على ناتج المشروع ، وعليه فإن تحقيق مقصد الشارع في تداول المال هو أعظم مقاصده ، وقد سعى الإسلام على تحقيق ذلك من خلال تحريم تعطيل المال مثل الاحتكار والربا والاكنتاز كما أن الزكاة تدل على وجوب تنمية المال واستثماره.¹

ثالثا: الصفة التنموية:

يمكن للمصرف الإسلامي القيام بوظيفة التنمية ولو إلى حد ما ،حتى في حالة قيامه في اقتصاد غير إسلامي عن طريق تدعيم الوعي الادخاري بين المسلمين ، والقيام بالأنشطة الاستثمارية التي تميزها من غيرها من المصارف ، بالإضافة إلى قيامها بأنشطة اجتماعية تهدف في النهاية إلى زيادة التكافل الاجتماعي ، وإيجاد مجتمع متكافل متراحم تسود أبنائه المودة والرحمة والإخاء.وفيما يأتي استعراض سريع لأهم المبادئ التي يقوم المصرف الإسلامي على أساسها والتي تشمل على وجه الخصوص :

✓ **تدعيم الوعي الادخاري:** ينطلق المصرف الإسلامي في اجتذابه للمدخرات والعمل على زيادة حجمها من معتقدات ثابتة ومفاهيم واضحة ومحددة المعالم، وذلك باعتبار أن النقد في نظر الفكر الاقتصادي الإسلامي وسيلة وليست سلعة، أي أنها وسيلة لتحقيق تبادل المنافع ومقياس للقيم باعتبارها أداة لتسوية المدفوعات وتقاضي الديون بين الأفراد ، وليست سلعة تباع وتشتري لتحقيق كسب معين، ذلك لأنه كما هو معروف في علم الاقتصاد أن النقود مشتقة من قيامها بعملية التبادل ، هذا إضافة إلى كون هذه الوسيلة (النقود) متاحة لكل الأفراد وأمام الجميع.

¹ مقالاتي علمية ،مرجع سابق، ص: 32.

✓ القيام بالأنشطة الاستثمارية المباحة التي تساعد على دعم الاقتصاد الوطني ودفع الخطط التنموية إلى الأمام:

سبق أن ذكرنا أن المصارف الربوية تعتمد على الفروق التي تحصل بين الفوائد التي تعطىها للمودعين والفوائد التي تأخذها من المقترضين، وبما أن المصارف الإسلامية لا تتعامل بالفوائد الربوية آخذاً وعطاءً لذلك فإن السبيل الوحيد الذي يبقى أمامها هو الاستثمار، سواء كان مباشراً تقوم به هذه المصارف بنفسها أو بوساطة مستثمرين آخرين تعتمد عليهم في ذلك. ومن هنا يصبح الاستثمار بالنسبة لهذه المصارف مسألة حتمية، يتوقف عليه وجودها أو عدمه إذ يعتبر الاستثمار بمثابة العمود الفقري بالنسبة لهذه المصارف.

✓ توسيع مهامها لتشمل الجانب الاجتماعي، وعدم الاقتصار على الجانب الاقتصادي:

تسعى المصارف الإسلامية إلى تجسيد الاقتصاد الإسلامي تطبيقاً عملياً، ومن خلال الادخار وتنمية الوعي الادخاري لدى أفراد المجتمع، يقوم المصرف الإسلامي بمنح قروض حسنة لصغار المنتجين والحرفيين من أجل تفجير طاقات المجتمع عن طريق تزواج المال والعمل.¹

رابعاً: التجارة والاستثمار:

تعتبر التجارة والاستثمار من أبرز أنشطة البنوك الإسلامية إذ أنها المصدر الرئيسي لتوليد إيراداتها وهما الأداة التي تعكس مساهمتها في الجهد الإنمائي للمجتمع والتجارة والاستثمار في البنوك الإسلامية تعد تجارة واستثماراً حقيقياً لأن محل التعامل أصول وموجودات حقيقية، وليس مجرد أصول مالية، فكل وحدة مالية يبيثها البنك الإسلامي يرتبطان ارتباطاً وثيقاً بطبيعة الأنشطة أو الأصول الممولة.

¹ حديبي محمد عريقات، مرجع سابق، ص ص : 116 . 120 .

ويتضح في جميع أساليب الاستثمار سواء كانت تمويل بالمشاركة أو المضاربة أو المرابحة وغيرها فإن الاستثمار الإسلامي تحكمه الضوابط والمبادئ الإسلامية التي تدور في قواعد الشريعة ومن أهمها قاعدة لا ضرر ولا ضرار وغيرها من القواعد ذات الصلة.

خامسا: الأساس الاجتماعي:

تهتم البنوك الإسلامية بتحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع بمختلف السبل وخاصة من حلال صناديق الزكاة التي تمول عن طريق الموارد المتعددة والتي يتمثل أهمها في الزكاة المفروضة شرعا على رأس مال البنك وأرباحه. توجه البنوك الإسلامية هذه الموارد إلى مصارفها الشرعية في صورة نقدية أو عينية لمختلف الأشخاص الطبيعية أو المعنوية المستحقين كالفقراء والمساكين والمساجد..... الخ، فضلا عن اهتمام إدارة البنوك الإسلامية بالقروض الحسنة الإنتاجية والاجتماعية، والنقدية والمساهمة في المشروعات الاجتماعية التي لا تهدف إلى ربح. إن هذه الأنشطة الاجتماعية تساعد على تحقيق التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع وتدعيم البنية الاجتماعية المحيطة به.¹

المطلب الثاني: المصادر الداخلية للأموال في البنوك الإسلامية

تقوم المصارف بصفة عامة على الوساطة المالية، لا فرق في ذلك بين مصرف إسلامي وغير إسلامي، ذلك أن جميعها مؤسسات مالية تقدم خدمات مالية، وبالتالي يمثل الجانب المالي منها أهم مصادر تسييرها وإدارتها وتقديمها لوظائفها وخدماتها ومن هنا حتى تقوم المصارف الإسلامية بممارسة نشاطها، وبفاعلية كاملة يتعين أن يتوفر لديها كم مناسب من الموارد المالية النقدية، وإن كان يجب القول أن موارد المصرف الإسلامي متنوعة ومختلفة، وعلى قدر هذا التنوع والاختلاف والتزايد تحتاج المصارف الإسلامية إلى جهود غير عادية من أجل حسن تعبئة هذه

¹ مقالاتي علمية، مرجع سابق، ص: 33 . 34

الموارد. وسنتطرق في هذا المطلب إلى المصادر الداخلية للأموال في المصارف الإسلامية والتي تشمل على¹:

أولاً: رأس المال:

يعتبر رأس المال مصدراً ضرورياً وحتمياً لبداية عمل المصرف الإسلامي، وكلما كانت نسبته كبيرة ساعد ذلك على كسب ثقة المودعين واعتبر درعاً واقياً للمصرف يحميه من التعرض للمخاطر المفاجئة. يتكون رأس مال المصارف الإسلامية من الأموال المدفوعة من المؤسسين والمساهمين عند إنشائه مقابل القيمة الاسمية للأسهم المصدرة، أو مقابل زيادة رأس المال والتي تلجأ إليها المصارف من أجل توفير مصادر تمويل داخلية ذات آجال طويلة.

ثانياً: الاحتياطات:

تحتفظ كل البنوك ببعض الأموال التي إكتتبها بوضعها ودائع في حساب لدى البنك المركزي فالاحتياطات هي هذه الودائع مضاف إليها العملة التي تحتفظ بها البنوك مادياً حيث تعتبر الاحتياطات مصدر من مصادر التمويل في المصارف الإسلامية شأنها في ذلك شأن المصارف التقليدية كما أنها واجبة للحفاظ على رأس المال كاملاً والمعروف في الفقه الإسلامي أنه لا ربح إلا بعد سلامة رأس المال. وتشتمل الاحتياطات على الأنواع التالية²:

- ✓ **الاحتياطي القانوني:** هو ذلك الاحتياطي الإلزامي الذي يفرضه البنك المركزي أو القانون على المصارف للوقاية من الخسائر الناجمة عن عمليات المصرف التشغيلية.
- ✓ **الاحتياطي الاختياري:** هو مجموع المبالغ التي يقتطعها المصرف من أرباحه السنوية الصافية اقتراحاً من مجلس إدارته.

¹ سارة بن حيزية، أساسيات الصيرفة الإسلامية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2011/2012 ، ص: 48 .

² المرجع نفسه ، ص: 48 .

✓ الاحتياطي الخاص: يجوز للهيئة العامة للمصرف بناء على اقتراح مجلس إدارتها أن تقرر سنويا اقتطاع ما لا يزيد عن 20% من أرباحها الصافية عن تلك السنة "احتياطيا خاصا" لاستعماله لأغراض الطوارئ أو التوسع، أو لتقوية مركز المصرف المالي ومواجهة المخاطر التي قد يتعرض لها.

ثالثا: الأرباح المحتجزة:

يقصد بالأرباح المحتجزة تلك الأرباح الفائضة أو المتبقية بعد إجراء عملية توزيع الأرباح الصافية للمصرف وتحتجز الأرباح بصفة عامة في المشروعات لأسباب مختلفة وهي تمثل جزءا من حقوق المساهمين ويرى البعض فيها وسيلة للحصول على الأموال اللازمة للاستثمار داخليا وهي مبالغ مؤقتة بطبيعتها حيث يتم حسابها عند تقرير الموارد المتاحة للاستخدام أو التوظيف.

رابعا: المخصصات والمصادر المختلفة الأخرى:

ويعرف المخصص بأنه مبلغ يخصم أو يحتجز من أجل الاستهلاك أو مقابلة النقص في قيمة الأصول أو من أجل مقابلة التزامات معلومة لا يمكن تحديد قيمتها بدقة تامة، والمخصص عبئ يجب تحمله على الإيراد سواء تحققت الأرباح أم لم تتحقق ونفرق هنا بين نوعين وهما مخصصات استهلاك الأصول، ومخصص مقابل الديون المشكوك فيها¹.

أما المصادر المختلفة الأخرى: فهناك موارد أخرى تتاح لدى المصارف الإسلامية مثل القروض الحسنة من المساهمين والتأمين المودع من قبل العملاء كغطاء اعتمادي مستندي أو غطاء خطابات الضمان وقيمة تأمين الخزائن الحديدية المؤجرة.

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق، ص: 49.

المطلب الثالث: المصادر الخارجية للأموال في المصارف الإسلامية

هناك خمس مصادر خارجية للأموال لدى المصارف الإسلامية وهي: الودائع، صكوك التمويل الإسلامية، صناديق الاستثمار، أرصدة تغطية خدمات الاعتمادات المستندية والكفالات المصرفية وخطابات الضمان والكمبيالات الائتمانية، موارد صناديق الزكاة والصدقات والخدمات والتبرعات.

وتعتبر هذه المصادر بمثابة خدمات مصرفية يقدمها المصرف الإسلامي لعملائه، وبالتالي يتحقق له منها عائداً وأجراً أو عمولة مشروعة وفيما يلي تفصيل لهذه المصادر. ونظراً للتطرق إلى الودائع في المبحث السابق فسوف لن نتطرق لها ونتطرق إلى المصادر الأخرى فقط.

أولاً: صكوك التمويل الإسلامية "صكوك الاستثمار":

صكوك التمويل الإسلامية صيغة تمويلية جديدة مبعثها فقه المعاملات في الشريعة الإسلامية وهي آلية تمويلية تتجه نحو ما افنقدته البنوك الإسلامية من الشراكة الحقيقية بين عوامل الإنتاج في التمويل بصيغ المضاربة والمشاركة عن التمويل بالمرابحة والتي اعتمدت عليه أكثر من البنوك الإسلامية وتتبع فكرة استصدار الصكوك الإسلامية من صيغ المعاملات الشرعية المعهودة من إجارة وسلم واستصناع ومضاربة وغيرها¹.

ثانياً: صناديق الاستثمار الإسلامية:

هي صناديق تحقق رغبة صغار المستثمرين فضلاً عن كبارهم في توفير أدوات مالية إسلامية تتيح لهم استثمار أموالهم استثماراً شرعياً وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية.

ثالثاً : أرصدة تغطية خدمات الاعتمادات المستندية والكفالات المصرفية والبطاقات الائتمانية وخطابات الضمان: تقدم المصارف الإسلامية خدمات الاعتمادات المستندية والكفالات المصرفية

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق ، ص: 49 .

والبطاقات الائتمانية والكفالات وخطابات الضمان المحلية والخارجية على أن يقوم العميل قيل أداء الخدمة بإيداع مبلغ نقدي معين كغطاء للالتزامات المصرف عن هذه الخدمات وتعتبر هذه الأرصدة مصدرا من مصادر أموال المصرف الخارجية التي قد يستفيد المصرف الإسلامي منها في توظيفها توظيفات قصيرة الأجل يمكن تسهيلها بسرعة لمواجهة طلبات العملاء كونها موارد تحت الطلب¹.

رابعا: أموال الزكاة والصدقات والهبات والدعم والمنح:

مثل أموال الزكاة والصدقات والهبات والدعم والمنح مصدرا خارجيا مهما للمصارف الإسلامية، ونخص بالذكر أموال الزكاة التي ينفرد بها المصرف الإسلامي عن سائر المصارف الأخرى والتي يقوم بتحصيلها من أموال المصرف وعلى ناتج نشاطه وكذلك الزكاة الناجمة عن استثمارات العملاء لأموالهم أو الاحتفاظ بها لدى المصرف بعد موافقتهم طبعاً والزكاة المقدمة من قبل الأفراد والمؤسسات والهيئات الأخرى غير المتعاملة مع المصرف.

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق، ص: 49 .

خلاصة الفصل الأول:

يمكننا استخلاص أن البنوك الإسلامية هي عبارة عن جهاز مالي يستهدف تحقيق التنمية، ويعمل في إطار الشريعة الإسلامية، ويسعى إلى تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع، فهي تعتبر جهاز تنموي لتحقيق الأهداف الاقتصادية لكن مع مراعاة الأبعاد والمصلحة الاجتماعية إذ أنها تقوم به وظيفة الوساطة المالية التي تحترم أسس الشريعة الإسلامية في تسيير المعاملات، كما أنها تقوم بخدمة المجتمع وتستهدف تحقيق التنمية فيه، وتقوم بتوظيف أموالها بأرشد السبل إذ أنها تدريب للأفراد على ترشيد الإنفاق والادخار ومساعدتهم في تنمية أموالهم بما يعود عليهم وعلى المجتمع بالنفع والمصلحة.

الفصل الثاني:

محددات اختيار العملاء

للخدمات المالية الإسلامية

تمهيد:

العلاقة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية تعتمد على طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الدولة فعندما يكون النظام الاقتصادي القائم هو نظام إسلامي يعتمد على الأسس الإسلامية في جميع تعاملاته الاقتصادية، تلتزم البنوك الإسلامية فيما بينها ومع البنك المركزي في الأحكام والقواعد الشرعية، في حين تعتبر هذه العلاقة تكاملية في نظام اقتصادي غير إسلامي، إذ توجد أعمال وأنشطة لا يمكن للبنوك التقليدية ممارستها في حين يمكن للبنوك الإسلامية تقديمها، وكذلك تستطيع البنوك الإسلامية جذب مدخرات العملاء الذين لا يتعاملون مع البنوك التقليدية من منطلق ديني، ولذلك فإن وجود بنوك إسلامية يساهم في توظيف أموال هذه الشريحة من المدخرين في العملية الاقتصادية.

إن الهدف من هذا الفصل هو معرفة محددات اختيار العملاء للخدمات والتمويلات الإسلامية، وهذا يستلزم المرور بالمباحث التالية:

- المبحث الأول: دراسة المحددات المرتبطة بصيغ التمويل وشرعية المنتجات.
- المبحث الثاني: المحددات التسويقية لخدمات الصيرفة الإسلامية.
- المبحث الثالث: المحددات الاجتماعية والبيئية وبيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر.

المبحث الأول: دراسة المحددات المرتبطة بصيغ التمويل وشرعية المنتجات

يعد التوظيف والاستثمار أساس عمل البنك الإسلامي، باعتبار أن البنك الإسلامي بنك استثمار وأعمال بالدرجة الأولى، ويتم ممارسة هذا التوظيف في إطار القواعد الشرعية الإسلامية الحاكمة لمعاملات البنك، وذلك باستخدام عدة صيغ تمويلية إسلامية معترف بها ومجازة بالشكل الذي يفي حاجة جميع المعاملات الاقتصادية الإسلامية، وتحقق من خلالها التنمية في جميع المجالات.

المطلب الأول: صيغ التمويل في البنوك الإسلامية

على الرغم من كثرة التبويبات التي وضعها الباحثون حول صيغ التمويل الإسلامية، إلا أن التبويب الأكثر أهمية هو تبويبها بحسب صفة وطبيعة هذه الصيغ، ولذلك تضمن هذه المطلب الصيغ القائمة على المشاركات، الصيغ القائمة على البيوع والصيغ القائمة على التبرع.

أولاً: الصيغ القائمة على المشاركة

مبدأ المشاركة مبدأ قديم ومعروف وهو يتضمن بشكله التعاقدى اشتراك عدد من الأشخاص في مشروع بقصد الربح، ويكون ذلك بخلط أموالهم وجهودهم معا في الشركة، والتطبيق التمويلي لهذا المبدأ في المصارف يتخذ أشكالا تتمثل في:

1 - المضاربة:

تعريف المضاربة لغة: اسم مشتق من الضرب في الأرض.

اصطلاحاً: اتفاق بين طرفين يقدم أحدهما المال والآخر العمل، على أن يقتسما في الأخير الأرباح حسب الاتفاق أما الخسارة فيتحملها صاحب المال وحده، وصاحب العمل يكفيه خسارة جهده ووقته.

أعضاء المضاربة الإسلامية:

المودع: بوصفه صاحب المال.

المستثمر: بوصفه عاملاً ونطلق عليه اسم العامل أو المضارب.

المصرف: بوصفه وسيطاً بين الطرفين ووكيلاً عن صاحب المال في الاتفاق مع العامل.¹

شروط التمويل بالمضاربة:

يضع البنك شروطاً للمضاربة حتى تكون مطابقة للشريعة الإسلامية، وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

- ينبغي أن يكون رأس مال المضاربة محددًا ومعروفًا عند إبرام العقد بين الطرفين.
- يجب أن يكون رأس مال المضاربة موضوعاً تحت التصرف، وهكذا فالديون أو كل الأموال الأخرى غير الموضوعة تحت التصرف عند إبرام العقد لا يمكنها أن تؤخذ بعين الاعتبار كتقديم في هذا النوع من العمليات.
- إن الشريك المضارب لا يمكنه استعمال رأس مال المضاربة خارج موضوع العقد المحدد إلا في حالة الترخيص الصريح من مقدم الأموال (البنك)، وكل خرق للبنود التعاقدية يعطي الحق لهذا الأخير بالمطالبة برأس ماله مقابل حصته في الأرباح المحققة، وفي حالة الخسارة يتحمل المضارب لوحده كل النتائج.
- يمكن لمقدم الأموال (البنك) مطالبة المضارب بتقديم كل الضمانات الشخصية أو العينية لحماية نفسه من أخطار تحويل التمويلات وخرق الالتزامات التعاقدية والأخطاء المهنية الفادحة، وعلى الرغم من هذا فإنه لا يمكن التنفيذ على الضمانات إلا إذا تحققت الحالات المذكورة أعلاه.

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق، ص: 53 . 54

▪ تحدد حصة الأرباح العائدة لكل طرف عند إبرام العقد، وتحتسب بالحصر مقارنة بنتائج العملية.¹

أنواع التمويل بالمضاربة: تنقسم المضاربة إلى عدة أنواع هي:

1 - حسب عدد المشاركين:

المضاربة الثنائية: وتسمى أيضا بالمضاربة الخاصة، ويعني هذا النوع من المضاربة وجود شخص واحد يقدم المال وشخص آخر يقوم بالعمل، أي العقد يكون بين طرفين بغض النظر إن كانا طبيعيين أو اعتباريين، وتجدر الإشارة هنا إلا أن هذا النوع يصعب استخدامه في البنوك الإسلامية، نظرا لكونها لا تلائم طبيعة عملها الذي يستلزم مزج أموال المضاربة (خلط أموال البنك مع أموال المودعين).

المضاربة الجماعية: وتسمى أيضا المضاربة المشتركة، وفيها تتعدد الأطراف المشاركة في المضاربة سواء من ناحية أصحاب العمل أو أصحاب رأس المال أو كليهما معا.

- حسب حرية المضارب في التصرف:

المضاربة المطلقة: تدعى أيضا بالمضاربة المفتوحة، حيث تتميز بخلوها من القيود التي يمكن أن يفرضها رب المال على المضارب سواء من حيث نوعية التجارة أو نوعية الأشخاص الذين يتاجر معهم أو زمان ومكان القيام بهذه التجارة، وهذا يعني أن للمضارب الحرية المطلقة في استثمار المال في أي مشروع بدون تدخل من جانب رب المال، حيث يعتمد في تسييره لهذا المال على إدارته ومعرفته الشخصية، وبالطريقة التي يراها هو مناسبة للحفاظ على المال وتحقيق الأرباح.

¹ ركيبي كريمة، صيغ التمويل في البنوك الإسلامية، دراسة حالة بنك البركة الجزائري "وكالة تيزي وزو 2005 . 2014"، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد والحاج، البويرة، السنة الجامعية 2014/2015، ص ص: 95 . 96 .

