جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

الموضوع :

استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر

-دراسة حالة النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية

تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي

من إعداد الطالب:

بلحياني محمد

تحت إشراف الأستاذ:

د. محمد أمين بن لكحل

أعضاء لجنة التقييم

الإسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
أ.د – محمد بن عيشوش	أستاذ التعليم العالي	جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية	رئيسا
د– محمد أمين بن لكحل	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية	مشرفا
د– كمال باصور	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية	ممتحنا

السنة الجامعية : 2024/2023

الشكر والتقدير

نحمد الله ونشكره على جزيل نعمه ووافر عطائه وله الشكر على توفيقه وإحسانه و خيراته و أفضاله حمدا وشكرا يبلغنا رضاه.

بكل صدق و اعترافا بالجميل نتقدم بالشكر الخالص إلى الأستاذ المشرف الدكتور:"**بن لكحل محمد أمين**" على هذا العمل وعلى كل ما قدمه لي من إرشادات وتوجيهات وتصويبات لإنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر **لأساتذة أعضاء لجنة المناقشة** على قبولهم مناقشة هذا البحث وتقييمه.

نشكر **أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير** على سهرهم على تبليغنا المنهج البحثي والسبيل العلمي خلال السنة،

كما نشكر **الطاقم الإداري والأمني** على كل ما