المضاربة المقيدة: وهي التي يتم فيها تقييد المضارب في عمله، كتحديد نوع العمل، المكان والزمان صفة العمل، نوعية الأشخاص الذين يتعامل معهم، حيث لا بد وأن يتم الاتفاق على هذه الشروط قبل إبرام عقد المضاربة أو على الأقل قبل صرف مال المضاربة في المشروع، وهذا ما يعبر عنه في البنوك الإسلامية بالاستثمار المخصص.¹

مزايا ومخاطر التمويل بالمضاربة

1 - مزايا التمويل بالمضاربة: من أهم مزايا التمويل بالمضاربة مايلي:

- إتاحة الأسلوب الشرعي الملائم للمستثمرين للحصول على التمويل اللازم بناء على عامل المشاركة في المخاطر.
- التأليف بين عنصري الإنتاج وهما العمل والمال، ففي حين يوجد الكثيرون ممن يملكون المال، ولا يقدرّون على توظيفه وتشغيله لعدم توافر الخبرة أو الجهد، يوجد آخرون يملكون الخبرة ويستطيعون تقديم الجهد ولكنهم يفتقدون المال اللازم للنشاط.
- إن التمويل بالمضاربة يتناسب تماما مع الحرفيين الصغار، ومع الأفراد الذين يملكون الخبرة والقوة والرغبة في القيام بعمل اقتصادي ولا تتوفر لديهم الموارد الكافية.

2 - المخاطر التي تتعرض التمويل بالمضاربة: من أهم المخاطر التي تواجه التمويل بالمضاربة مايلي:

- المخاطر الناتجة عن عدم دفع الشريك نصيب البن من الأرباح، أو التأخر في الدفع.
- المخاطر الناتجة عن تذبذب الأسعار ارتفاعا وهبوطا.
- مخاطر السمعة نتيجة عدم التزام الشريك بالضوابط الشرعية.

¹ عيشوش عبدو، مرجع سابق، ص: 30 .

- المخاطر الناتجة عن تجاوز المدة الكلية للتمويل دون إتمام الصفقة.¹

2 - المشاركة

تعريف المشاركة لغة: تعني الاختلاط، أي خلط المالين بحيث لا يتميزا عن بعضهما البعض وقد تعني أيضا عقد الشركة لأنه سبب الخلط.

اصطلاحا: المشاركة عقد بين اثنين فأكثر، أن يكون رأس المال (الأصل) والريح مشتركا بينهم والخسارة إن وجدت تقسم بين الشركاء بنسبة مساهمة كل شريك.

أركان المشاركة: أركان المشاركة ثلاث وهي:

- العاقدان: وهما طرفا العقد.

- صيغة العقد: الصيغة التي تتم بين العاقدين (الإيجاب والقبول).

- محل العقد: موضوع العقد (المال والعمل).²

شروط صحة المشاركة: حتى تكون المشاركة صحيحة لابد أن تتوفر فيها شروط نذكرها في :

1 - الشروط الخاصة برأس المال:

- أن يكون رأس المال معلوما من حيث المقدار والنوع والجنس.
- أن لا يكون جزء من رأس المال ديناً لأحد الشركاء في ذمة الشريك الآخر.
- عدم جواز خلط المال الخاص لأحد الشركاء بمال المشاركة.
- لا يشترط تساوي أنصبة الشركاء في رأس المال.

¹ فلة بن زاوي، دور البنوك الإسلامية في تعبئة الموارد المالية للتنمية الاقتصادية، دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي السوداني (2013/2008)، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، السنة الجامعية 2015/2014، ص ص : 53 - 54 .

² حشوف نسيم، أهمية التمويل بالمشاركة في المصارف الإسلامية، بحث مقدم للملتقى الوطني حول المصارف الإسلامية، واقع وأفاق.

ب - الشروط الخاصة بتوزيع الأرباح:

- يحدد عقد المشاركة قواعد توزيع نتائج المشاركة بين الأطراف المختلفة بوضوح تام ربحاً كانت هذه النتائج أو خسارة.

- في حالة وقوع خسارة ليست بسبب تقصير أو مخالفة من جانب الشريك القائم بالإدارة والعمل، فإن هذه الخسارة يتحملها الشركاء حسب نسبة حصته في رأس المال، ولا يجوز الاتفاق على توزيعها بنسب أخرى كما هو الحال في توزيع الأرباح.¹

أنواع صيغ التمويل بالمشاركة: تنقسم صيغ المشاركات الإسلامية في تمويل النشاطات الاستثمارية إلى قسمين ألا وهما:

أ - **المشاركة في رأس المال:** ويستعمل هذا الأسلوب التمويلي في المصارف الإسلامية، حيث يشارك المصرف الإسلامي في تمويل مشروع، بنسبة من رأس المال، ومن ثم يصبح شريكاً في ملكية المشروع أو الشركة وله الحق في الإدارة والإشراف حسب حصته في رأس المال.

ب - **المشاركة الثابتة:** تسمى المشاركة ثابتة عندما يدخل شريكين أو عدة شركاء في تمويل مشروع في إطار القواعد الشرعية الحاكمة لعملية المشاركة، ويترتب عليها أن يكون المصرف شريكاً ليس فقط في رأس المال ولكن أيضاً في إدارة المشروع والإشراف عليه، أما نتائج هذه المشاركة فهي تتوزع بين أطرافها كل حسب حصته في رأس المال، سواء في حالة الربح أو الخسارة، مع تخصيص جزء من العائد للشريك القائم على إدارة الشركة.

ج - **المشاركة المنتهية بالتمليك:** فيها يمول المصرف الشركة بجزء من رأس المال، كما يمول الشركاء بالجزء الآخر، مع تقديم الجهد والعمل اللازم لتسيير النشاط الاقتصادي، وذلك في إطار عقد مشاركة متناقصة بشكل تدريجي، يتناسب طردياً مع ما يقوم العميل بتسديده للبنك حتى تتعدم مشاركة البنك، ويحل العميل محله في ملكية الموجودات الخاصة بالمشروع في نهاية المدة، سواء

¹ عماد فراح، مرجع سابق، ص: 61 .

دفعة واحدة أو على دفعات، وخلال فترة المشاركة يستحق كل واحد من الشركاء نصيبه من الأرباح بموجب الاتفاق الوارد بالعقد.¹

مزايا ومخاطر التمويل بالمشاركة

1. المزايا التي يحققها التمويل بالمشاركة: يمكن أن تحقق المشاركات بعض المزايا نذكر منها:

- خلو التمويل من أسعار الفائدة المحرمة مما يؤدي إلى خفض كلفة السلعة المنتجة.
- تكافل وحرص الأطراف المتعاقدين وفق الأسس والضوابط المتفق عليها في إنجاز المشروع باعتبارهم شركاء مساهمين في رأس المال، مما يعكس الفائدة على الشركاء والمصرف والاقتصاد القومي للبلد.
- تميز أسلوب التمويل بالمشاركة بارتفاع العائد لخضوعه لتغيرات سوق السلع مقارنة بأساليب التمويل الأخرى التي يكون فيها العائد ثابت.

2. مخاطر التمويل بالمشاركة: تحيط عملية التمويل بالمشاركة مجموعة من المخاطر وتتركز

هذه المخاطر في المخاطر الائتمانية، حيث ورد بنتائج إحدى الدراسات التي تناولت آراء العديد من المصرفيين الإسلاميين عام 2003 أن المخاطر الائتمانية هي الأكثر شيوعاً في صيغة المشاركة وتنشأ هذه المخاطر في حالة عدم قيام العميل (المشارك) بدفع نصيب المصرف في الربح إضافة إلى ذلك أن هذه الأرباح لا تحدد مسبقاً، وقد لا يقوم باستخدام رأس مال المشاركة في الغرض المخصص له مما يؤدي إلى خسارة المصرف لحصته في رأس المال، وترجع أيضاً لعدم توافر الخبرة الكافية للعميل لإدارة المشروعات الاستثمارية هذا إلى مخاطر السوق، والمخاطر التشغيلية بالمصرف والمخاطر الشرعية لصيغة التمويل بالمشاركة.

3. المساقاة

¹ علة لمسلم، الدور الاقتصادي للمشاركة المصرفية، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2005، ص ص : 34 . 37 .

المساقاة هي أداة من أدوات توظيف الأموال المتاحة للمصارف الإسلامية، والتي لا تمكن المصرف الإسلامي من تشغيل أمواله وتحقيق الربح وإنما تساهم أيضا في التنمية الزراعية واستغلال المزارع وتشغيل العمالة المعطلة.

تعريف المساقاة:

لغة: على وزن مفاعلة، وهي مشتقة من السقي.

اصطلاحا: فغن عقد المساقاة عقد يرد على إصلاح الشجر، وهو دفع الشجر إلى من يعتني به بالتلقيح والتنظيف والري والحراسة وغير ذلك على أن يتم اقتسام ثمرة الشجر بين العامل وصاحب الشجر بحصص متفق عليها.¹

شروط المساقاة: لصحة المساقاة يستلزم توفر شروط معينة تتمثل في:

- أهلية المتعاقدين للقيام بهذا العمل.
- أن يكون الناتج مشاعا والعائد محددًا بنسبة من إجمالي هذا الناتج.
- أن تكون على شجر محدد ومعلوم حتى لا يحدث خلاف عليه وعلى اقتسام ناتجه.²

4 . المزارعة

تعريف المزارعة:

لغة: على وزن مفاعلة وهي مأخوذة من الزرع.

اصطلاحا: هي عبارة عن دفع الأرض من مالكةا إلى من يزرعها أو يعمل عليها، ويقومان باقتسام الزرع بينهما وتعتبر عقد شركة حيث يقوم أحد الشريكين مالا أو أحد عناصر الإنتاج وهي الأرض بينما يقدم الشريك الآخر العمل في الأرض.

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق، ص: 82 .

² عماد فراح، مرجع سابق، ص: 67 .

شروط المزارعة: يتعين على البنك الإسلامي التحقق من توافر عدد من الشروط عند بحث أي طلب للمزارعة، ومن أهم هذه الشروط نذكر مايلي:

- أهلية الطرف المتعاقد معه على المزارعة سواء من الناحية القانونية أو الناحية الفنية.
- صلاحية الأرض لزراعة المحاصيل المتفق عليها.
- أن يقوم البنك بتقديم التمويل المطلوب ليقوم بشراء مستلزمات واحتياجات المزارعة.¹

ثانيا: صيغ التمويل القائمة على البيوع

تعتبر الصيغ التمويلية القائمة على البيوع من إحدى الصيغ التي تعتمد عليها البنوك الإسلامية في عملية التمويل، وتشمل هذه الصيغ كل من المرابحة، الاستصناع، والمتاجرات الإسلامية.

1. المرابحة

تعريف المرابحة:

لغة: تحقيق الربح ومثال ذلك.

اصطلاحا: هي عملية البيع بثمن الشراء مضاف إليه هامش ربح معروف ومتفق عليه بين المشتري والبائع (البيع بربح معلوم).

شروط المرابحة:

- يجب أن يكون سعر التكلفة معروفا وقبول من قبل الطرفين.
- إذا تأخر الزبون في دفع المستحقات يطبق عليه البنك عقوبة التأخير.
- عند القيام بعقد المرابحة ستصبح السلع ملكا نهائيا للمشتري.

أنواع المرابحة: تقسم على نوعين هما:

¹ عماد فراح، مرجع سابق، ص: 68.

1 . المرابحة البسيطة: هو عقد تنحصر العلاقة فيه بين طرفين، حيث يقوم البائع ببيع سلعته بمثل الثمن الأول وزيادة لتمثل ربحا له.

ب . المرابحة للأمر بالشراء" المرابحة المركبة ":وهي تقديم طلب من طرف شخص إلى شخص آخر بأن يشتري له سلعة معينة ويعد بأن يشتريها منه في ما بعد بربح معين يكون من نصيبه، حيث يدعى الطرف الأول الأمر بالشراء والطرف الثاني المأمور بالشراء.¹

2 . الاستصناع

الاستصناع عبارة عن أداة توظيف الأموال الإسلامية، والتي يمكن من خلالها ليس فقط تشغيل أموال البنك وتحقيق الأرباح، وإنما المساهمة في التنمية الصناعية.

تعريف الاستصناع:

لغة: جاء من الفعل صنع وصناعة وهو طلب الصنعة.

اصطلاحا: هو عقد بيع بين المشتري والصانع، بحيث يقوم الثاني بناء على طلب من الأول بصناعة سلعة موصوفة أو الحصول عليها عند أجل التسليم على أن تكون مواد الصنع من الصانع، وذلك مقابل الثمن الذي يتفقان عليه، وتكون كيفية سداده حالا عند التعاقد أو مقسما أو مؤجلا.²

شروط الاستصناع: يمكننا تلخيص شروط صحة الاستصناع كالآتي:

- أن يكون العمل و المنتج المصنع من الصانع وألا يكون عقد إجارة.
- ليس شرط أن يدفع الثمن عند العقد، بل يمكن تأجيله إلا ما بعد التصنيع أو حسب ما يتفق عليه الطرفان.

¹ عيشوش عبدو، مرجع سابق، ص ص : 36 . 37 .

² فلة بن زاوي، مرجع سابق، ص : 76 .

أنواع الاستصناع: للاستصناع في المصارف الإسلامية شكلين وهما الاستصناع الموازي، والتجمعات الصناعية وفي مايلي تعريف لكل منهما:

ا . الاستصناع الموازي: وفي مثل هذه العقود يمكن للبنك الإسلامي أن يوظف أمواله باعتباره مستصنعا، أي طالبا لمنتجات مصنعة ذات مواصفات خاصة يدفع ثمنها من ماله الخاص ويتصرف بها بيعا وتأجيرا، أو باعتباره صناعا.

ب . التجمعات الصناعية: ومن الأشكال الأخرى للاستصناع التي يستطيع البنك الإسلامي توظيف أمواله بها بالاتفاق مثلا مع عدد من الصناعيين لقيام كل منهم بتصنيع جزء معين من منتج خاص والاتفاق مع صناعي آخر لتجميع هذه الأجزاء وإخراج السلعة النهائية التي تصبح ملكا للبنك الإسلامي لبيعها بالأسواق.¹

مزايا ومخاطر التمويل بالاستصناع:

يمتاز التمويل بالاستصناع بالعديد من المحاسن، لكن وكغيره من الصيغ التمويلية فإنه يواجه العديد من المخاطر.

1 . المزايا: من أهم مزايا التمويل بالاستصناع مايلي:

- يمكن استخدام الاستصناع في تمويل السلع مرتفعة الثمن، يتم صنعها حسب الطلب كالطائرات والسفن وغيرها.
- تشجع هذه الصيغة وتساعد في الاستغلال الأمثل للمواهب والقدرات التكنولوجية في مجال إنتاج السلع الرأسمالية في الدول الإسلامية.

2 . المخاطر المتعلقة بالتمويل بالاستصناع: من أهم المخاطر التي تعترض التمويل بالاستصناع:

¹ سارة بن حيزية، مرجع سابق، ص ص: 101 . 102 .

- تقلبات الأسعار بعد تحديدها في عقد الاستصناع.
- تأخر الصانع في تسليم البضاعة إذا كان المصرف مستصنعا.
- تأخر المقاول أو المنتج في تسليم البضاعة إذا كان المصرف صانعا.¹

ثالثا: صيغ التمويل القائمة على المتاجرات الإسلامية

1 . السلم

بيع السلم هو صيغة من صيغ التمويل الإسلامي، ويتم التعامل به خاصة في النشاطات التي تحتاج إلى رأس المال العامل فقط، وعادة ما يكون مقيد في القطاع الزراعي لتمويل عمليات الحرث والحصاد وما بينهما، وهي صيغة تؤدي إلى تخفيض ثمن السلعة ومن ثم كبح جماح التضخم.

تعريف السلم:

لغة: السلم لغة أهل الحجاز والسلف، أهل العراق وقيل السلف تقديم رأس المال والسلعة .

اصطلاحا: هو عقد لشراء مع تأجيل تسليم السلعة عكس عقد المرابحة وهو يستخدم غالبا في التمويل الزراعي.

شروط التمويل بالسلم: هناك عدة شروط لبيع السلم:

- أن يكون السلم فيه مؤجل إلى أجل معلوم.
- أن يكون موجودا في السوق من وقت العقد للعقد على وقت التسليم ليكون البيع بعيدا عن الغرر وإمكان التسليم لأن القدرة على التسليم ينبغي أن تكون مستمرة لجواز أن يكون البائع فيحل السلم.

¹ فلة بن زاوي، مرجع سابق، ص ص: 78 . 79 .

2 . البيع بأجل

يعتبر البيع الأجل أحد أهم الصيغ التي تعتمد عليها البنوك الإسلامية في عملية التمويل.

تعريف البيع لأجل: هو عقد بيع بين طرفين البنك الإسلامي والطرف الثاني هو العميل، حيث تنتقل فيه ملكية البضاعة إلى الطرف الثاني عند تسليم البضاعة مقابل تأجيل سداد سعر المبيع.

شروط البيع لأجل: هناك عدة شروط أهمها:

- لا يحق للبائع في بيع الأجل المطالبة بالسداد قبل التاريخ المحدد له في العقد.
- إشتراط تسليم البضاعة في بيع الأجل فوراً لأن الثمن هو المؤجل في البيع هذا.

مميزات البيع لأجل: نورد في ما يلي أهم مميزات البيع لأجل:

- تنتقل ملكية الأصول إلى المشتري بمجرد استلامه لها، بحيث يجوز له رهنها للحصول على تمويل لأغراض التشغيل.
- تقدير هذا التمويل من أنواع التمويل متوسط الأجل.¹

3 . الإجارة

الإجارة هي من الأدوات التي يستخدمها المصرف الإسلامي لتوظيف أمواله.

تعريف الإجارة:

هي تمويل متوسط الأجل يتضمن شراء الأصول من معدات وآلات من قبل المصرف ثم ينقل حق استخدامها إلى المستفيد خلال فترة زمنية محددة يحتفظ خلالها المصرف بملكية هذا الأصل.

أنواع التمويل بالإجارة:

¹ فلة بن زاوي، مرجع سابق، ص ص : 63 . 65 .

1 . الإجارة المنتهية بالتمليك:

هي أن يقوم المصرف بتأجير عين كسيارة إلى شخص مدة معينة بأجرة معلومة قد تزيد عن أجرة المثل، على أن يملكه إياها بعد انتهاء المدة.

ب . الإجارة التشغيلية: يشار إليه بأنه تأجير على أساس الوفاء غير الكامل، لذا يقتصر التأجير التشغيلي أساسا على أنواع معينة من المعدات مثل أجهزة الكمبيوتر.....¹

رابعاً: صيغ التمويل القائمة على التبرع

تستخدم البنوك الإسلامية صيغ قائمة على التبرع أثناء عملياتها التمويلية لتحقيق التنمية المستدامة وبشكل أخص التنمية الاجتماعية من خلال الصيغ التالية:

1 . الزكاة " صناديق الزكاة:

هي قيام البنك الإسلامي بمهمة جمع أموال الزكاة وتوزيعها في مقاصدها الشرعية يجعلها أقدر على تقديم هذه الخدمة بما يتوفر لديه من أموال تجعل إعطاء الزكاة وسيلة فعالة لتمويل جانب هام من الفقراء إلى قوى منتجة فعالة في المجتمع.

2 . القرض الحسن:

يقوم القرض الحسن على إتاحة البنك مبلغاً محدداً لأحد عملائه أو أحد أفراد المجتمع حيث يضمن سداد القرض الحسن دون تحميل هذا العميل أية أعباء أو عمولات أو مطالبته بفوائد، بل يكتفي البنك باسترداد أصل القرض والأموال التي أقرضها لهذا العميل.²

¹ مطهري كمال، دراسة مقارنة البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، تخصص مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، السنة 2011/2012، ص:

² عماد فراح، مرجع سابق، ص ص: 76 . 78 .

3 . الوقف:

التمويل الوقفي هو التمويل لجزء من المداخل والثروات الخاصة إلى موارد دائمة تخصص منافعها من سلع وخدمات وعوائد لتلبية احتياجات الفئات المتعددة المستفيدة.¹

المطلب الثاني: المحددات الشرعية لخدمات الصيرفة الإسلامية

اتفق الباحثون على أن العوامل المؤثرة على اختيار العملاء للخدمات البنكية الإسلامية والتي تتمثل في العديد من العوامل الاجتماعية والبيئية والتسويقية والشرعية على أوجه الخصوص وسنتطرق لهذه المحددات في ما يلي:

1- العامل الديني:

يعد العامل الديني أحد العوامل الهامة للتعامل مع البنوك الإسلامية، والتي هي مؤسسات مالية، تقوم بجمع الأموال واستثمارها وتنميتها وتقديم الخدمات البنكية بما يوافق أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.²

2 . التعامل الجيد للعاملين بالمصرف:

أخذت المصارف الإسلامية تعتنى كثيرا باختيار موظفيها ممن يكونوا ذوي المظهر الحسن والأخلاق الطيبة والذين يحسنون التعامل مع الزبائن وذلك لأن سمعة المصرف تشجع الأفراد بالإقبال على ذلك المصرف.

¹ صالح صالح، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية والحكمة العالمية، عنوان المداخلة: كفاءة صيغ وأساليب التمويل الإسلامي في احتواء الأزمات والتقلبات، جامعة سطيف، 20 . 21 أكتوبر، 2009، ص : 08 .

² محمد حمود فهد بشير، محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة، قسم المحاسبة والتمويل، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، السنة الجامعية 2012/2013 ، ص: 19 .

- 3- العوامل الخاصة بالزبون: تتضمن هذه العوامل شخصية الزبون وثقافته اتجاه البنوك الإسلامية وحاجته ودوافعه وإدراكه لأهمية الخدمات المصرفية بالنسبة له.¹
- 4 - خضوع البنوك الإسلامية على خلاف البنوك التقليدية إلى عدة أنواع من الرقابة وهي رقابة الهيئة الشرعية ورقابة البنك المركزي.
- 5 - تعتمد على صيغ تمويلية متماشية مع أحكام الشريعة الإسلامية.
- 6 - مشروعية مصادر التمويل الداخلية والخارجية.
- 7 - توزيع العوائد والمخاطر يتم بين أرباب العمل والقائمين على إدارته وتوظيفه.
- 8 - للمحتاجين حق في أموال القادرين عن طريق فريضة الزكاة.²
- 9 - تأثير الجماعات المرجعية كتوصية الأئمة والشيوخ وهذا يعني أن لكلمة الفم المنطوقة خاصة رجال الدين الذين يعتبرهم الناس كعلماء ومفتيين ويتقون في توجيهاتهم.
- 10 - سمعة وصورة المصرف الإسلامي ويشير هذا إلى أهمية بناء المصارف الإسلامية لسمعة وصورة طيبة في أذهان الجمهور المستهدف خاصة مع تشتت آراء البعض حول مدى صدق معاملات المصارف الإسلامية وتطابقها فعلا مع أحكام الشريعة الإسلامية.
- 11 - إدراك العملاء للالتزام المصرف الإسلامي بأحكام الشريعة الإسلامية وهذا يعني ضرورة إقناع العملاء بالالتزام المصارف الإسلامية بجميع أحكام الشريعة الإسلامية في مختلف معاملاتها من خلال رفع مستوى الوعي لدى عملائها.³

¹ رفاء عدنان نجم، العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة نينوى، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص: 11 .

² محمد علي، معالم في طريق تحويل المصارف من النظام التقليدي إلى النظام الإسلامي، الكفايات والمبررات و التحديات.

³ إسماعيل مولوج، العوامل المؤثرة على نية تبني الصيرفة الإسلامية لدى العملاء في الجزائر، دراسة ميدانية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر.

المطلب الثالث: هيئة الرقابة الشرعية

إن تعامل البنوك الإسلامية هو أهم ما يميزها عن غيرها من البنوك، ولضمان هذا الالتزام يوجد على مستواها ما يسمى بهيئة الرقابة الشرعية، ويختلف سندها القانوني من بنك إلى آخر، كما أنها تمارس مهام مختلفة أهمها الحكم على مدى مطابقة معاملات البنك لقواعد الشريعة الإسلامية، ومساعدته على معالجة المشاكل التي قد تصادفها.

1 . مفهوم الرقابة الشرعية: عرفت الرقابة الشرعية بأنها التأكد من مدى مطابقة أعمال المؤسسة المالية الإسلامية لأحكام الشريعة الإسلامية حسب الفتاوى الصادرة والقرارات المعتمدة من جهة الفتوى.¹

2 . مهام هيئة الرقابة الشرعية :

من أهم الأعمال التي تقوم بها الهيئة الشرعية نذكر:

أ - **الإفتاء الشرعي:** حيث تقوم بالإجابة عن بعض الأسئلة للبنك أو لعملائه، وتجميع الفتاوى وتنظيم عملية الرجوع إليها، ودراسة العقود وصياغتها وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية.

ب - **مهمة استشارية:** وذلك عن طريق تحديد القضايا والأنشطة التي تتطلب عناية خاصة من قبل البنك الإسلامي وتقديم النصح والمشورة له في القضايا المستجدة.

ت - **مهمة إدارية:** وهي المطالبة بعقد مجلس الإدارة، إن رأت في ذلك ضرورة، لدراسة قضية شرعية على مستوى البنك، وطلب السجلات والتقارير المختلفة أو أية وثيقة أخرى تراها ضرورية لأعمالها.

¹ حمزة عبد الكريم حماد، الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية، ملخص لرسالة الماجستير في الفقه وأصوله، كلية الشريعة، الجامعة الأردنية، السنة الجامعية 2004، ص: 03.

ث - مهمة رقابية: تتمثل في متابعة تنفيذ العقود والمعاملات للتأكد من مدى التزام الموظفين بالشروط الشرعية لها، وصياغة تقرير سنوي يتضمن تأكيد أو نفي سلامة القواعد الشرعية المطبقة في البنك، وفي حالة وجود مخالفات تبينها وتعطي التوجيهات اللازمة لتصحيحها.¹

3 - أنواع الرقابة الشرعية

تمر الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية بثلاث مراحل وهي رقابة سابقة للتنفيذ، ورقابة متزامنة مع التنفيذ ورقابة لاحقة للتنفيذ، ونوضح في مايلي طبيعة كل نوع.

أولاً: الرقابة السابقة للتنفيذ:

وتتمثل في المشروعات والعمليات التي تعتمد إدارة البنك تنفيذها فتجمع أمانة السر كل ما يتعلق بها من بيانات ومعلومات تعرضها على هيئة الفتوى لتدلي فيها برأيها قبل إقدام البنك على تنفيذها، وإذا ما تبين مخالفتها لأحكام الشريعة الإسلامية يتم استبعادها أو تعديلها بما يتلاءم مع الأحكام الشرعية.

ثانياً: الرقابة المتزامنة مع التنفيذ:

وتتمثل هذه الرقابة في المتابعة الشرعية لأعمال المصرف أولاً وفي مراحل التنفيذ المختلفة لتتأكد من التزام المصرف بالتطبيق الكامل للفتاوى الصادرة، وتقوم في ذات الوقت بالتوجيه والتقييم لأي خطأ في الفهم يؤثر على التنفيذ ويجعله منحرفاً عن أهدافه وغاياته وعادة ما تكون هذه الرقابة لعمليات مستجدة فتدرس منذ أول مرة، فتعايش الرقابة الشرعية هذا التطبيق الأولي حتى يكون نموذجاً يحتذى في الأعمال التالية فيما بعد.

ثالثاً: الرقابة اللاحقة:

¹ بوحيدر رقية، مرجع سابق، ص: 146 .

وهذا النوع من الرقابة أهم أعمال الرقابة الشرعية إذ أن الرقابة السابقة لا تكون إلا على مشروعات أو أعمال مستجدة لم يسبق للمصرف أن مارسها من قبل، والرقابة المتزامنة تكون أيضا مع هذه المشروعات والأعمال المستجدة والتي تطبق لأول مرة ويراد وضع نموذج للتطبيق يضمن تحقيق الهدف الشرعي، أما الرقابة اللاحقة فهي للأعمال العادية والمتكررة سواء أكانت خدمة أم استثمارية وتتولى الرقابة الشرعية فحصها ومراجعتها للتأكد من أنها نفذت طبقا للإرشادات والتوجيهات الصادرة عن الهيئة، وتقوم الرقابة الشرعية بالتوجيه إلى أي نوع من أنواع القصور ظهر أثناء عمليات التنفيذ.¹

¹ عبد الستار أبو غدة، الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية، ص : 10 . 11 .

المبحث الثاني: المحددات التسويقية لخدمات الصيرفة الإسلامية

يعد التسويق المصرفي محور نشاط البنوك، وأداتها الرئيسية للتقدم وتحقيق النمو المتوازن لخدماتها فالتسويق المصرفي ذو أهمية خاصة للبنوك حيث أن تطور العمل المصرفي وازدياد نموه مرهون بتوافر وعي تسويقي بالدرجة الأولى، وتزداد أهميته في البنوك الإسلامية التي أخذت بالظهور حديثاً وذلك لحاجة العملاء المتزايدة للخدمات التسويقية التي تقدمها هذه البنوك ولجهلهم بها.

المطلب الأول: عناصر المزيج التسويقي

التسويق المصرفي: هو كافة الجهود الإنسانية المبذولة والمتعلقة بتصريف وانسياب الخدمات والأفكار المصرفية والتكافلية من المصرف الإسلامي إلى العملاء والمستفيدين، لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم المالية والاجتماعية، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في ضوء الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية.¹

تعريف المزيج التسويقي: يعرف بأنه كافة العمليات والفعاليات التي تستهدف توفير الخدمات المصرفية التي تلبي حاجات العملاء الحالية والمستقبلية بالأسلوب الذي يحقق الحد الأعلى من رضا هؤلاء العملاء ويعظم أرباح المصرف.²

المزيج التسويقي المصرفي: يشمل على أربع عناصر أساسية تشكل مجموعة الأنشطة التسويقية البنكية وتتمثل في المنتج البنكي، السعر، التوزيع، الترويج، إن الوضع والدمج الحسن لهذا المزيج يمثل مجمل اهتمامات التسويق المصرفي، حيث يجب إيجاد التنسيق والتوازن المناسب فيما بينهما بما يكفل أهداف المصرف ورضا الزبائن.

¹ محمد بهاء الدين خانجي، المزيج التسويقي في المصارف الإسلامية، مشروع بحث مقدم إلى قسم المصارف الإسلامية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، السنة الجامعية 2009، ص: 08 .

² مروان محمد أبو عرابي، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية، دار تسنيم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006، ص: 80 .

نشير إلى أن هناك عناصر أخرى مستحدثة في المزيج التسويقي في مجال الخدمات وهي الدليل المادي، العاملون وعملية تقديم الخدمة.

1 - المنتج المصرفي: يعتبر المنتج المصرفي من أهم عناصر المزيج التسويقي بالنسبة للبنك، والتي من خلالها يستطيع هذا الأخير مواجهة حاجات ورغبات عملائه والعمل على إشباعها حيث يعرف على أنه " مجموعة من الأنشطة والفعاليات الخدمية التي يقدمها المصرف لغرض تلبية حاجات ورغبات الزبائن¹.

الضوابط الشرعية للمنتج المصرفي الإسلامي:

- رفض التعامل بالسلع والخدمات غير الحلال.
- اتسام المنتج بفضائل الأخلاق.
- التزام الأولوية في اختيار المنتجات.
- أن تكون المنتجات معبرة عن حاجات حقيقية لأفراد المجتمع.

2 - التسعير المصرفي:

يمثل السعر مزيجا متكاملا من التكاليف والأعباء التي يتحملها الأفراد للحصول على الخدمة المرغوبة، وعادة ما يتكون من التكلفة النقدية والأعباء الأخرى المرتبطة بالطاقة والجهد والوقت والأثر النفسي، وفيما يتعلق بالخدمات المالية والمصرفية، فإن العميل يتحمل قدرا من التكاليف النقدية وبعض الأعباء النفسية والوقتية، وعادة ما يقارن العميل بين مجموع التكاليف التي يستحملها والعائد الذي سيحققه، فإذا وجد أن العائد أكبر ويحقق المنفعة المرجوة فإنه يترجم دوافعه في صورة سلوك وتصرف قاصدا الحصول على الخدمة المقدمة، أما إذا وجد أن التكاليف ستزيد عما سيجنيه من عوائد فإنه يميل إلى رفض عملية الاستفادة.

¹ عيشوش عبدو، مرجع سابق، ص : 136 .

أما في ما يتعلق بالخدمات التكافلية، فإن الأمر يختلف تماما، فالعميل نادرا ما يتحمل تكاليف هذا النوع من الخدمات تحصيلًا وإنفاقًا.¹

3 - التوزيع المصرفي: يعتبر المكان أحد العناصر الأساسية في مزيج تسويق الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية، ويشير إلى مكان تقديم الخدمة المالية والمصرفية والتكافلية، وغالبا ما يتم توزيع تلك الخدمات بصورة مباشرة من إحدى فروع البنك المنتشرة إلى عملائه والمستفيدين، تعرف قنوات التوزيع بأنها مجموعة من المنظمات المترابطة التي تشترك في عملية جعل المنتج أو الخدمة متوفرة للاستخدام أو الاستهلاك من قبل المستهلك أو المستعمل.

يعرف التوزيع في الإسلام على أنه أولا وأخيرا: " جلب المصالح بتقريب السلع لطالبها حفاظا على ضرورتهم وتخفيفا للمشقة عنهم وتيسيرا لحاجاتهم ".²

4 - الترويج: يشير ترويج الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية إلى أساليب الاتصال ووسائل الإقناع لتعريف العملاء والمستفيدين بكافة خدماته وتقريب الفجوة القائمة بين العملاء والمستفيدين وإقبالهم على الانتفاع بالمنافع المرجوة، وعادة ما يضم الترويج لخدمات البنوك الإسلامية مزيجا متكاملا من الإعلان والاتصال المباشر والنشر وتنشيط الإقبال على تلك الخدمات وبالطبع فهو يعتمد على نموذج الاتصال المكون من المرسل إلى المستقبل، الرسالة والوسيلة.

5 - الدليل المادي: ويعرف الدليل المادي بأنه البيئة المادية للمصرف المحيطة بالعاملين والزبائن أثناء إنتاج وتسليم الخدمة، مضافا إليها عناصر ملموسة تستخدم للاتصال ودعم دور الخدمة وتؤدي عناصر الدليل المادي دورا مهما في راحة الزبائن أثناء تلقيهم الخدمات المصرفية ولذلك تعد عاملا مؤثرا في إدراك الزبائن للخدمة المصرفية من حيث جودتها والمستوى السريع في تنفيذها.

¹ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، الطبعة الأولى، جدة، 2004، ص : 388 .

² نفس المرجع، ص : 390 .

يتمثل الدليل المادي في المظهر الخارجي للمصرف كاللوحه المكتوب عليها اسم المصرف، شعار المصرف والمظهر الداخلي كتصميم مظهر المصرف من حيث المكاتب، توزيع العاملين، صالة الانتظار وتجهيزاتها، المعدات المستخدمة لخدمة الزبائن،....ومظاهر أخرى كمظهر العاملين بزي موحد والذي يوحي بتصورات ايجابية عن العاملين في المصرف.

6 - العاملون بالبنك (الأفراد): ويعرف العاملون بالبنك على أنهم " مجموعة الأفراد المشاركين في تقديم الخدمة للزبون ولهم تأثير على مدى تقبل الزبون للخدمة " .

إن المنتجات المصرفية عبارة عن خدمة، لذلك وهي ترتبط بمقدمها وتتأثر الخدمة بمدى كفاءة ومهارة العاملين في التعامل مع العملاء، فالمعاملة الحسنة، والتعامل الجيد يترك انطباعا حسنا لدى العميل عن البنك، والزيائن الذين لا يحصلون على ما كانوا سيعرضون عن الشراء أو حتى التعامل مع المصرف مرة أخرى.¹

المطلب الثاني: جودة المنتجات الإسلامية والتقليدية

اهتم العديد من الباحثين والممارسين بدراسة جودة الخدمة في السنوات الأخيرة وبالنظر إلى تعاريف جودة الخدمة تبين لهؤلاء أن الحكم على جودة الخدمة يأتي نتيجة المقارنات التي يقوم بها العملاء بين توقعاتهم حول الخدمة وبين الطريقة التي يدرك بها الخدمة فعليا.

تعريف الخدمة البنكية: تعد الخدمة البنكية كأسلوب فعال تنافسيا تستعمله البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها لتحقيق ميزة تنافسية.²

مفهوم الخدمة المصرفية: لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنهما تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو الأماكن التي تقدم من خلالها.

¹ عيشوش عبدو، مرجع سابق، ص : 215 .

² حامدي أحمد، الميزة التنافسية للبنوك وانعكاساتها على جودة الخدمة البنكية . دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية . بأدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، السنة الجامعية 2018/2019، ص : 30 .

مفهوم الجودة: هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها.¹

مفهوم جودة الخدمات البنكية: معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة أو أن الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها.²

فقد تم تحديد خمسة أبعاد محددة لجودة الخدمة يمكن تطبيقها في العديد من المجالات وهي:

1 - الاعتمادية: القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل معتمد وصحيح.

2 - الاستجابة: الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية.³

3 - الملموسية: وتشير إلى الإمكانيات الحسية، مثل المعدات والأدوات ومظهر الموظفين والتسهيلات المادية الأخرى لدى المؤسسة، ففي كثير من الأحيان قد يتم تقييم الخدمة من قبل العملاء بالاعتماد على الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة.

4 - التوكيد: ويقصد بها السمات التي يجب أن يتسم بها العاملون من المعارف والقدرات والثقة بالنفس والمقدرة على خلق الثقة بينهم وبين الجمهور.

5 - التعاطف: ويقصد هنا العناية الخاصة التي تعطيها المؤسسة للعملاء ومدى قدرة العاملين في المؤسسة على تلبية حاجات العملاء بقدر من الود واللفظ.

جودة الخدمة ورضا العملاء: أشار العديد من الباحثين إلى وجود تداخل بين جودة الخدمة ورضا العملاء، ويمكن تعريف تعريف رضا العملاء على أنه عملية التقييم التي يقوم بها العملاء بهدف التأكد فيما إذا كانت الخدمة المحققة قد حققت حاجاتهم ورغباتهم والمتوقع منها، وتجدر الإشارة

¹ أيمن فتحي فضل الخالدي، بحث بعنوان قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين (حسب وجهة نظر العملاء)، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلب الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، السنة الجامعية 2006، ص: 38 .

² حامدي أحمد، مرجع سابق، ص: 07 .

³ يسام عبد القادر الفقهاء، العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات المصارف الإسلامية في فلسطين، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 8، العدد 2، 2012، ص: 240 .

هنا إلا أن الفشل في تحقيق هذه التوقعات سوف يؤدي إلى حالة عدم رضا العملاء وبالتالي التحول إلى مؤسسة أخرى.¹

وتشهد البنوك التقليدية سباقا تنافسيا على إدخال الخدمات المالية والبنكية الإسلامية ضمن سلة خدماتها التقليدية، مستفيدة من تلهف المواطن لهذه الخدمات، وتخوفا من عزوف شريحة من العملاء التقليديين باتجاه البنوك الإسلامية.

واكتسب موضوع جودة الخدمة في السنوات الأخيرة أهمية كبيرة لدى الكثير من مؤسسات الأعمال سواء كانت مؤسسات خدمية أو غير خدمية، ويعود ذلك إلى زيادة المنافسة في الأسواق والتغيرات المتسارعة في عالم اليوم، ونتيجة لهذه التطورات أصبح العملاء أكثر اهتماما بجودة الخدمة، والسلعة أو الخصائص المكونة لها.

المطلب الثالث: المنافسة بين البنوك الإسلامية والتقليدية

للخدمات البنكية دور كبير في تفعيل جانب المنافسة بين البنوك العاملة في القطاع.

تعريف المنافسة البنكية: عبارة عن عملية تهدف إلى تحقيق الفعالية الحركية والتنمية في أي قطاع اقتصادي، وهذا من خلال الأسعار والتطوير والرفع من جودة المنتجات الخ. ويبين هذا التعريف ايجابيات أخرى للمنافسة إذ أنها تساهم في تحقيق الفعالية في القطاع الاقتصادي، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن المنافسة البنكية عبارة عن عملية أو تصرف تشكله مجموعة من المؤسسات التي تقدم منتجات بنكية أو منتجات بديلة لها.

أنواع المنافسة البنكية:

هناك إستراتيجيتين أساسيتين للمنافسة وهذا من أجل جذب أكبر عدد من الودائع والزيائن.

¹ - محمد حمود فهد بشير، مرجع سابق، ص ص : 26 . 27 .

أ - المنافسة السعرية: وهي الإستراتيجية التي تستند إلى دفع الفوائد المختلفة، بالرغم من أن عنصر المنافسة السعرية يكون فاعلا ومؤثرا في مختلف الأنشطة الاقتصادية إلا أنه يتعرض إلى بعض المحددات في مجال العمل البنكي، وذلك لأن التشريعات لا تسمح بدفع الفوائد على الودائع الجارية مما يقلل من أهمية هذه الاستراتيجيات في جذب الودائع ومن الأسباب التي تؤدي إلى تحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية مايلي:

- الحد من ارتفاع تكلفة الأموال.
- الحد من المنافسة الهدامة بين البنوك.
- الحد من ارتفاع الفوائد على القروض.
- الحد من هجرة الأموال من المدن الصغيرة والبعيدة إلى المدن الكبيرة.¹

ب - المنافسة غير السعرية: وهي الإستراتيجية التي لا تستند إلى دفع فوائد على الودائع وإنما تسعى إلى تقديم مجموعة من الخدمات البنكية التي تساعد أو تساهم في جذب العميل، وتحفيزه لإيداع أمواله لدى البنوك ومن الجدير بالذكر أن هذه الخدمات تتنافس عليها البنوك في السرعة والدقة وانخفاض التكاليف وتتمثل هذه الإستراتيجية بتقديم مجموعة من الخدمات يمكن تحديدها بما يلي:

- تحصيل مستحقات العميل.
- سداد المدفوعات نيابة عن العميل.
- استحداث أنواع جديدة من الودائع.

¹ بومدين محمد، المنافسة البنكية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة أدرار وبنك الخليج AGB، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، شعبة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، السنة الجامعية 2017/2018، ص : 16 .

- سرعة أداء الخدمة.¹

في ظل البيئة التنافسية التي تعيش فيها المصارف الإسلامية، يعتبر إيجاد البديل الإسلامي لمختلف المعاملات المصرفية التي تلبي احتياجات الأفراد والشركات والمؤسسات وفي شتى المجالات من تجارية وزراعية وصناعية تحديا يواجه عمل هذه المؤسسات.

ولمواجهة المنافسة مع نظيرتها التقليدية، تعمل المصارف الإسلامية على تنويع المنتجات والخدمات المصرفية والتمويلية التي تقدمها لاستقطاب أكبر عدد من العملاء واستيعاب الطلب المتزايد من قبلهم وكذا تطوير مختلف الأساليب الاستثمارية التي تمكنها من استثمار الأموال في مختلف المجالات إضافة إلى تمكين الأطراف المشاركة في العمليات الاستثمارية من تحقيق أهدافهم، مراعية في ذلك ضوابط المعاملات المالية التي أقرتها الشريعة الإسلامية.²

¹ - بومدين محمد، مرجع سابق، ص : 17 .

² - أمال لعمش، دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، دراسة نقدية لبعض المنتجات المصرفية الإسلامية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع دراسات مالية ومحاسبية معمقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، السنة الجامعية 2012/2011، ص : 12 .

المبحث الثالث: المحددات الاجتماعية والبيئية وبيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر

تقوم البنوك الإسلامية بالخدمات المصرفية التي لا تتعارض والمنهج الإسلامي، وتوسع من نطاق خدماتها إلى ما لا تقوم به البنوك التقليدية مثل تقديم القروض الحسنة، وتوزيع الزكاة على مستحقيها واستثمار أموالها في المشروعات ذات العائد الاجتماعي الكبير التي عادة ما تتجنبها البنوك التقليدية.

المطلب الأول: المحددات الاجتماعية والبيئية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية

تسعى البنوك الإسلامية إلى تحقيق التكافل الاجتماعي وذلك من خلال جمع الزكاة، تقديم القرض الحسن، وحسابات الاستثمار الخيرية وغيرها.

1 - تأثير العائلة والأصدقاء:

إن البنك الإسلامي يقوم على العقيدة الإسلامية، ويستمد منها كيانه الفكري، ومقومات التعامل المصرفي لديه وتتميز البنوك الإسلامية بعدم التعامل بالربا مما يشجع الأفراد على التعامل معها في إطار صيغ تحكمها الشريعة الإسلامية، ونرى أن ازدياد عدد البنوك الإسلامية ما هو إلا نتاج لوجهات النظر الإيجابية التي ينقلها العملاء للأصدقاء والعائلة الذين يندفعون بدورهم للتعامل مع البنوك الإسلامية.¹

¹ محمد حمود فهد بشير، مرجع سابق، ص : 21 .

2 - هيكل المتعاملين مع البنوك الإسلامية:

من السمات المميزة للبنوك الإسلامية ما تسعى إليه من تغيير سلوك الأفراد عن طريق تشجيعهم على الادخار وتنمية الوعي الادخاري لديهم مهما كانت دخولهم متواضعة، واستقطابهم للتعامل مع البنوك بعد عزوفهم عن التعامل مع البنوك التقليدية.¹

3 - حسابات الاستثمار الخيرية:

تشجع البنوك الإسلامية بأنظمتها المستثمرين على إيداع فوائض أموالهم الزائدة عن حاجاتهم في هذه البنوك لاستثمارها طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية وصرافها في أوجه الخير، وتعفى هذه الدراسات من كافة الرسوم والمعاملات.

4 - المنح الدراسية للطلاب المسلمين:

تقوم المصارف الإسلامية بتقديم منح دراسية للطلاب المسلمين بالكليات الشرعية والعلمية، وتتولى الإنفاق عليهم ومساعدتهم أثناء الدراسة، كما نشأت عدة مشروعات لخدمة أبناء المسلمين في إيواء الأيتام والمسنين وإنشاء دار للطلبة الفقراء.

5 - تمويل نشاطات الدعوة الإسلامية: عن طريق:

- إصدار المجلات والكتب والنشرات والدوريات لنشر الفكر الاقتصادي الإسلامي.
- مساعدة الباحثين والدارسين في مجال الاقتصاد الإسلامي.
- المشاركة في المؤتمرات والندوات التي تعقد من أجل تطبيق منج الله في مجال المال والاقتصاد.

¹ محمود الأنصاري، البنوك الإسلامية، كتاب الأهرام الاقتصادي، الكتاب الثامن، أكتوبر، 1988، ص: 89 .

6 - إحياء فريضة الزكاة، والقرض الحسن.

7 . مجالات تكافل اجتماعية أخرى: من بين هذه الأوجه ما تقوم به بعض البنوك من تقديم مساعدات وإعانات دورية، وما تقوم به بنوك أخرى من صرف لمعاشات المسنين والعجزة والأرامل سواء من أموالها أو من خلال دعم مباشر أو غير مباشر من الحكومات أو ما تقوم به من رعاية للطلبة والشباب في كافة مراحل التعليم أو مت تقوم به من توفير الأجهزة التعويضية وغيرها للمعوقين.¹

المطلب الثاني: بيئة تطبيق الصيرفة الإسلامية في الجزائر 20 - 02

يعتبر النظام 18 - 02 الصادر بتاريخ 04 نوفمبر 2019 والمتضمن قواعد ممارسة العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية من طرف المصارف والمؤسسات المالية أول إطار قانوني وتنظيمي خاص بالمعاملات المصرفية المتوافقة مع ضوابط الشريعة الإسلامية، غير أن القانون قد شابه بعض الغموض وهو ما سرع بصدور الأمر 20 - 02 بداية عام 2020م.

لم يجد النظام طريقة للتطبيق لعدة اعتبارات أهمها التغييرات السياسية التي حصلت في البلد وأدت إلى إجراء انتخابات رئاسية نهاية عام 2019م، قبل أن يدخل الاقتصاد العالمي في صراع محموم مع وباء كورونا المستجد، اثر في بعض التوازنات الاقتصادية للبلد، ولم يمنع ذلك كله من إصدار النظام 20 - 02 في الربع الأول من العام 2020.

النظام رقم 20 - 02 المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية:

بتاريخ 15 مارس 2020 صدر نظام 20 - 02 الذي يحدد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، وألغى هذا النظام كل أحكام النظام رقم 18 - 02 " تلغى أحكام النظام رقم 18 - 02 المؤرخ في 26 صفر عام 1440

¹ محمود الأنصاري، مرجع سابق، ص : 93 .

الموافق ل 04 نوفمبر سنة 2018 والمتضمن قواعد ممارسة العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية من طرف المصارف والمؤسسات المالية".¹

عرف القانون العمليات البنكية الإسلامية وحدد منها: المربحة، المشاركة، المضاربة، الإجارة، السلم والاستصناع، حسابات الودائع، الودائع في حسابات الاستثمار، كما وضع ضوابط على تسويق المنتجات المالية الإسلامية وهي:

- حصول البنك أو المؤسسة المالية المقدمة للمنتج الإسلامي على ترخيص من البنك المركزي (بنك الجزائر).
- الحصول على شهادة المطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية.
- إنشاء هيئة للرقابة الشرعية.

أتاح قانون 20 - 02 للبنوك والمؤسسات المالية إنشاء شبائيك للصيرفة الإسلامية، واشترط أن يكون السباك مستقلا من الناحيتين المالية والمحاسبية عن الهياكل الأخرى للبنك أو المؤسسة المالية، كما يجب أن تكون حسابات عملاء الشباك مستقلة عن باقي الحسابات الأخرى للعملاء.²

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، 2020/03/24، ص : 35 .

² عبد الكريم أحمد قندوز، الصناعة المالية الإسلامية بدول المغرب العربي " الواقع والتحديات والأفاق"، العدد 01 . 2020، دراسات معهد التدريب وبناء القدرات، ص ص : 29 .. 31 .

خلاصة الفصل الثاني:

لقد استطاعت البنوك الإسلامية تحقيق نجاح كبير، والدليل على ذلك هو إقبال المسلمين على التعامل معها، إلا أن حجم البنوك الإسلامية لا زال محدودا وخبرتها قليلة وهي لا تساير بشكل كبير التطورات الحاصلة، والعديد من الناس يجهلون ماهية البنوك الإسلامية وخدماتها وتعاملاتها، لأنها قليلة الاهتمام بالجانب التسويقي على عكس تكريس اهتمامها بالجانب الاجتماعي والبيئي.

الفصل الثالث:

دراسة أثر المحددات على
اختيار العملاء للخدمات المالية
الإسلامية في الجزائر

تمهيد :

بعد الانتهاء من تناول بعض المفاهيم والمعلومات المتعلقة بالجانب النظري للدراسة ننقل إلى الجانب التطبيقي والمتمثل في الدراسة الميدانية بهدف التعرف على مختلف العوامل والمتغيرات التي تتحكم في العميل وتجعله يختار الخدمات المالية الإسلامية عن الخدمات التقليدية من خلال تصميم استمارة استبيان قصد تحول الدراسة من دراسة كيفية إلى دراسة كمية قابلة للقياس نستهلها بأول خطوة وهي تحضير الدراسة الميدانية التي تعتبر من أهم الخطوات نظرا لصعوبة القيام بها.

المبحث الأول: تخطيط وتصميم الدراسة الميدانية

يشتمل المبحث الأول على تحديد أدوات القياس المستخدمة في البحث واختبار مدى صلاحيتها قصد معرفة الأثر المرغوب قياسه في نهاية الفصل.

المطلب الأول: المعلومات ومصادر الحصول عليها

قمنا بمعرفة نوع المعلومات التي نود الحصول عليها من خلال الإشكالية الرئيسية، حيث وجدنا أن المعلومات المطلوبة من أجل الإجابة على هذه الإشكالية هي معلومات أولية والتي يتم الحصول عليها من خلال مسح ميداني يشمل متعاملين مع البنوك والشبابيك الإسلامية وعمال ومديري البنوك الإسلامية نظرا لكونهم الأطراف المرتبطة ارتباطا مباشرا بالخدمة المالية الإسلامية ، وهذا المسح الميداني قصد الحصول على معلومات تحاول معرفة وقياس مستوى تأثير مختلف العوامل والمتغيرات على اختيار لمستهلك للخدمات المالية الإسلامية .

أولا : مجتمع وعينة الدراسة :

تعتمد الدراسة بصفة أساسية على استقصاء ميداني موزع على عينة تقدر بـ (70) لأشخاص متعاملين مع البنوك والشبابيك الإسلامية، وتم استرجاع (55) عينة أي بنسبة (78.57%) استبعد منها 5 عينة نظرا لعدم استكمال الشروط والإجابات فيها وبذلك أصبح عدد العينات المدروسة (50) عينة أي ما يعادل (71.43%) من العينة الإجمالية الموزعة وذلك حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (01): عدد الاستبيانات الموزعة

النسبة %	التكرار	الاستبيان
100	70	الاستبيانات الموزعة
78.57	55	الاستبيانات المسترجعة
7.14	5	الاستبيانات المستبعدة
71.43	50	الاستبيانات الصالحة للتحليل

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss 23

ثانيا: إعداد الاستبيان:

من أجل تقييم ومعرفة مختلف العوامل والمؤثرات لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية تم الاعتماد على نموذج يعتمد على فهم سياسة البنوك والشبابيك الإسلامية في جذب العملاء لاختيار الخدمات المالية الإسلامية أو حتى للأفراد الذين يريدون الحصول على خدمات الصيرفة الإسلامية وقصد معرفة العلاقة بين هذه المكونات . تم بناء وتصميم العديد من الأسئلة الموجودة في الاستبيان والتي صممت على أساس هذه المكونات، ومن أجل محاولة قياس العوامل التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية تم الاعتماد على كلا من برنامج Spss و Excel .

ثالثا: تحديد أهداف قائمة الاستبيان:

هناك هدف رئيسي وأهداف ثانوية، فالهدف الرئيسي يتمثل في معرفة العلاقة بين المتغيرات قصد تأكيد أو نفي الفرضيات والحصول على إجابات التي من شأنها أن تجيب على الإشكالية الرئيسية للدراسة. أما الأهداف الثانوية تتمثل في معرفة كيف تساهم المكونات في التعرف على

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

مختلف المحددات التي تحكم اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية كما يهدف الاستبيان إلى محاولة معرفة أكثر المحددات تأثيراً على اختيار العميل.

رابعاً: تحديد فرضيات الدراسة:

قبل القيام بالاستقصاء لابد من توفر فرضيات الدراسة والتي على ضوءها يتم تحديد الأسئلة من أجل إثبات صحة الفرضية من عدمها، وتتمثل فرضيات الدراسة فيما يلي:

أ- الناحية الشرعية للمنتجات الإسلامية أكبر عامل لإقبال العملاء عليها.
ب- توجد علاقة إرتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، والبنوك والشبابيك الإسلامية .

ت- تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء.

ث- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05)

خامساً: تحديد الأسئلة:

تم الاعتماد في إعداد الاستبيان على الجداول والسبب يرجع لاستعمال سلم ليكارت الخماسي الذي يعتبر من بين الأساليب الأكثر استخداماً في قياس الاتجاهات وكذلك كل مكون من مكونات قياس الاتجاهات يحتوي على عدد كبير من المتغيرات المرتبطة به.

سادساً: مخطط البحث:

لغرض تحقيق أهداف البحث تم صياغة مخطط فرضي يوضح طبيعة العلاقة بين متغيري البحث والذي هو موضح في الشكل التالي:

الجدول رقم (02): نموذج البحث

المتغير التابع	المتغير المستقل
عوامل إقبال المستهلك على اختيار المنتجات المالية الإسلامية (عوامل شرعية دينية، اجتماعية بيئية وتسويقية)	منتجات الصيرفة الإسلامية

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثاني: الاختبارات الأولية لأداة القياس:

لكي يتم التأكد من صدق الاستبانة من عدمها قمنا بإجراء مجموعة من الاختبارات عليها وذلك من خلال اللجوء إلى المحكمين بالإضافة إلى الاختبارات الإحصائية اللازمة لذلك.

أولاً: صدق الاستبانة: من أجل التأكد من صدق الاستبانة ومناسبة فقراتها قمنا بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة و الاختصاص والذين هم من أعضاء الهيئة التدريسية في بعض الجامعات الجزائرية بعد أخذ رأي الأستاذ المشرف، حيث قاموا بإصدار حكمهم على درجة مناسبة الأسئلة ومدى سلامة ودقة الصياغة اللفظية والعلمية لعبارات الاستبيان ومدى شمول الاستبانة لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها، وتم تدوين ملاحظات وعلى ضوءها قمنا بإجراء تعديلات التي أشار عليها المحكمون، حتى تم الوصول للشكل النهائي للاستبانة.

ثانياً: ثبات متغيرات الاستبانة: استخدمنا في الدراسة معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس ثبات الاستبانة، بحيث تكون قيمة ألفا كرونباخ مقبولة إذا تعدت قيمتها 0.60 وأوضحت النتائج أن قيمة الثبات كانت مرتفعة وذلك حسب ما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس ثبات الاستبانة

المعامل	معامل ألفا	الثبات
الأسئلة	0,909	53

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23

الجدول رقم (04): معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس ثبات الاستبانة للمحاور

المعامل	معامل ألفا	الثبات
المحور الأول	0.727	10
المحور الثاني	0.687	7
المحور الثالث	0.922	36

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23

يتضح من الجدول (03) أن معامل ألفا كان مرتفعا بـ0.909، كما كانت قيمة الثبات مرتفعة أيضا هذا ما يدل على ثبات متغيرات الاستبانة.

ثالثا: صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية والبالغ عددها 50 مفردة وذلك بحساب المتوسط الحسابي لكل محور، ثم قمنا بحساب معامل الارتباط بين المحور وعبارته لذا سنحسب الاتساق الداخلي لثلاثة أجزاء في الاستبيان (المحددات الشرعية والدينية، المحددات الاجتماعية والبيئية، المحددات التسويقية) بحيث يتضمن المحور الأول

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

شرعية النظام المصرفي الإسلامي والمحور الثاني يشير إلى مساهمة الشبابيك الإسلامية في الجانب الاجتماعي أما المحور الثالث يشير إلى عناصر المزيج التسويقي للمصارف الإسلامية.

أ/- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحددات الشرعية والدينية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية (الجزء الأول).

يتكون هذا المحور من مجموعة من الفقرات (من 01 إلى غاية 10)، ومن أجل معرفة مدى ثبات هذه المحاور ككل تطرقنا إلى استعمال معامل الارتباط بيرسون حتى يتبين مدى الاتساق الداخلي بين فقراته.

الجدول رقم (05): معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الأول لاستبانة الدراسة

الرقم	المحددات الشرعية والدينية	معامل الارتباط	Sig	النتيجة
01	الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ الاجتماعية	**1	0.000	دال
02	النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية	*0.360	0.009	دال
03	تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية من منتجات	**0.405	0.003	دال
04	وجود الرقابة الشرعية في المصارف	**0.211	0.137	غير دال

			الإسلامية مهم لتعاملي معها	
05	لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر	**0.513	0.000	دال
06	لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه	**0.101	0.480	غير دال
07	مبادئ عمل المصارف والشبابيك(البيوع، المشاركات) الإسلامية عادلة في توزيع الأرباح	**0.126	0.379	غير دال
08	التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق	**0.207	0.146	غير دال
09	ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية	**0.150	0.293	غير دال
10	أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاقية عالية في المعاملة مع الزبائن والمجتمع	**0.020	0.887	غير دال

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss23

من خلال الجدول أعلاه نجد أن معظم فقرات المحددات الشرعية والدينية الكلي لفقراته دالة إحصائياً، ومنه تعتبر فقرات الاستبيان صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

ب/- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحددات الاجتماعية والبيئية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية (الجزء الثاني).

يتكون هذا المحور من مجموعة من الفقرات (من 01 إلى غاية 07)، ومن أجل معرفة مدى ثبات هذه المحاور ككل تطرقنا إلى استعمال معامل الارتباط بيرسون حتى يتبين مدى الاتساق الداخلي بين فقراته.

الجدول رقم(06):معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الثاني لاستبانة الدراسة

النتيجة	sig	معامل الارتباط	المحددات الاجتماعية والبيئية	الرقم
دال		**1	المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع	01
دال	0.002	**0.425	نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع المصرف الإسلامي	02
دال	0.044	**0.283	يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها المصرف الإسلامي	03
غير دال	0.315	**0.143	شجعتني للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي	04
غير دال	0.296	**0.149	المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية	05

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

06	تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه	**0.421	0.02	دال
07	يساهم النظام المصرفي الإسلامي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية	**0.612	0.000	دال

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss23

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أغلب فقرات المحددات الاجتماعية والبيئية الإسلامية دالة إحصائياً، ومنه تعتبر فقرات الاستبيان صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

ج/- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحددات التسويقية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية (الجزء الثالث):

يتكون هذا المحور من مجموعة من الفقرات (من 01 إلى غاية 36)، ومن أجل معرفة مدى ثبات هذه المحاور ككل تطرقنا إلى استعمال معامل الارتباط بيرسون حتى يتبين مدى الاتساق الداخلي بين فقراته.

الجدول رقم(07):معامل الارتباط بيرسون لفقرات الجزء الثالث لاستبانة الدراسة

الرقم	المحددات التسويقية	معامل الارتباط	Sig	النتيجة
01	هيكل المصرف الإسلامي ذو تصميم منظم ومتكامل يجمع بين المعاصرة والثقافة الإسلامية	**1		دال
02	بيئة المصرف الداخلية نظيفة وجذابة ومريحة	**0.382	0.006	دال

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

			وودية تعكس ثقافة السلوك الإسلامي	
03	بيتة المصرف الخارجية آمنة وتوفر موقف سيارات وتحافظ على ممتلكاتي	**0.354	0.011	دال
04	يستخدم المصرف معدات وتقنيات حديثة ومتطورة في العمل	**0.316	0.024	دال
05	يتميز العاملون في المصرف بالأناقة وحسن المظهر	**0.330	0.018	دال
06	تعطي إدارة المصارف الإسلامية اهتماما فرديا لكل عميل	**0.223	0.116	غير دال
07	يظهر موظفو المصرف اهتماما صادقا للمساعدة	**0.125	0.381	غير دال
08	خدمة العميل من أهم أولويات المصرف الإسلامي	**0.225	0.112	غير دال
09	يفهم المصرف احتياجاتي الخاصة الشخصية	**0.268	0.057	غير دال
10	المصرف يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية	**0.224	0.114	غير دال
11	المصرف يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة	**0.375	0.007	دال

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

12	يقدم المصرف كشوف واضحة ودقيقة	**0.361	0.009	دال
13	يتم تنفيذ الخدمات بشكل صحيح، واضح ومفهوم للزبائن	**0.387	0.005	دال
14	المصرف يمتاز بسمعة حسنة في خدمة عملائه	**0.273	0.053	غير دال
15	خدمات المصرف الإسلامي تحقق ما يريه العملاء	**0.343	0.014	دال
16	انتشار الوكالات والشبائك الإسلامية بشكل كافي يستجيب لتطلعات العملاء	**0.085	0.554	غير دال
17	توفر العدد الكافي من الموظفين في المصرف للإنجاز والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات لتقديم الخدمة الفورية	**0.117	0.413	غير دال
18	لدى موظفي المصرف استعداد لتقديم الخدمة الفورية	**0.16	0.912	غير دال
19	أوقات تقديم الخدمات مناسبة	**0.115	0.420	غير دال
20	يقدم موظفو المصرف إجابات وافية للاستفسارات المطروحة	**0.258	0.068	غير دال
21	يستجيب موظفو المصرف بسرعة للطلبات	**0.318	0.023	دال

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

22	المصرف يوفر خدمة الاستفسار عبر الهاتف	**0.166	0.244	غير دال
23	موظفو المصرف يفهمون الطلبات بسهولة	**0.352	0.011	دال
24	موظفو المصرف يتمتعون بمهارة في تقديم الخدمة	**0.220	0.121	غير دال
25	موظفو المصرف يقومون بتكليف الخدمة لتلبية الطلبات	**0.240	0.089	غير دال
26	تدرس المصارف الإسلامية شكاوي العملاء بعناية فيها يتعلق بأسعار الخدمة المصرفية	**0.103	0.470	غير دال
27	يحقق المصرف الإسلامي أداء ماليا متميزا	**0.111	0.437	غير دال
28	أشعر بالأمان في التعامل مع المصرف الإسلامي	**0.109	0.445	غير دال
29	موظفو المصرف لديهم معرفة وخبرة كافية في العمل	**0.000	1.000	غير دال
30	يتمتع موظفو المصرف بقدر من اللطافة والود في التعامل	**0.112	0.435	غير دال
31	المصرف يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها	**0.063	0.661	غير دال
32	موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم	**0.191	0.180	غير دال

33	تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل	**0.353	0.011	دال
34	الخدمات المحصلة متكافئة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي	**0.12	0.933	غير دال
35	أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء	**0.020	0.889	دال
36	تتوفر مصداقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشباك الإسلامي	**0.419	0.002	دال

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss23

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أغلب فقرات المحددات التسويقية دالة إحصائياً، ومنه تعتبر فقرات الاستبيان صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

رابعا:صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة للوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان مجتمعة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (08): صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

محاوَر الاستبيان	معامل الارتباط	Sig	النتيجة
المحددات الشرعية والدينية	**0.569	0.000	دال
المحددات الاجتماعية والبيئية	**0.612	0.000	دال
المحددات التسويقية	**0.419	0.002	دال

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss23

من خلال الجدول رقم (08) نجد معاملات الارتباط بين كل محور والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان دالة إحصائية، وعليه تعتبر المحاور صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه.

المطلب الثالث: أدوات تحليل البيانات ووصف عينة الدراسة:

من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها من عملية الاستقصاء بشكل دقيق استعملنا كل من جداول التكرار والنسب المؤوية وكذا جداول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل معرفة العلاقة بين المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة، وكذلك استعملنا تحليل T-Test لاختبار صحة الفرضيات.

أولاً: عرض نتائج الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى عرض وتحليل نتائج الاستبيان وذلك من خلال عرض وتحليل نتائج البطاقة الشخصية للمستجوب وعرض وتحليل نتائج الأسئلة.

1/1- وصف عينة الدراسة: بعد جمع البيانات اللازمة من عينة قدرها (50) تم ترميزها وحجزها ومعالجتها في جهاز الكمبيوتر بالاعتماد على كل من برنامج Spss و Excel اللذان

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

يسهلان الحصول على النتائج في وقت قصير، وتم الحصول على النتائج كما هي مبينة في الجداول والأشكال المستعملة في عرض النتائج بالاعتماد على برنامجي Spss و Excel.

عرض النتائج الشخصية: قبل التطرق إلى عرض نتائج مضمون البحث نقوم في البداية بالتحليل الوصفي للأسئلة المتعلقة بالمستقصي والتي أدرجت في الأخير بهدف كسب ثقته.

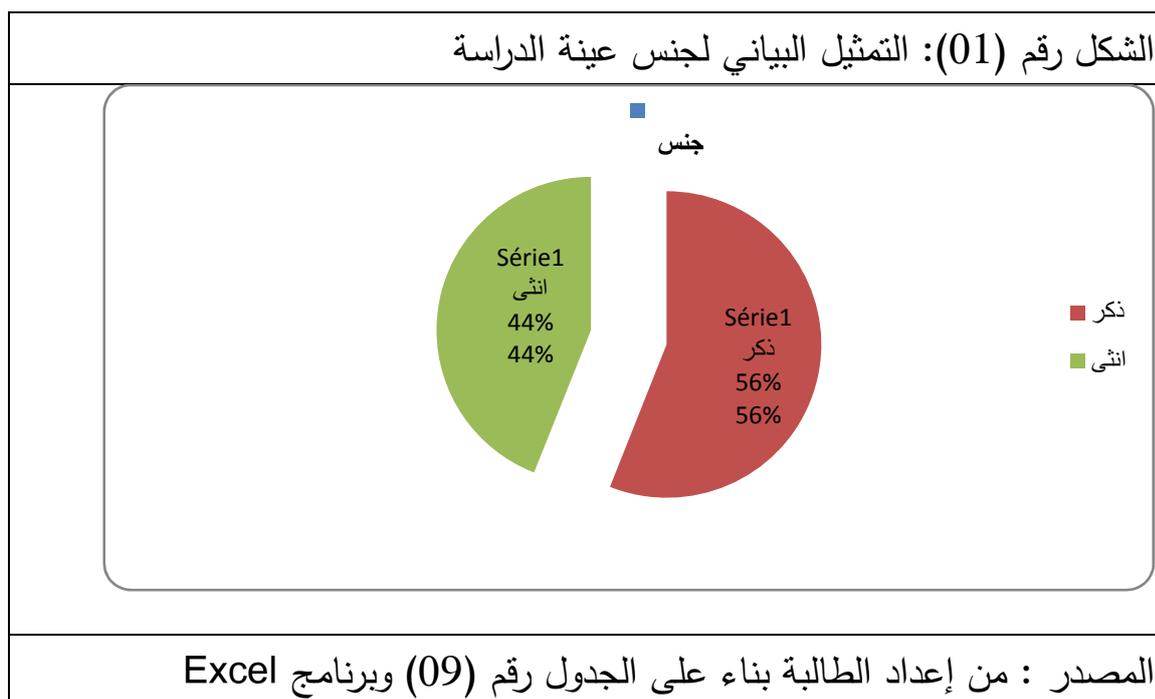
أ- جنس المستجوب: تتكون الدراسة من 50 فرد والتي من خلالها تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	28	56
أنثى	22	44
المجموع	50	100

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23

من خلال الجدول (09) يظهر أن عدد الذكور أكبر من عدد الإناث حيث يمثلون 56% من عينة الدراسة أي كلا الجنسين يقبل على الخدمات المالية الإسلامية.



ب- سن المستجوب: يتوزع سن أفراد عينة الدراسة حسب سن الفئات المدرج في الاستبيان إلى:

الجدول رقم (10) : توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 30 سنة	11	22
من 31 إلى 40 سنة	15	30
من 41 إلى 50 سنة	12	24
من 51 إلى 60 سنة	6	12
أكبر من 61 سنة	6	12
المجموع	50	100

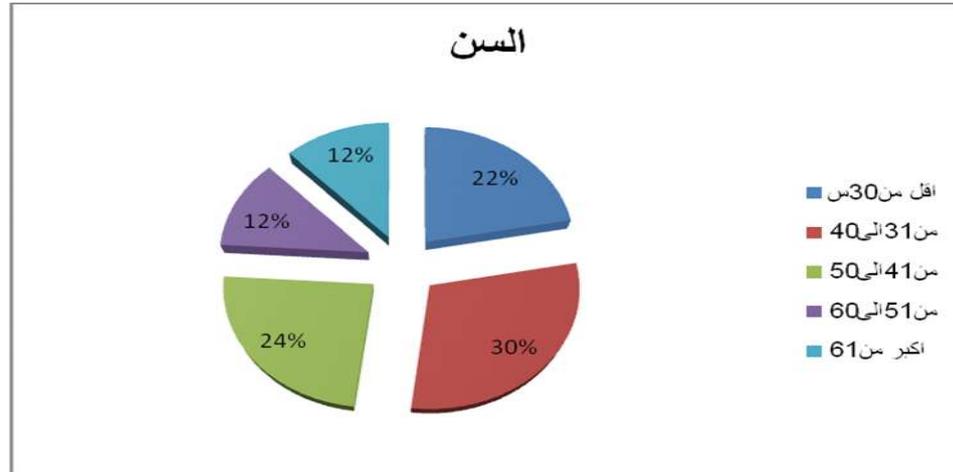
المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج spss 23

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن (22%) من المستجوبين سنهم أقل من 30 سنة ، وفئة من (31 سنة إلى 40 سنة من المستجوبين تمثل نسبة (30 %) بينما الفئة من 41 إلى 50 سنة

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

تمثل ما نسبته (24%)، أما الفئة من 51 إلى 60 سنة فنسبتهم في العينة تقدر بـ (12%)، أما الفئة أكثر من 61 سنة فنسبتهم في العينة تقدر بـ (12%) فمن خلال العينة يتضح أن غالبيتها في المجال من 30 الى 50 سنة بنسبة تقدر من 54 بالمئة ومنه نلاحظ أن الفئة الغالبة فئة شابة.

الشكل رقم(02) : التمثيل البياني لتوزيع سن عينة الدراسة



المصدر من إعداد الطالبة بناء على الجدول رقم 10 وبرنامج Excel

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

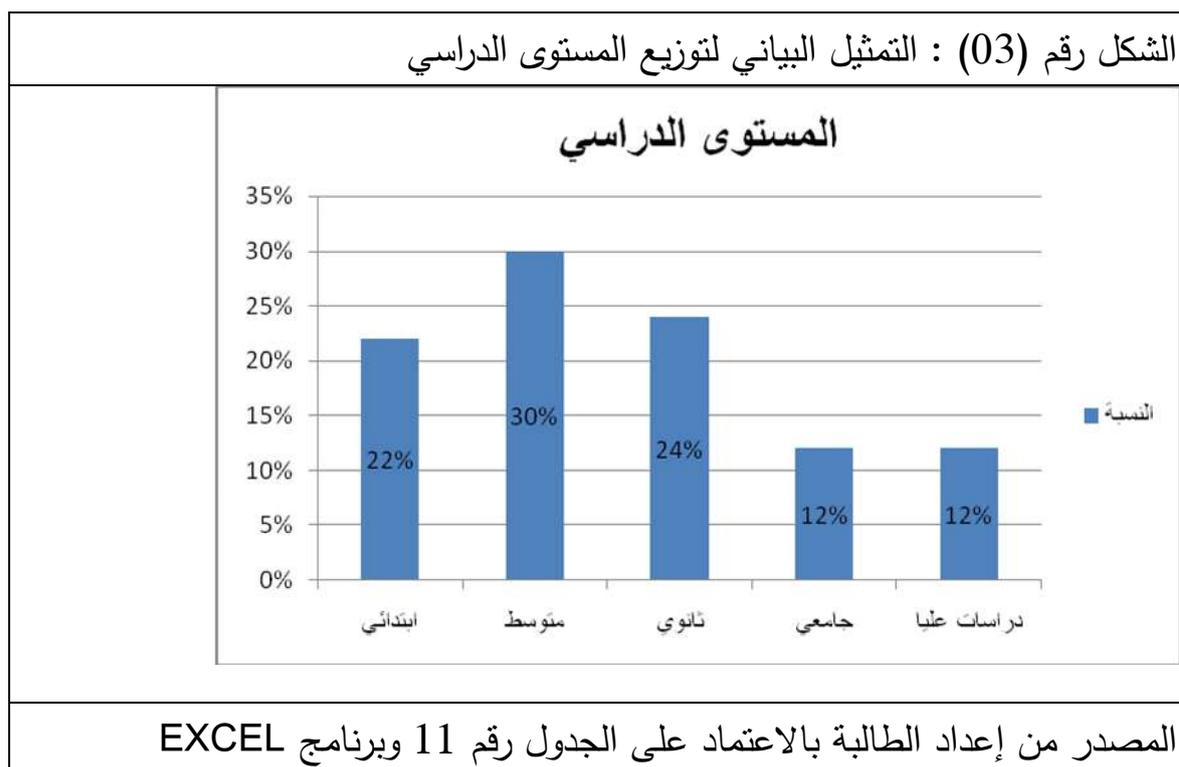
ت _ المستوى الدراسي للمستجوب: يتوزع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي إلى خمسة مجموعات:

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
8	4	ابتدائي
14	7	متوسط
22	11	ثانوي
40	20	جامعي
16	8	دراسات عليا
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Sps 23

من خلال الجدول (11) يتضح لنا أن الأفراد الذين مستواهم الدراسي جامعي يمثلون أكبر عدد بنسبة 40 % في حين أن نسبة الأفراد الذين مستواهم الدراسي ثانوي تأتي بعد الجامعي بحيث مثلت 22% من عينة الدراسة، لتليها بعد ذلك الأفراد الذين مستواهم الدراسي دراسات عليا بنسبة 16%، وفيما يخص المستوى متوسط فقد كانت نسبته 14% وفي الأخير نجد أن المستوى الدراسي ابتدائي بنسبة 8% ومنه نرى أن الفئة الغالبة فئة متقفة جامعية .



ث- مجال الوظيفة: يتوزع أفراد العينة حسب مجال الوظيفة الحالية إلى سبعة مجموعات والتي تتمثل في:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب مجال الوظيفة

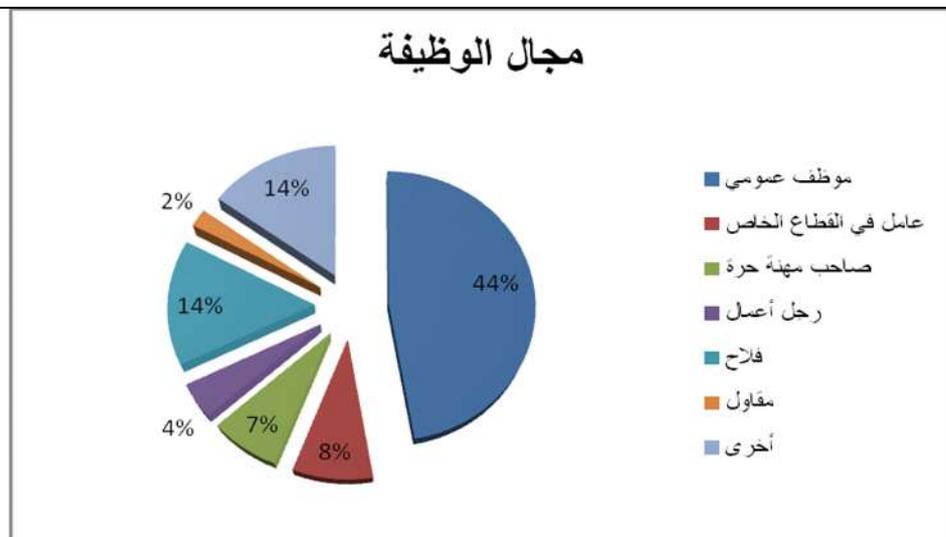
النسبة %	التكرار	مجال الوظيفة
44	22	موظف عمومي
8	4	عامل في القطاع الخاص
14	7	صاحب مهنة حرة
4	2	رجل أعمال
14	7	فلاح
2	1	مقاول
14	7	أخرى
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss 23

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الأفراد الذين يمثلون صفة موظف عمومي يمثلون أكبر عدد بنسبة 44% وهذا راجع لامتلاكهم دخول ثابتة نسبيا لتليها 14% وهي تمثل نسبة الأفراد الذين مجال وظيفتهم أصحاب المهن الحرة والفلاحين والوظائف الأخرى، أما العمال في القطاع الخاص فقد كانت بنسبة 8% و رجال الأعمال كانت نسبتهم تقدر ب 4% والباقي أي المقاولين فقد كانوا بنسبة 2%.

الشكل رقم (04): التمثيل البياني لمجال الوظيفة



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (12) وبرنامج Excel

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

ج- سنوات الخبرة: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب أقدمية التعامل مع المصرف أو الشباك إلى ثمانية مجموعات:

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب أقدمية التعامل مع المصرف أو الشباك

النسبة %	التكرار	أقدمية التعامل مع البنك
42	21	سنة فأقل
20	10	سنتين فأقل
12	6	أقل من 3 سنة
8	4	5 سنة فأقل
14	7	10 سنة فأقل
2	1	15 سنة فأقل
2	1	20 سنة فأقل
0	0	أكثر من 20 سنة
100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23

من خلال الجدول (13) يتبين لنا أن الأفراد الذين سنوات خبرتهم سنة فأقل تقدر نسبتهم 42% والأفراد الذين سنوات خبرتهم سنتين فأقل تقدر نسبتهم 20%، بينما نسبة 14% فهي تمثل الأفراد الذين سنوات خبرتهم 10 سنة فأقل و 12% للأفراد الذين خبرتهم أقل من 3 سنة ، الأفراد الذين سنوات خبرتهم 5 سنة فأقل تقدر نسبتهم 8% وأخيرا نسبة 2% للأفراد الذين سنوات خبرتهم 15 سنة فأقل و 20 سنة فأقل.

الشكل رقم (05) : التمثيل البياني لأقدمية التعامل مع المصرف أو الشباك



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الجدول رقم 13 و برنامج Excel

ج _ المصرف أو الشباك: يتوزع أفراد العينة حسب المصرف أو الشباك إلى ستة مجموعات.

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب المصرف أو الشباك

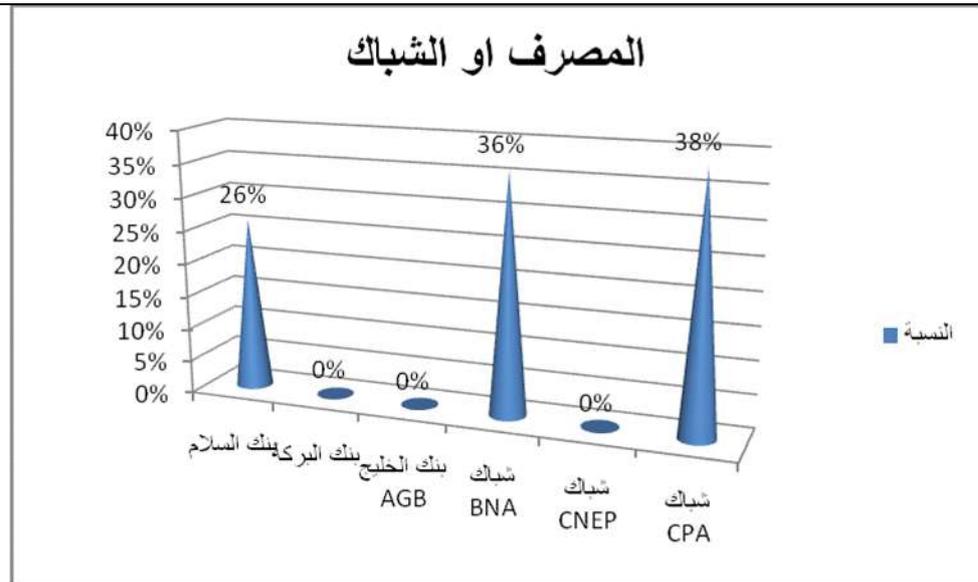
النسبة %	التكرار	المصرف أو الشباك
26	13	بنك السلام
00	00	بنك البركة
00	00	بنك الخليج AGB
38	19	شباك BNA
00	00	شباك CNEP
34	17	شباك CPA
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23.

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ تعامل العملاء كان بنسب متقاربة بين شبك CPA و شبك BNA حيث نسبة الأول (36%) ونسبة الثاني على التوالي (38%) ويليهم بنك السلام بنسبة قدرها (26%)، أما الشبايبك والبنوك الأخرى لا يوجد تعامل معها لعدم تبنيها بعد للصيرفة الإسلامية.

الشكل رقم (06): التمثيل البياني للمصرف أو الشباك



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الجدول رقم (14) و برنامج Excel

المبحث الثاني: تحليل نتائج محاور وأبعاد الاستبيان

من خلال هذا المبحث سنحاول القيام بعملية تحليل لكل محور من محاور الاستبيان حتى نتمكن من إعطاء قراءة أفضل للاستبيان وذلك من خلال تحليل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الناتجة عن برنامج spss

المطلب الأول: تحليل بعد المحددات الشرعية والدينية:

من خلال هذا الجزء سنقوم بتحليل نتائج الأسئلة التي تمثل المحددات الشرعية والدينية أي الأسباب الشرعية والدينية التي تدفع بالعميل لاختيار الخدمات المالية الإسلامية والتي كانت محل رد بعض المستجوبين ضمن العينة المدروسة. لكن قبل ذلك يجب توضيح المقياس الذي اتبع في الدراسة والمتمثل في مقياس ليكارت الخماسي.

الجدول رقم (15): مقياس ليكارت الخماسي

الدرجة	غير موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	موافق بشدة
المستوى	1	2	3	4	5
المتوسط الحسابي	1.79 _ 1	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19 _ 3.4	5 _ 4.2

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss

الجدول رقم (16) : درجات الموافقة عن عبارات بعد المحددات الشرعية والدينية

الرقم	المحددات الشرعية والدينية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
01	الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ الاجتماعية	4.12	0.864	موافق
02	النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية	4.27	0.666	موافق كلياً
03	تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية من منتجات	3.82	1.090	موافق كلياً
04	وجود الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية مهم لتعاملي معها	4.41	0.606	موافق كلياً
05	لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر	4.14	0.775	موافق
06	لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه	4.06	0.835	موافق
07	مبادئ عمل المصارف والشبابيك (البيع، المشاركات) الإسلامية عادلة في توزيع الأرباح	3.82	0.932	موافق كلياً
08	التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق	4.08	0.956	موافق

09	ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية	4.24	0.862	موافق كليا
10	أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاقية عالية في المعاملة مع الزبائن والمجتمع	4.37	0.871	موافق كليا
المحددات الشرعية والدينية (البعد ككل)				
		4.1333	0.46029	موافق

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج برنامج Spss23

من خلال هذا الجدول يتضح أن كل العبارات المتعلقة ببعد المحددات الشرعية والدينية كانت بمتوسط حسابي مرتفع على المتوسط الحسابي السلمي (3) وهي بذلك تعبر عن موافقة الأفراد على هذه العبارات إلا أنه هناك تباين كبير في الإجابات هذا ما يظهره الانحراف المعياري.

بناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى شرعية النظام الإسلامي ومعاملاته جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن بعد المحددات الشرعية والدينية ككل (4.1333) و هذا يدل على أن المبحوثين في مختلف الوظائف يتمتعون بالرغبة في التعامل مع الشبابيك أو البنوك الإسلامية، والتي من شأنها أن تطور وتحسن من أدائهم في تطوير القطاع أو رغبة من المواطن في الحصول على الخدمات المالية الإسلامية.

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

المطلب الثاني:تحليل محور المحددات الاجتماعية والبيئية: من خلال هذا الجزء سنقوم بتحليل نتائج الأسئلة التي تمثل الجزء المتعلق بالمحددات الاجتماعية والبيئية لطالبي الخدمة المالية الإسلامية.

الجدول رقم (17): درجات الموافقة عن عبارات المحددات الاجتماعية والبيئية

الرقم	المحددات الاجتماعية والبيئية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
01	المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع	4.14	0.792	موافق
02	نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع المصرف الإسلامي	3.86	1.040	موافق
03	يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها المصرف الإسلامي	3.71	0.986	موافق
04	شجعني للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي	3.96	0.720	موافق
05	المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية	3.92	0.845	موافق
06	تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه	4.16	0.784	موافق
07	يساهم النظام المصرفي الإسلامي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية	4.02	0.969	موافق
	المحددات الاجتماعية والبيئية (البعد ككل)	3.9664	0.51554	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 23

من خلال هذا الجدول يتضح أن معظم العبارات كانت بمتوسط حسابي أكبر من المتوسط الحسابي السلمي (3) وهي بذلك تعبر عن موافقة الأفراد على هذه العبارات إلا أنه هناك تباين كبير في الإجابات هذا ما يظهره الانحراف المعياري.

بناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى مساهمة الخدمات المالية الإسلامية في الجانب الاجتماعي جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن بعد المحددات الاجتماعية والبيئية ككل (3.9664) وهذا يدل على أن المبحوثين في مختلف المهن والوظائف يتمتعون بكفاءة ايجابية تصف الرغبة في أن يكونوا أعضاء فاعلين في البنوك والشبابيك الإسلامية، والتي من شأنها أن تحسن من أداء الخدمات المالية لتطوير قطاع البنوك.

المطلب الثالث: تحليل المحددات التسويقية:

من خلال هذا الجزء سنقوم بتحليل نتائج الأسئلة التي تمثل الجزء المتعلق بالمحددات التسويقية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية، وتظهر النتائج في الجدول

الجدول رقم (18): درجات الموافقة عن عبارات المحددات التسويقية

الرقم	المحددات التسويقية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة
01	هيكل المصرف الإسلامي ذو تصميم منظم ومتكامل يجمع بين المعاصرة والثقافة الإسلامية.	4.47	0.578	موافق كلياً
02	بيئة المصرف الداخلية نظيفة وجذابة ومريحة وودية تعكس ثقافة السلوك الإسلامي.	4.24	1.206	موافق

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

03	بيئة المصرف الخارجية آمنة وتوفر موقف سيارات وتحافظ على ممتلكاتي.	3.76	1.335	موافق
04	يستخدم المصرف معدات وتقنيات حديثة ومتطورة في العمل.	4.37	0.774	موافق كليا
05	يتميز العاملون في المصرف بالأناقة وحسن المظهر.	4.47	0.703	موافق كليا
06	تعطي إدارة المصارف الإسلامية اهتماما فرديا لكل عميل.	4.33	0.931	موافق كليا
07	يظهر موظفو المصرف اهتماما صادقا للمساعدة.	4.61	0.666	موافق كليا
08	خدمة العميل من أهم أولويات المصرف الإسلامي.	4.45	0.642	موافق كليا
09	يفهم المصرف احتياجاتي الخاصة الشخصية.	4.39	0.850	موافق كليا
10	المصرف يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية.	4.49	0.809	موافق كليا
11	المصرف يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	4.67	0.554	موافق كليا
12	يقدم المصرف كشوف واضحة ودقيقة.	4.57	0.608	موافق كليا
13	يتم تنفيذ الخدمات بشكل صحيح، واضح ومفهوم للزبائن.	4.45	0.642	موافق كليا
14	المصرف يمتاز بسمعة حسنة في خدمة عملائه.	4.45	0.783	موافق كليا
15	خدمات المصرف الإسلامي تحقق ما يريجه العملاء.	4.43	0.671	موافق كليا

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

16	انتشار الوكالات والشبائيك الإسلامية بشكل كافي يستجيب لتطلعات العملاء.	4.33	0.816	موافق كلياً
17	توفر العدد الكافي من الموظفين في المصرف للإنجاز والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات.	4.43	9.781	موافق كلياً
18	لدى موظفي المصرف استعداد لتقديم الخدمة الفورية.	4.47	0.644	موافق كلياً
19	أوقات تقديم الخدمات مناسبة.	4.39	0.777	موافق كلياً
20	يقدم موظفو المصرف إجابات وافية للاستفسارات المطروحة.	4.31	0.735	موافق كلياً
21	يستجيب موظفو المصرف بسرعة للطلبات.	4.45	0.673	موافق كلياً
22	المصرف يوفر خدمة الاستفسار عبر الهاتف.	4.29	0.923	موافق كلياً
23	موظفو المصرف يفهمون الطلبات بسهولة.	4.49	0.674	موافق كلياً
24	موظفو المصرف يتمتعون بمهارة في تقديم الخدمة.	4.47	0.758	موافق كلياً
25	موظفو المصرف يقومون بتكليف الخدمة لتلبية الطلبات.	4.41	0.804	موافق كلياً
26	تدرس المصارف الإسلامية شكاوي العملاء بعناية فيها يتعلق بأسعار الخدمة المصرفية.	4.33	0.864	موافق كلياً
27	يحقق المصرف الإسلامي أداءً مالياً متميزاً.	4.47	0.610	موافق كلياً
28	أشعر بالأمان في التعامل مع	4.67	0.622	موافق كلياً

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

			المصرف الإسلامي.
موافق كليا	0.857	4.57	29 موظفو المصرف لديهم معرفة وخبرة كافية في العمل.
موافق كليا	0.476	4.61	30 يتمتع موظفو المصرف بقدر من اللطافة والود في التعامل.
موافق كليا	0.728	4.57	31 المصرف يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها.
موافق كليا	0.777	4.41	32 موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.
موافق كليا	0.608	4.51	33 تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل.
موافق كليا	0.698	4.57	34 الخدمات المحصلة متكافئة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي.
موافق كليا	0.674	4.87	35 أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء.
موافق كليا	0.608	4.65	36 تتوفر مصداقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشباك الإسلامي.
موافق كليا	0.39550	4.4368	المحددات التسويقية (البعد ككل)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss23

من خلال هذا الجدول يتضح أن معظم العبارات كانت بمتوسط حسابي أكبر من المتوسط الحسابي السلمي (3) وهي بذلك تعبر عن موافقة الأفراد على هذه العبارات إلا أنه هناك تباين كبير في الإجابات هذا ما يظهره الانحراف المعياري.

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

بناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى معرفة العميل بالمزيج التسويقي المالي الإسلامي جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن المحددات التسويقية لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية ككل (4.4368) وهذا يدل على أن المبحوثين الفاعلين في الصيرفة الإسلامية يتمتعون بكفاءة ايجابية تصف الرغبة الجامحة في أن تكون الخدمات المالية للبنوك الإسلامية مساهمة في تطوير وتحسن هذه الصناعة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة الميدانية

بعد أن تم جمع البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وفي ضوء الفرضيات التي استهدفت هذه الدراسة اختبارها، سنتطرق من خلال هذا الجزء إلى اختبار الفرضيات المتعلقة بالدراسة الميدانية والتحقق من صحتها أو عدمها وذلك باستعراض نتائج التحليل بالنسبة لكل فرضية .

المطلب الأول: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

H_0 : الناحية الشرعية اقل عامل لإقبال العملاء على المنتجات المالية الإسلامية.

H_1 : الناحية الشرعية اكبر عامل لإقبال العملاء على المنتجات المالية الإسلامية.

الجدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

معامل التحديد R2	معامل الارتباط R	مستوى الدلالة Sig	T المحسوبة	B	المتغيرات المستقلة
0.148	0.384	0.003	3.143	2.149	الثابت
		0.005	2,914	0.447	العوامل الشرعية والدينية التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار المنتجات المالية الإسلامية

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات برنامج Spss23

لدينا المعادلة التالية: أي: $y=0.447 +2.149X$

Y:العوامل الشرعية التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار المنتجات المالية الإسلامية

X:المنتجات المالية الإسلامية

استخدمنا تحليل الانحدار البسيط لاختبار فرضية البحث الرئيسية الأولى وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل الوارد في الجدول أنه توجد علاقة بين العامل التابع المتمثل في العوامل الشرعية المؤثرة على اختيار العميل للخدمات المالية الإسلامية والعامل المستقل المتمثل في المنتجات المالية الإسلامية إذا بلغ ($t=2.914$) بمستوى دلالة (0.005)، وتشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى أن قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين هي (0.384)، حيث فسر متغير الحوافز (14.8%) من التباين في مستوى تميز المحددات الشرعية والدينية بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2)، وبالتالي نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على انه "الناحية الشرعية اكبر عامل لإقبال العملاء على المنتجات المالية الإسلامية".

المطلب الثاني: تحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

H_0 : لا توجد علاقة إرتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، ومنتجات الصيرفة الإسلامية.

H_1 :توجد علاقة إرتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، ومنتجات الصيرفة الإسلامية.

الجدول رقم (20): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

معامل التحديد R2	معامل الارتباط R	مستوى الدلالة Sig	T المحسوبة	B	المتغيرات المستقلة
0.051	0.225	0.002	3.297	2.664	الثابت
		1.12	1.618	0.294	العوامل الاجتماعية والبيئية التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات برنامج Spss23

لدينا المعادلة التالية: أي: $y=0.294+2.664X$

Y :العوامل الاجتماعية والبيئية التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية
 X :منتجات الصيرفة الإسلامية

استخدمنا تحليل الانحدار البسيط لاختبار فرضية البحث الرئيسية الثانية وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل الوارد في الجدول لا توجد علاقة إرتباطية بين المتغير المستقل المتمثل في منتجات الصيرفة الإسلامية والمتغير التابع المتمثل في العوامل التي تجعل المستهلك على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية المتمثلة في الاجتماعية البيئية إذا بلغ ($t=1.618$) بمستوى دلالة (1.12)، وتشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى أن ضعف العلاقة بين المتغيرين السابقين هي (0.225)، حيث فسر متغير الحوافز (5.1%) من التباين في مستوى تميز المحددات بالاعتماد على قيمة معامل التحديد (R^2)، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية H_0 التي تنص على انه: "لا توجد علاقة إرتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، ومنتجات الصيرفة الإسلامية."

المطلب الثالث: تحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

H_0 : تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير سلبي في جذب العملاء.

H_1 : تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء.

لاختبار هذه الفرضية نعلم على المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الذي يعبر عن المحددات التسويقية.

نتائج اختبار (t-test) لهذه الفرضية تظهر من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (21): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

Sig	درجة الحرية	T	الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0.000	50	25.944	0.05538	0.39550	4.4368	المحددات التسويقية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات برنامج Spss23

قيمة (t) تساوي 25.944 والاحتمالية المصاحبة لها 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) ومنه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والقائلة " تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء ".

المطلب الرابع: تحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة :

H_0 : لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05).

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

H_1 : يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05).

الجدول رقم (22): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة

المتغيرات المستقلة	B	T المحسوبة	مستوى الدلالة Sig	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2
الثابت	1.604	4.098	0.000	0.686	0.471
العوامل التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية	0.580	6.602	0.000		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات برنامج Spss 23

لدينا المعادلة التالية: $y = 0.580 + 1.604X$ أي:

Y :العوامل التي تجعل المستهلك يقبل على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية

X :منتجات الصيرفة الإسلامية

استخدمنا تحليل الانحدار البسيط لاختبار فرضية البحث الرئيسية الرابعة وقد تبين من خلال نتائج هذا التحليل الوارد في الجدول وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المتغير المستقل المتمثل في منتجات الصيرفة الإسلامية والمتغير التابع المتمثل في العوامل التي تجعل المستهلك على اختيار منتجات الصيرفة الإسلامية المتمثلة في العوامل الدينية الشرعية، الاجتماعية البيئية والتسويقية إذا بلغ ($t=6.602$) بمستوى دلالة (0.000)، وتشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى أن قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين هي (0.686)، حيث فسر متغير الحوافز (47.1%) من التباين في مستوى تميز المحددات بالاعتماد على قيمة معامل

الفصل الثالث : دراسة أثر المحددات على اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر

التحديد (R^2)، وبالتالي نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي تنص على انه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية وذلك عند مستوى دلالة (0.05)".

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال نتائج الدراسة الميدانية وبعد تحليل آراء المتعاملين في البنوك والشبابيك الإسلامية بعد استجوابهم وتحليل المعطيات المحصل عليها باستخدام برنامج SPSS تبينا لنا أن المحددات بمختلف أنواعها من شرعية ودينية، اجتماعية وبيئية، تسويقية يحتاج لها البنك ليركز عليها لجذب أكبر شريحة ممكنة من العملاء من ناحية أخرى هي دافع العملاء للتعامل بالخدمات المالية الإسلامية، وقوة الدراسة التطبيقية تبقى متواضعة خاصة وأما حجم العينة التي أجريت عليها الدراسة قدرت بـ 50 مفردة فكما كانت العينة كبيرة كلما كانت نتائج الدراسة أكثر دقة.

الخلاصة

كان لظهور البنوك الإسلامية دورا مهما في رفع الكثير من الحرج الذي كان يواجه المسلمين عند تعاملهم مع البنوك التقليدية، وذلك لأنها تعتمد في ممارسة أنشطتها المصرفية على المشاركة في الربح والخسارة، وتجنب التعامل بالفائدة باعتبارها محرمة في الإسلام.

كما يعتبر تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر بتهيئة المناخ الملائم لعملها ومعرفة مختلف احتياجات العملاء ورغباتهم ضرورة حتمية يجب مراعاتها لأن الصيرفة الإسلامية شهدت تطورا وانتشارا واسعا، حيث يلاحظ أن هناك اهتماما عالميا بهذه الصناعة، مما يوحي أن مستقبل الصيرفة الإسلامية في الجزائر أيضا له شأن كبير، ولقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على مختلف المحددات لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية وبعد اختبار الفرضيات توصل إلى النتائج التالية:

اختبار الفرضيات:

مما سبق وبناء على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v23 والنتائج المحصلة منه وبالأدوات الإحصائية المستعملة نستخلص النتائج التالية:

- من اختبارنا للفرضية الأولى والتي مفادها: الناحية الشرعية للمنتجات الإسلامية أكبر عامل لإقبال العملاء عليها وتوصلنا إلى صحة هذه الفرضية نظرا لأن المجتمع الجزائري مسلم ويهتم بالناحية الشرعية للمنتجات وهذا راجع إلى رغبتهم في التعامل بهذه الصيغ لما تقدمه من مزايا وعروض.

- من اختبارنا للفرضية الثانية والتي مفادها: توجد علاقة إرتباطية موجبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية، ومنتجات الصيرفة الإسلامية توصلنا إلى عدم صحة هذه الفرضية فمن خلال إجابات الأفراد العينة تبين وجود علاقة سالبة بين المحددات الاجتماعية والبيئية ومنتجات الصيرفة الإسلامية.

- من اختبارنا للفرضية الثالثة والتي مفادها: تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية له تأثير ايجابي في جذب العملاء وتوصلنا إلى صحة هذه الفرضية نظرا لكون المحدد التسويقي للخدمة المصرفية الإسلامية أكبر عامل لجذب العملاء.
- من اختبارنا للفرضية الرئيسية والتي مفادها: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين المحددات واختيار العملاء لمنتجات الصيرفة الإسلامية عند مستوى دلالة (0.05) وتوصلنا إلى صحة هذه الفرضية نظرا لوجود علاقة قوية بين الطرفين.

نتائج الدراسة:

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال دراسة موضوع محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر -دراسة حالة عينة من المتعاملين مع البنوك والنوافذ الإسلامية- نعرضها في مايلي:

1 _ النتائج النظرية:

- البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية تقدم قروض وخدمات مالية تتماشى مع أحكام الشريعة الإسلامية.
- المنتجات المالية الإسلامية هي عبارة عن الصيغ والأدوات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية مثل المشاركة، القرض الحسن، المزارعة ... الخ.
- هناك محددات مختلفة لاختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية دون التقليدية وهي محددات شرعية دينية، اجتماعية بيئية، وتسويقية.

2 _ النتائج التطبيقية:

- وجود إقبال كبير وطلبات واستفسارات على المنتجات المالية الإسلامية من طرف العملاء.
- وجود مساعي من طرف الحكومة الجزائرية في تطوير الصيرفة الإسلامية وذلك من أجل تلبية طلبات العملاء من أجل رفع مستوى النظام البنكي الجزائري.

الاقتراحات والتوصيات: من خلال النتائج التي تم التوصل إليها ارتأينا إلى تقديم الاقتراحات التالية:

- ضرورة تكوين الموارد البشرية العاملة بالمصارف والشبابيك الإسلامية في الجانب الشرعي ليحسن ذلك من كفاءتهم في أساليب المعاملات المالية الإسلامية.
 - الاهتمام أكثر بالجانب التسويقي للمنتجات المالية الإسلامية.
 - فصل محاسبة الجانب الإسلامي عن الجانب التقليدي.
 - إعادة النظر في القانون 20 - 02.
 - تطوير المنتجات المالية الإسلامية من أجل ضمان تلبية جميع الطلبات.
- آفاق الدراسة:** لا شك أن هناك العديد من الجوانب التي لم تستوفها الدراسة، وهي جوانب ينبغي الاهتمام بها في مجال محددات اختيار العملاء للخدمات المالية الإسلامية في الجزائر، والتي نرى أنها تشكل مواضيع بحث مستقبلية نذكر منها مايلي:
- استراتيجيات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر.
 - إمكانية تحول البنوك التجارية إلى بنوك إسلامية دراسة حالة الجزائر.
 - التحديات التي تواجه الصيرفة الإسلامية والحلول المقترحة.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

1. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، الطبعة الأولى، جدة، 2004.
2. حدي محمد عريقات، إدارة المصارف الإسلامية "مدخل حديث"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2010.
3. مروان أبو عرابي، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية، دار تسنيم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006.
4. محمود الأنصاري، البنوك الإسلامية، كتاب الأهرام الاقتصادي، الكتاب الثامن، أكتوبر، 1998.

ثانياً: الرسائل والمذكرات:

1. إسماعيل مولوج، العوامل المؤثرة على نية تبني الصيرفة الإسلامية لدى العملاء في الجزائر، دراسة ميدانية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر.
2. أمال لعمش، دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، دراسة نقدية لبعض المنتجات المصرفية الإسلامية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع دراسات مالية ومحاسبية معمقة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، السنة الجامعية 2012/2011 .
3. بوحيزر رقية، إستراتيجية البنوك في مواجهة تحديات المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2012/2011.

4. بومدين محمد، المنافسة البنكية بين البنوك العمومية والخاصة في الجزائر، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة أدرار وبنك الخليج AGB، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، شعبة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، السنة الجامعية 2018/2017.
5. حامدي أحمد، الميزة التنافسية وانعكاساتها على جودة الخدمة البنكية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، السنة الجامعية 2019/2018.
6. حمزة عبد الكريم حماد، الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية، ملخص لرسالة الماجستير في الفقه وأصوله، كلية الشريعة، الجامعة الأردنية، السنة الجامعية 2004.
7. ركيبي كريمة، صيغ التمويل في البنوك الإسلامية، دراسة حالة بنك البركة الجزائري "وكالة تيزي وزو" 2005_2014، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أوالحاج، البويرة، السنة الجامعية 2012/2011.
8. زكرياء عزري، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر وآليات تطويرها، دراسة حالة لعينة من البنوك التجارية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع علوم تجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2018/2017.
9. سارة بن حيزية، أساسيات الصيرفة الإسلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2012/2011.

10. عبلة لمسلم، الدور الاقتصادي للمشاركة المصرفية، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، المسيلة، السنة الجامعية 2006/2005.
11. عماد فراح، دور البنوك الإسلامية في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في شعبة علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2014/2013.
12. عيشوش عبود، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دراسة حالة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، السنة الجامعية 2009/2008.
13. فلة بن زاوي، دور البنوك الإسلامية في تعبئة الموارد المالية للتنمية الاقتصادية، دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي السوداني 2008_2013، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، السنة الجامعية 2015/2014.
14. مقالاتي عليم، البنوك الإسلامية في الجزائر " بنك البركة نموذجا " ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، شعبة القانون الخاص، تخصص القانون الخاص الشامل، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، السنة الجامعية 2016/2015.
15. محمد حمود فهد بشير، محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة، قسم المحاسبة والتمويل، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، السنة الجامعية 2013/2012.
16. مطهري كمال، دراسة مقارنة البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، تخصص مالية

دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012/2011.

ثالثا: المجلات والمقالات والمدخلات والأبحاث

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، 2020/03/24.
2. أيمن فتحي فضل الخالدي، بحث بعنوان قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين (حسب وجهة نظر العملاء)، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلب الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، السنة الجامعية 2006.
3. بريش عبد القادر، زينب خلدون، الابتكار المالي في التمويل وأهميته في تحقيق كفاءة وفعالية أداء البنوك الإسلامية، مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 2، العدد 2، جوان 2016.
4. عبد الستار أبو غدة، الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية.
5. عبد الكريم أحمد قندوز، الصناعة المالية الإسلامية بدول المغرب العربي " الواقع والتحديات والأفاق " العدد 01، 2020، دراسات معهد التدريب وبناء القدرات.
6. رفاء عدنان نجم، العوامل المؤثرة في طلب الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة نينوى، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
7. صالح صالح، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية و الحوكمة العالمية، عنوان المداخلة: كفاءة صيغ وأساليب التمويل الإسلامي في احتواء الأزمات والتقلبات، جامعة سطيف 20 . 21 أكتوبر 2009 .
8. قادري محمد الطاهر، عموميات حول المصارف الإسلامية، مداخلة مقترحة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، يوم 23 فيفري 2011.

9. محمد علي، معالم في طريق تحويل المصارف من النظام التقليدي إلى النظام الإسلامي، الكفايات والمبررات والتحديات.

الملاحق

تحية طيبة وبعد: في إطار دراسة جامعية حول موضوع الصيرفة الإسلامية ، نود منكم أن تشاركونا بتقييمك للعبارات في الأسفل، وذلك بوضع علامة x في الخانة المناسبة؛ الخانات متدرجة من (1) تعني غير موافق كليا ، (2) تعني غير موافق ، (3) تعني محايد ، (4) تعني موافق ، (5) تعني موافق كليا على العبارة . شاكرين حسن تعاونكم وتفهمكم .

العبارة				
المحددات الشرعية والدينية				
01	الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ الدينية.			
	النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.			
	تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية من منتجات.			
	وجود الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية مهم لتعاطلي معها.			
	لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر.			
	لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه.			
	عمل المصارف والشبابيك (البيوع والمشاركات) الإسلامية عادلة في توزيع الأرباح.			
	التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق.			
	ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية.			
	أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاق عالية في التعامل مع الزبائن والمجتمع.			
المحددات الاجتماعية والبيئية				
	المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع.			
	نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار تعاطلي مع المصرف الإسلامي.			
	يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها المصرف الإسلامي.			
	شجعني للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي.			
	المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.			
	تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه.			
	يساهم النظام المصرفي الإسلامي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.			
المحددات التسويقية المكونة لعناصر المزيج التسويقي (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، الأفراد، العمليات، الدليل المادي)				
	هيكل المصرف الإسلامي ذو تصميم منظم ومتكامل يجمع بين المعاصرة والثقافة الإسلامية.			
	بيئة المصرف الداخلية نظيفة وجذابة ومريحة وودية تعكس ثقافة السلوك الإسلامي.			
	بيئة المصرف الخارجية آمنة وتوفر موقف سيارات وتحافظ على ممتلكاتي.			

					يستخدم المصرف معدات وتقنيات حديثة ومتطورة في العمل.
					يتميز العاملون في المصرف بالأناقة وحسن المظهر.
					تعطي إدارة المصارف الإسلامية اهتماما فرديا لكل عميل.
					يظهر موظفو المصرف اهتماما صادقا للمساعدة.
					خدمة العميل من أهم أولويات المصرف الإسلامي.
					يفهم المصرف احتياجاتي الخاصة الشخصية.
					المصرف يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية.
					المصرف يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.
					يقدم المصرف كشوف واضحة ودقيقة.
					يتم تنفيذ الخدمات بشكل صحيح، واضح ومفهوم للزبائن.
					المصرف يمتاز بسمعة حسنة في خدمة عملائه.
					خدمات المصرف الإسلامي تحقق ما يرجوه العملاء.
					انتشار الوكالات والشبابيك الإسلامية بشكل كافي يستجيب لتطلعات العملاء.
					توفر العدد الكافي من الموظفين في المصرف للإنجاز والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات.
					لدى موظفي المصرف استعداد لتقديم الخدمة الفورية.
					أوقات تقديم الخدمات مناسبة.
					يقدم موظفو المصرف إجابات وافية للاستفسارات المطروحة.
					يستجيب موظفو المصرف بسرعة للطلبات.
					المصرف يوفر خدمة الاستفسار عبر الهاتف.
					موظفو المصرف يفهمون الطلبات بسهولة.
					موظفو المصرف يتمتعون بمهارة في تقديم الخدمة.
					موظفو المصرف يقومون بتكليف الخدمة لتلبية الطلبات.

					تدرس المصارف الإسلامية شكاوي العملاء بعناية فيها يتعلق بأسعار الخدمة المصرفية.
					يحقق المصرف الإسلامي أداءً مالياً متميزاً.
					أشعر بالأمان في التعامل مع المصرف الإسلامي.
					موظفو المصرف لديهم معرفة وخبرة كافية في العمل.
					يتمتع موظفو المصرف بقدر من اللطافة والود في التعامل.
					المصرف يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها.
					موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.
					تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل.
					الخدمات المحصلة متكافئة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي.
					أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء.
					تتوفر مصداقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشبكاك الإسلامي.

الجنس	السن	المصرف أو الشبكاك	المستوى الدراسي	مجال الوظيفة	أقدمية التعامل مع المصرف
ذكر <input type="checkbox"/>	أقل من 30 سنة <input type="checkbox"/>	بنك السلام <input type="checkbox"/>	ابتدائي <input type="checkbox"/>	موظف عمومي <input type="checkbox"/>	سنة فأقل <input type="checkbox"/>
أنثى <input type="checkbox"/>	من 31 إلى 40 سنة <input type="checkbox"/>	بنك البركة <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	عامل في القطاع الخاص <input type="checkbox"/>	سنتين فأقل <input type="checkbox"/>
	من 41 إلى 50 سنة <input type="checkbox"/>	بنك الخليج AGB <input type="checkbox"/>	ثانوي <input type="checkbox"/>	صاحب مهنة حرة <input type="checkbox"/>	أقل من 03 سنة <input type="checkbox"/>
	من 51 إلى 60 سنة <input type="checkbox"/>	شبكاك BNA <input type="checkbox"/>	جامعي <input type="checkbox"/>	رجل أعمال <input type="checkbox"/>	05 سنة فأقل <input type="checkbox"/>
	أكبر من 61 سنة <input type="checkbox"/>	شبكاك CNEP <input type="checkbox"/>	دراسات عليا <input type="checkbox"/>	فلاح <input type="checkbox"/>	10 سنة فأقل <input type="checkbox"/>
		شبكاك CPA <input type="checkbox"/>		مقاول <input type="checkbox"/>	15 سنة فأقل <input type="checkbox"/>
					أكثر من 20 سنة <input type="checkbox"/>
					20 سنة فأقل <input type="checkbox"/>

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1	28	54,9	54,9	54,9
2	23	45,1	45,1	100,0
Total	51	100,0	100,0	

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 30 من اقل	12	23,5	23,5	23,5
من 31 الى 40	13	25,5	25,5	49,0
من 41 الى 50	13	25,5	25,5	74,5
من 51 الى 60	8	15,7	15,7	90,2
اكبر من 61	5	9,8	9,8	100,0
Total	51	100,0	100,0	

الشبكات

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide السلام	13	25,5	25,5	25,5
bna	19	37,3	37,3	62,7
cpa	19	37,3	37,3	100,0
Total	51	100,0	100,0	

مستوى دراسي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ابتدائي	4	7,8	7,8	7,8
متوسط	7	13,7	13,7	21,6
ثانوي	11	21,6	21,6	43,1
جامعي	21	41,2	41,2	84,3
دراسات عليا	8	15,7	15,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

مجال وظيفة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موظف عمومي	22	43,1	43,1	43,1
عامل في القطاع الخاص	4	7,8	7,8	51,0
صاحب مهنة حرة	8	15,7	15,7	66,7
رجل اعمال	2	3,9	3,9	70,6
فلاح	7	13,7	13,7	84,3
مقاول	1	2,0	2,0	86,3
اخرى	7	13,7	13,7	100,0
Total	51	100,0	100,0	

أقدمية التعامل مع المصرف

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة فاقل	21	41,2	41,2	41,2
سنتين فاقل	10	19,6	19,6	60,8
اقل من 3 سنة	6	11,8	11,8	72,5
سنة فاقل 5	5	9,8	9,8	82,4
سنة فاقل 10	7	13,7	13,7	96,1
سنة فاقل 15	1	2,0	2,0	98,0
سنة فاقل 20	1	2,0	2,0	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Corrélations

	الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ المبادئ الدينية.	النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.	تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية في الجزائر.						
في الخدمات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق	Corrélacion de Pearson	1	,360**	,405**					
	Sig. (bilatérale)		,009	,003					

مع المبادئ الدينية	N	51	51	51								
النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية	Corrélation de Pearson	,360**	1	,344*								
	Sig. (bilatérale)	,009		,014								
	N	51	51	51								
تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية في الجزائر.	Corrélation de Pearson	,405**	,344*	1								
	Sig. (bilatérale)	,003	,014									
	N	51	51	51								
وجود الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية مهم لتعاملها معها.	Corrélation de Pearson	,211	,359**	,021								
	Sig. (bilatérale)	,137	,010	,882								
	N	51	51	51								
لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر.	Corrélation de Pearson	,513**	,429**	,337*								
	Sig. (bilatérale)	,000	,002	,016								
	N	51	51	51								
لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه.	Corrélation de Pearson	,101	,366**	,385**								
	Sig. (bilatérale)	,480	,008	,005								
	N	51	51	51								
مبادئ عمل المصارف والشبابيك (البيوع والمشاركات) الإسلامية عادلة في توزيع الأرباح.	Corrélation de Pearson	,126	-,049	,087								
	Sig. (bilatérale)	,379	,731	,544								
	N	51	51	51								
التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق.	Corrélation de Pearson	,207	,248	-,082								
	Sig. (bilatérale)	,146	,079	,565								
	N	51	51	51								
ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية	Corrélation de Pearson	,150	,373**	,300*								
	Sig. (bilatérale)	,293	,007	,032								

الجزائرية.	N	51	51	51							
أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاق عالية في التعامل مع الزبائن والمجتمع	Corrélation de Pearson	,020	,027	-,140							
	Sig. (bilatérale)	,887	,851	,327							
	N	51	51	51							

Corrélations

		وجود الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية مهم لتعاملي معها.	لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر.	لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه.						
الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ الدينية.	Corrélation de Pearson	,211	,513**	,101						
	Sig. (bilatérale)	,137	,000	,480						
	N	51	51	51						
النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية	Corrélation de Pearson	,359**	,429**	,366**						
	Sig. (bilatérale)	,010	,002	,008						
	N	51	51	51						
تتوافق ثقافتي الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية في الجزائر.	Corrélation de Pearson	,021	,337*	,385**						
	Sig. (bilatérale)	,882	,016	,005						
	N	51	51	51						
وجود الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية مهم لتعاملي معها.	Corrélation de Pearson	1	,218	-,049						
	Sig. (bilatérale)		,124	,733						
	N	51	51	51						
لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر.	Corrélation de Pearson	,218	1	,389**						
	Sig. (bilatérale)	,124		,005						
	N	51	51	51						
لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه.	Corrélation de Pearson	-,049	,389**	1						
	Sig. (bilatérale)	,733	,005							
	N	51	51	51						

مبادئ عمل المصارف والشبابيك (البيوع والمشاركات) الإسلامية. عدالة في توزيع الأرباح	Corrélation de Pearson	-,010	,283*	,116				
	Sig. (bilatérale)	,942	,044	,416				
	N	51	51	51				
التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق.	Corrélation de Pearson	,116	,417**	,170				
	Sig. (bilatérale)	,418	,002	,234				
	N	51	51	51				
ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية.	Corrélation de Pearson	-,036	,549**	,592**				
	Sig. (bilatérale)	,802	,000	,000				
	N	51	51	51				
أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاق عالية في التعامل مع الزبائن والمجتمع	Corrélation de Pearson	,120	,130	,162				
	Sig. (bilatérale)	,400	,363	,256				
	N	51	51	51				

Corrélations

	مبادئ عمل المصارف والشبابيك (البيوع والمشاركات) الإسلامية عدالة في توزيع الأرباح.	التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق.	ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية.	
الخدمات في المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية تتوافق مع المبادئ الدينية.	Corrélation de Pearson	,126	,207	,150
	Sig. (bilatérale)	,379	,146	,293
	N	51	51	51
النظام المصرفي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية	Corrélation de Pearson	-,049	,248	,373**
	Sig. (bilatérale)	,731	,079	,007
	N	51	51	51
تتوافق ثقافتنا الدينية مع ما تطرحه المصارف والشبابيك الإسلامية في الجزائر.	Corrélation de Pearson	,087	-,082	,300*
	Sig. (bilatérale)	,544	,565	,032
	N	51	51	51
وجود الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية مهم لتعاملها معها.	Corrélation de Pearson	-,010	,116	-,036
	Sig. (bilatérale)	,942	,418	,802
	N	51	51	51

لدي ثقة تامة في الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المصرفية الإسلامية بالجزائر.	Corrélation de Pearson	,283*	,417**	,549**	
	Sig. (bilatérale)	,044	,002	,000	
	N	51	51	51	
لدي ثقة كبيرة في هيئة الرقابة الشرعية وإدارة المصرف أو الشباك الذي أتعامل معه.	Corrélation de Pearson	,116	,170	,592**	
	Sig. (bilatérale)	,416	,234	,000	
	N	51	51	51	
مبادئ عمل المصارف والشبابيك (البيوع والمشاركات) الإسلامية عادلة في توزيع الأرباح.	Corrélation de Pearson	1	,442**	,252	
	Sig. (bilatérale)		,001	,075	
	N	51	51	51	
التعامل مع المصارف الإسلامية يسبب البركة والنماء في الرزق.	Corrélation de Pearson	,442**	1	,390**	
	Sig. (bilatérale)	,001		,005	
	N	51	51	51	
ليس لدي أي شك تجاه شرعية منتجات المصارف والشبابيك الإسلامية الجزائرية.	Corrélation de Pearson	,252	,390**	1	
	Sig. (bilatérale)	,075	,005		
	N	51	51	51	
أتعامل مع البنوك الإسلامية بسبب وجود ثقافة أخلاق عالية في التعامل مع الزبائن والمجتمع.	Corrélation de Pearson	,083	,060	,307*	
	Sig. (bilatérale)	,564	,674	,028	
	N	51	51	51	

Corrélations

	المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع.	نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار مع المصرف الإسلامي.	يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها المصرف مع المصرف الإسلامي.				
المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع.	Corrélation de Pearson	1	,425**	,283*			
	Sig. (bilatérale)		,002	,044			
	N	51	51	51			
نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار	Corrélation de Pearson	,425**	1	,331*			

تعاملي مع المصرف الإسلامي.	Sig. (bilatérale)	,002		,018				
N		51	51	51				
يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها المصرف الإسلامي.	Corrélation de Pearson	,283*	,331*	1				
	Sig. (bilatérale)	,044	,018					
N		51	51	51				
شجعتي للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي.	Corrélation de Pearson	-,143	,126	,181				
	Sig. (bilatérale)	,315	,377	,205				
N		51	51	51				
المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.	Corrélation de Pearson	,149	,170	,044				
	Sig. (bilatérale)	,296	,234	,760				
N		51	51	51				
تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه.	Corrélation de Pearson	,421**	,395**	,345*				
	Sig. (bilatérale)	,002	,004	,013				
N		51	51	51				
يساهم النظام المصرفي الإسلامي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.	Corrélation de Pearson	,425**	,201	,257				
	Sig. (bilatérale)	,002	,157	,068				
N		51	51	51				

Corrélations

		شجعتي للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي.	المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.	تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه.	
المصارف والشبابيك الإسلامية توجه اهتماماتها نحو خدمة قضايا المجتمع.	Corrélation de Pearson	-,143	,149	,421**	
	Sig. (bilatérale)	,315	,296	,002	
N		51	51	51	
نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار تعاملي مع المصرف الإسلامي.	Corrélation de Pearson	,126	,170	,395**	
	Sig. (bilatérale)	,377	,234	,004	
N		51	51	51	
يتحدث الكثير من العملاء عن الخدمات المميزة التي يقدمها	Corrélation de Pearson	,181	,044	,345*	

المصرف الإسلامي.	Sig. (bilatérale)	,205	,760	,013	
	N	51	51	51	
شجعني للتعامل مع المصارف الإسلامية وجود من يتعامل معها في عائلتي وزملائي.	Corrélation Pearson de	1	,324 [*]	,188	
	Sig. (bilatérale)		,021	,186	
	N	51	51	51	
المصارف الإسلامية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية.	Corrélation Pearson de	,324 [*]	1	,411 ^{**}	
	Sig. (bilatérale)	,021		,003	
	N	51	51	51	
تساعد المصارف والشبابيك الإسلامية على تطوير العمل الخيري وتوسيعه.	Corrélation Pearson de	,188	,411 ^{**}	1	
	Sig. (bilatérale)	,186	,003		
	N	51	51	51	
يساهم النظام المصرفي الإسلامي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.	Corrélation Pearson de	,001	,197	,312 [*]	
	Sig. (bilatérale)	,994	,165	,026	
	N	51	51	51	

Corrélations

ن	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N	ن	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N	ن	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N
51	,316	,004	51	51	,330	,018	51	51	,223	,066	51
50	,488	,000	50	50	,313	,007	50	50	,209	,032	50
51	,474	,000	51	51	,311	,007	51	51	,209	,032	51
51	,407	,003	51	51	,407	,000	51	51	,287	,001	51
51	,213	,134	51	51	,458	,000	51	51	,274	,002	51
51	,173	,225	51	51	,445	,000	51	51	,337	,001	51
51	,098	,494	51	51	,274	,052	51	51	,204	,120	51
51	,260	,065	51	51	,287	,041	51	51	,204	,120	51
51	,054	,707	51	51	,360	,000	51	51	,294	,003	51
51	,249	,078	51	51	,514	,000	51	51	,294	,003	51
51	,348	,012	51	51	,204	,052	51	51	,413	,000	51
51	,219	,123	51	51	,096	,501	51	51	,448	,000	51
51	,245	,083	51	51	,006	,964	51	51	,438	,000	51
51	,031	,829	51	51	,112	,433	51	51	,053	,710	51

Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	N	Corrélation de Pearson
,375*	,007	51	,361*	,009	51	,387*	,005	51	,273
,348	,013	50	,292	,040	50	,111	,442	50	,091
,243	,085	51	,193	,176	51	,173	,225	51	,008
,249	,078	51	,348*	,012	51	,211	,123	51	,245
,514*	,000	51	,204	,152	51	,096	,501	51	,006
,220	,121	51	,294	,036	51	,413*	,003	51	,448*
,398*	,004	51	,167	,243	51	-,233	,100	51	,078
,150	,294	51	,252	,075	51	,176	,217	51	,224
,283	,044	51	,411*	,003	51	,329*	,011	51	,510*
,417**	,002	51	,479**	,000	51	,220	,120	51	,339
1		51	,455*	,001	51	,037	,794	51	,169
,455*	,001	51	1	,001	51	,457*	,001	51	,543*
,037	,794	51	,453*	,000	51	1	,000	51	,662*
,169	,235	51	,543*	,000	51	,662*	,000	51	1
,287*	,041	51	,367**	,008	51	,236	,096	51	,193

رقم للإيد جان والإي جاب ة علي الإ سنا فسا ر ر ت ت وال تسا ولا ت. ت.	N	Cor réla tion de Pe ars on	Sig. (bil atér ale)	N	Cor réla tion de Pe ars on	Sig. (bil atér ale)	N	Cor réla tion de Pe ars on	Sig. (bil atér ale)	N
	51	,076	,595	51	,091	,525	51	,126	,379	51
	51	,006	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,044	,000	51	,060	,000	51	,047	,000	51
	51	,085	,000	51	,003	,000	51	,058	,000	51
	51	,203	,000	51	,041	,000	51	,313	,000	51
	51	,013	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,300	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,066	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,444	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,350	,000	51	,041	,000	51	,000	,000	51
	51	,316	,000	51	,056	,000	51	,000	,000	51
	51	,056	,000	51	,124	,000	51	,000	,000	51
	51	,427	,000	51	,027	,000	51	,000	,000	51
	51	,396	,000	51	,000	,000	51	,000	,000	51
	51	,563	,000	51	,028	,000	51	,000	,000	51

ومريحة وودية تعكس ثقافة السلوك الإسلامي.	Sig. (bilat érale) N	,781	,039	,761	,678	,245	,018	,046	,661	,026	,003	,026	,952	,267	,815	,155						
بيئة المصريف الخارجي وتوفر موقف سيارات وتحافظ على ممتلكات.	Corr élation de Pearson Sig. (bilat érale) N	,147	,118	,085	,303	,158	,454	,317	,197	,309	,241	,139	,133	,265	,308	,220						
يستخدم المصريف معدات وتقنيات حديثة ومتطور في العمل.	Corr élation de Pearson Sig. (bilat érale) N	,084	,358	,203	-,015	,318	,324	,320	,333*	,241	,102	,170	-,066	-,055	,032	,127						
يتميز العاملون في المصريف بالأناقة وحسن المظهر.	Corr élation de Pearson Sig. (bilat érale) N	,035	,133	-,013	,241	,483	,430	,553	,263	,440	,287	,099	,241	,275	,389	,299						
تعطي إدارة المصاريف الإسلامية اهتماما فرديا لكل عميل.	Corr élation de Pearson Sig. (bilat érale) N	,140	,266	,300	,341	,517	,138	,303	,212	,340	,347	,331	,364	,184	,376	,256						
		,326	,059	,032	,014	,000	,333	,031	,135	,015	,013	,017	,009	,196	,007	,070						

N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
يظهر موظفو المصرف اهتماما صادقا للمساعد ة.	Corr élati on de Pear son	- ,1 96	,0 63	,0 66	- ,0 06	,2 98	,1 80	,3 54	,036	,0 96	,4 20	,0 58	,0 99	,3 22	,0 85	,1 47						
	Sig. (bilat érale)	,1 68	,6 63	,6 46	,9 66	,0 34	,2 07	,0 11	,803	,5 04	,0 02	,6 86	,4 88	,0 21	,5 55	,3 02						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
خدمة العميل من أهم أولويات المصرف الإسلام ي.	Corr élati on de Pear son	- ,0 64	,2 42	,4 44	,5 20	,2 45	,2 60	,3 45	,264	,2 54	,4 08	,2 64	,3 38	,6 18	,1 52	,4 36						
	Sig. (bilat érale)	,6 58	,0 87	,0 01	,0 00	,0 83	,0 65	,0 13	,061	,0 72	,0 03	,0 61	,0 15	,0 00	,2 88	,0 01						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
يفهم المصرف احتياجا تي الخاصة الشخص ية.	Corr élati on de Pear son	,0 96	,3 12	,3 50	,6 41	,4 07	,2 44	,5 64	,460	,4 22	,3 73	,3 36	,1 92	,3 53	,2 36	,4 78						
	Sig. (bilat érale)	,5 03	,0 26	,0 12	,0 00	,0 03	,0 84	,0 00	,001	,0 02	,0 07	,0 16	,1 77	,0 11	,0 96	,0 00						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
المصرف يتعامل مع معلومات ي الخاصة بسرية.	Corr élati on de Pear son	,0 20	,1 65	,3 16	,3 56	,4 09	,3 94	,4 46	,357	,3 66	,5 13	,3 34	,1 51	,4 64	,1 80	,4 84						
	Sig. (bilat érale)	,8 88	,2 47	,0 24	,0 10	,0 03	,0 04	,0 01	,010	,0 08	,0 00	,0 17	,2 91	,0 01	,2 07	,0 00						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

المصر ف يقدم لي جميع المعلوما ت المتعلقة بأي خدمات جديدة.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	- ,0 59	,1 54	,0 56	,1 24	,3 61	,3 58	,5 48	,178	,5 24	,4 94	,2 79	- ,1 38	,1 55	,2 11	,3 29						
يقدم المصر ف كشف واضحة ودقيقة.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,0 54	,1 47	,4 27	,0 27	,4 43	,4 36	,2 30	,233	,4 93	,3 17	- ,0 04	- ,0 35	,0 52	,3 91							
يتم تنفيذ الخدمات بشكل صحيح، واضح ومفهوم للزبائن.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,3 18	,4 81	,3 96	,3 60	,2 88	,3 53	,0 42	,264	,3 36	,2 53	,3 72	,1 85	- ,0 83	,0 43	,1 74						
المصر ف يمتاز بسمة حسنة في خدمة عملائه.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,1 98	,4 93	,5 63	,3 28	,4 45	,2 14	,2 00	,293*	,3 09	,5 25	,5 42	,1 94	,0 96	,0 65	,3 58						

خدمات المصرف الإسلامي ي تحقق ما يرجوه العملاء.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,2 07	,0 58	,0 76	,0 91	,1 26	,1 81	,1 79	,231	,2 6 1	,1 83	,1 26	,0 45	,1 76	,0 23	,0 83						
		,1 45	,6 88	,5 95	,5 25	,3 79	,2 04	,2 10	,104	,0 6 4	,1 98	,3 76	,7 54	,2 17	,8 75	,5 60						
		51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
انتشار الوكالات والشبابيك الإسلامية بشكل كافي يستجيب لتطلعات العملاء.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	1	,2 40	- 0 38	,0 74	,0 22	,1 94	- 0 80	,024	,1 6 2	,0 61	,1 51	,2 54	- 1 84	,1 14	,0 34						
			,0 89	,7 91	,6 08	,8 77	,1 72	,5 79	,866	,2 5 7	,6 71	,2 90	,0 72	,1 97	,4 24	,8 11						
		51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
توفر العدد الكافي من الموظفين في المصرف للإنجاز والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,2 40	1	,4 24 **	,2 43	,2 13	,0 79	,3 20 *	,198	,0 8 9	,3 16 *	,3 16 *	,0 03	,1 10	,0 19	,2 33						
		,0 89		,0 02	,0 86	,1 34	,5 81	,0 22	,164	,5 3 3	,0 24	,0 24	,9 82	,4 43	,8 93	,1 00						
		51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
لدى موظفي المصرف استعداد لتقديم الخدمة الفورية.	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	- 0 38	,4 24 **	1	,3 84 **	,4 85 **	,1 47	,1 66	,241	,1 5 2	,3 14	,1 80	,2 13	,2 50	,0 62	,3 26 *						
		,7 91	,0 02		,0 05	,0 00	,3 04	,2 43	,088	,2 8 7	,0 25	,2 07	,1 34	,0 77	,6 66	,0 19						
		51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

أوقات تقديم الخدمات مناسبة.	Corrélation de Pearson	,074	,243	,384	1	,446	,306	,478	,351*	,326	,281	,368	,463	,428	,318	,415						
	Sig. (bilatérale)	,608	,086	,005		,001	,029	,000	,012	,020	,046	,008	,001	,002	,023	,002						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
يقدم موظفو المصرف إجابات واقعية للاستفسارات المطروحة.	Corrélation de Pearson	,022	,213	,485	,446	1	,598	,628	,450*	,556	,488	,336	,347	,336	,428	,534						
	Sig. (bilatérale)	,877	,134	,000	,001		,000	,000	,001	,000	,016	,013	,016	,002	,000							
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
يستجيب موظفو المصرف بسرعة للطلبات.	Corrélation de Pearson	,194	,079	,147	,306	,598	1	,426	,296*	,556	,500	,321	,274	,112	,180	,479						
	Sig. (bilatérale)	,172	,581	,304	,029	,000		,002	,035	,000	,022	,052	,436	,207	,000							
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
المصرف يوفر خدمة الاستفسار عبر الهاتف.	Corrélation de Pearson	-,080	,320	,166	,478	,628	,426	1	,631*	,427	,372	,276	-,027	,383	,530	,501						
	Sig. (bilatérale)	,579	,022	,243	,000	,000			,000	,002	,007	,050	,850	,005	,000	,000						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

موظفو المصرف يفهمون الطلبات بسهولة.	Corrélation de Pearson	,024	,198	,241	,351	,450	,296	,631	1	,440*	,284*	,693	,469	-,013	,318	,181	,394						
	Sig. (bilatérale)	,866	,164	,088	,012	,001	,035	,000		,001	,000	,000	,001	,926	,023	,203	,004						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
موظفو المصرف يتمتعون بمهارة في تقديم الخدمة.	Corrélation de Pearson	,162	,089	,152	,326	,556	,556	,427	,440*	,693	,611	,224	,212	,207	,254	,554							
	Sig. (bilatérale)	,257	,533	,287	,020	,000	,000	,002	,001	,000	,000	,114	,135	,146	,000								
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
موظفو المصرف يقومون بتكثيف الخدمة لتلبية الطلبات	Corrélation de Pearson	,061	,316	,314	,281	,488	,500	,372	,284*	,693	,691	,225	,360	,032	,627								
	Sig. (bilatérale)	,671	,024	,025	,046	,000	,000	,007	,043	,000	,000	,112	,009	,821	,000								
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
تدرس المصارف الإسلامية شكاوي العملاء بعناية فيها يتعلق بأسعار الخدمة المصرفية.	Corrélation de Pearson	,151	,316	,180	,368	,336	,321	,276	,469*	,611	,691	,316	,310	,000	,470								
	Sig. (bilatérale)	,290	,024	,207	,008	,016	,022	,050	,001	,000	,000	,024	,027	1,000	,001								
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

يحقق المصرف الإسلامي أداء ماليا متميزا.	Corr élati on de Pear son	,2 54	,0 03	,2 13	,4 63	,3 47	,2 74	- 0 27	-,013	,2 2 4	,2 25	,3 16	1	,5 45	,3 13	,3 90						
	Sig. (bilat érale)	,0 72	,9 82	,1 34	,0 01	,0 13	,0 52	,8 50	,926	,1 1 4	,1 12	,0 24		,0 00	,0 25	,0 05						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
أشعر بالأمان في التعامل مع المصرف الإسلامي.	Corr élati on de Pear son	- 1 84	,1 10	,2 50	,4 28	,3 36	,1 12	,3 83	,318*	,2 1 2	,3 60	,3 10	,5 45	1	,3 00	,4 50						
	Sig. (bilat érale)	,1 97	,4 43	,0 77	,0 02	,0 16	,4 36	,0 05	,023	,1 3 5	,0 09	,0 27	,0 00		,0 32	,0 01						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
موظفو المصرف لديهم معرفة وخبرة كافية في العمل.	Corr élati on de Pear son	,1 14	,0 19	,0 62	,3 18	,4 28	,1 80	,5 30	,181	,2 0 7	,0 32	,0 00	,3 13	,3 00	1	,2 94						
	Sig. (bilat érale)	,4 24	,8 93	,6 66	,0 23	,0 02	,2 07	,0 00	,203	,1 4 6	,8 21	1, 00 0	,0 25	,0 32		,0 36						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
يتمتع موظفو المصرف بقدر من اللطافة والود في التعامل.	Corr élati on de Pear son	,0 34	,2 33	,3 26	,4 15	,5 34	,4 79	,5 01	,394*	,5 5 4	,6 27	,4 70	,3 90	,4 50	,2 94	1						
	Sig. (bilat érale)	,8 11	,1 00	,0 19	,0 02	,0 00	,0 00	,0 00	,004	,0 0 0	,0 00	,0 01	,0 05	,0 01	,0 36							
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

المصرف يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,1 46	,1 93	,1 00	,6 94	,2 95	,2 83	,4 90	,358*	,3 75	,3 09	,3 28	,4 01	,4 56	,3 32	,3 27						
موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	- 042	,2 84	,3 37	,5 92	,4 65	,2 69	,4 71	,565*	,4 22	,4 56	,5 86	,2 12	,3 18	,0 12	,5 59						
تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	- 067	,2 31	,1 71	,4 07	,3 54	,0 94	,6 58	,331*	,1 89	,1 25	,0 13	,1 03	,4 93	,6 27	,1 15						
الخدمات المحصلة مكافئة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي	Corr élati on de Pear son Sig. (bilat érale) N	,0 35	,2 55	,1 83	,3 97	,2 89	,4 06	,4 29	,285*	,4 20	,3 69	,2 98	,2 13	,4 15	,3 72	,3 61						
		,8 07	,0 71	,1 98	,0 04	,0 40	,0 03	,0 02	,043	,0 02	,0 08	,0 33	,1 34	,0 02	,0 07	,0 09						

أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء.	Corrélation de Pearson	,194	-,046	,127	,222	,115	,232	,043	-,033	,265	,085	,046	,499	,302	,200	,104						
	Sig. (bilatérale)	,173	,748	,373	,118	,423	,101	,762	,819	,060	,555	,750	,000	,031	,160	,469						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						
تتوفر مصداقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشبكات الإسلامية.	Corrélation de Pearson	-,107	,105	,529	,238	,219	,094	,088	,233	,059	,166	,203	,265	,229	,244	,184						
	Sig. (bilatérale)	,453	,464	,000	,092	,122	,512	,539	,100	,682	,245	,153	,060	,106	,085	,196						
	N	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51	51						

Corrélations

	المصرف يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها.	موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل.	الخدمات المحصلة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي.	أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء.	تتوفر مصداقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشبكات الإسلامية.	
هيكل المصرف الإسلامي ذو تصميم منظم ومتكامل يجمع بين المعاصرة والثقافة الإسلامية.	Corrélation de Pearson	,112	,063	,191	,353*	-,012	,020
	Sig. (bilatérale)	,435	,661	,180	,011	,933	,889
	N	51	51	51	51	51	51
بيئة المصرف الداخلية نظيفة وجذابة ومريحة وودية تعكس ثقافة السلوك الإسلامي.	Corrélation de Pearson	,034	,069	,135	,280*	,085	,103
	Sig. (bilatérale)	,817	,635	,351	,049	,556	,476
	N	50	50	50	50	50	50
بيئة المصرف الخارجية آمنة وتتوفر مواقف سيارات وتحافظ على ممتلكاتي.	Corrélation de Pearson	,305*	,064	,365**	,578**	,336*	,193
	Sig. (bilatérale)	,030	,658	,008	,000	,016	,176
	N	51	51	51	51	51	51
يستخدم المصرف معدات وتقنيات حديثة ومتطورة.	Corrélation de Pearson	,078	,281*	,178	,155	,050	,051

في العمل.	Sig. (bilatérale)	,587	,046	,211	,278	,726	,723
	N	51	51	51	51	51	51
يتميز العاملون في المصرف بالأناقة وحسن المظهر.	de Corrélation Pearson	,287*	,162	,484**	,290*	,201	-,124
	Sig. (bilatérale)	,041	,257	,000	,039	,157	,387
	N	51	51	51	51	51	51
تعطي إدارة المصارف الإسلامية اهتماما فرديا لكل عميل.	de Corrélation Pearson	,305*	,267	,330*	,246	,170	,188
	Sig. (bilatérale)	,030	,058	,018	,082	,233	,186
	N	51	51	51	51	51	51
يظهر موظفو المصرف اهتماما صادقا للمساعدة.	de Corrélation Pearson	,263	,161	,315*	,139	,098	-,031
	Sig. (bilatérale)	,062	,260	,025	,330	,495	,829
	N	51	51	51	51	51	51
خدمة العميل من أهم أولويات المصرف الإسلامي.	de Corrélation Pearson	,424**	,322*	,354*	,470**	,336*	,303*
	Sig. (bilatérale)	,002	,021	,011	,001	,016	,031
	N	51	51	51	51	51	51
يفهم المصرف احتياجاتي الخاصة الشخصية.	de Corrélation Pearson	,602**	,631**	,411**	,329*	,133	,140
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,018	,353	,326
	N	51	51	51	51	51	51
المصرف يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية.	de Corrélation Pearson	,230	,344*	,276	,167	-,027	,072
	Sig. (bilatérale)	,104	,014	,050	,242	,849	,613
	N	51	51	51	51	51	51
المصرف يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	de Corrélation Pearson	,231	,248	,396**	,362**	,036	-,079
	Sig. (bilatérale)	,102	,079	,004	,009	,804	,581
	N	51	51	51	51	51	51
يقدم المصرف كشوف واضحة ودقيقة.	de Corrélation Pearson	-,067	,270	,028	,238	,011	,298*
	Sig. (bilatérale)	,639	,056	,848	,092	,942	,034
	N	51	51	51	51	51	51
يتم تنفيذ الخدمات بشكل صحيح، واضح ومفهوم للزبائن.	de Corrélation Pearson	,125	,241	-,004	,291*	,059	,201
	Sig. (bilatérale)	,382	,088	,978	,038	,682	,158

N	51	51	51	51	51	51	
المصرف يمتاز بسمعة حسنة في خدمة عملائه.	Corrélation Pearson	,208	,494**	,039	,166	-,065	,291*
	Sig. (bilatérale)	,143	,000	,787	,245	,649	,039
N	51	51	51	51	51	51	51
المصرف خدمات الإسلامي تحقق ما يريه العملاء.	Corrélation Pearson	,266	,062	,220	,467**	,256	,024
	Sig. (bilatérale)	,060	,663	,121	,001	,070	,867
N	51	51	51	51	51	51	51
انتشار الوكالات والشبابيك الإسلامية بشكل كافي يستجيب لتطلعات العملاء.	Corrélation Pearson	,146	-,042	-,067	,035	,194	-,107
	Sig. (bilatérale)	,307	,770	,640	,807	,173	,453
N	51	51	51	51	51	51	51
توفر العدد الكافي من الموظفين في المصرف للإنجاز والإجابة على الاستفسارات والتساؤلات.	Corrélation Pearson	,193	,284*	,231	,255	-,046	,105
	Sig. (bilatérale)	,175	,043	,103	,071	,748	,464
N	51	51	51	51	51	51	51
لدى موظفي المصرف استعداد لتقديم الخدمة الفورية.	Corrélation Pearson	,100	,337*	,171	,183	,127	,529**
	Sig. (bilatérale)	,483	,016	,229	,198	,373	,000
N	51	51	51	51	51	51	51
أوقات تقديم الخدمات مناسبة.	Corrélation Pearson	,694**	,592**	,407**	,397**	,222	,238
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,003	,004	,118	,092
N	51	51	51	51	51	51	51
يقدم موظفو المصرف إجابات وافية للاستفسارات المطروحة.	Corrélation Pearson	,295*	,465**	,354*	,289*	,115	,219
	Sig. (bilatérale)	,035	,001	,011	,040	,423	,122
N	51	51	51	51	51	51	51
يستجيب موظفو المصرف بسرعة للطلبات.	Corrélation Pearson	,283*	,269	,094	,406**	,232	,094
	Sig. (bilatérale)	,044	,057	,512	,003	,101	,512
N	51	51	51	51	51	51	51
المصرف يوفر خدمة الاستفسار عبر الهاتف.	Corrélation Pearson	,490**	,471**	,658**	,429**	,043	,088
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,002	,762	,539
N	51	51	51	51	51	51	51

موظفو المصرف يفهمون الطلبات بسهولة.	de	Corrélation Pearson	,358**	,565**	,331*	,285*	-,033	,233
		Sig. (bilatérale)	,010	,000	,018	,043	,819	,100
		N	51	51	51	51	51	51
موظفو المصرف يتمتعون بمهارة في تقديم الخدمة.	de	Corrélation Pearson	,375**	,422**	,189	,420**	,265	,059
		Sig. (bilatérale)	,007	,002	,184	,002	,060	,682
		N	51	51	51	51	51	51
موظفو المصرف يقومون بتكييف الخدمة لتلبية الطلبات	de	Corrélation Pearson	,309*	,456**	,125	,369**	,085	,166
		Sig. (bilatérale)	,027	,001	,382	,008	,555	,245
		N	51	51	51	51	51	51
تدرس المصارف الإسلامية شكاوي العملاء بعناية فيها يتعلّق بأسعار الخدمة المصرفية.	de	Corrélation Pearson	,328*	,586**	,013	,298*	,046	,203
		Sig. (bilatérale)	,019	,000	,930	,033	,750	,153
		N	51	51	51	51	51	51
يحقق المصرف الإسلامي أداءً مالياً متميزاً	de	Corrélation Pearson	,401**	,212	,103	,213	,499**	,265
		Sig. (bilatérale)	,004	,136	,470	,134	,000	,060
		N	51	51	51	51	51	51
أشعر بالأمان في التعامل مع المصرف الإسلامي	de	Corrélation Pearson	,456**	,318*	,493**	,415**	,302*	,229
		Sig. (bilatérale)	,001	,023	,000	,002	,031	,106
		N	51	51	51	51	51	51
موظفو المصرف لديهم معرفة وخبرة كافية في العمل.	de	Corrélation Pearson	,332*	,012	,627**	,372**	,200	,244
		Sig. (bilatérale)	,017	,931	,000	,007	,160	,085
		N	51	51	51	51	51	51
يتمتع موظفو المصرف بقدر من اللطافة والود في التعامل.	de	Corrélation Pearson	,327*	,559**	,115	,361**	,104	,184
		Sig. (bilatérale)	,019	,000	,421	,009	,469	,196
		N	51	51	51	51	51	51
المصرف يساعد العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها.	de	Corrélation Pearson	1	,579**	,610**	,553**	,416**	,068
		Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,002	,635
		N	51	51	51	51	51	51

موظفو المصرف يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	Corrélation Pearson	de	,579**	1	,270	,304*	-,031	,227
	Sig. (bilatérale)		,000		,056	,030	,831	,109
	N		51	51	51	51	51	51
تمتلك إدارة المصرف الإسلامي مؤهلات عالية للعمل.	Corrélation Pearson	de	,610**	,270	1	,568**	,303*	,244
	Sig. (bilatérale)		,000	,056		,000	,031	,085
	N		51	51	51	51	51	51
الخدمات المحصلة متكافئة مع الرسوم المدفوعة في المصرف الإسلامي.	Corrélation Pearson	de	,553**	,304*	,568**	1	,480**	,427**
	Sig. (bilatérale)		,000	,030	,000		,000	,002
	N		51	51	51	51	51	51
أسعار الخدمات المصرفية الإسلامية مناسبة لجميع العملاء.	Corrélation Pearson	de	,416**	-,031	,303*	,480**	1	,352*
	Sig. (bilatérale)		,002	,831	,031	,000		,011
	N		51	51	51	51	51	51
تتوفر مصادقية عالية للرسائل الإعلانية الصادرة عن المصرف أو الشباك الإسلامي.	Corrélation Pearson	de	,068	,227	,244	,427**	,352*	1
	Sig. (bilatérale)		,635	,109	,085	,002	,011	
	N		51	51	51	51	51	51

Corrélations

	m1	m2	m3
m1	Corrélation de Pearson	1	,297*
	Sig. (bilatérale)		,034
	N	51	51
m2	Corrélation de Pearson	,297*	1
	Sig. (bilatérale)	,034	,112
	N	51	51
m3	Corrélation de Pearson	,384**	,225
	Sig. (bilatérale)	,005	,112
	N	51	51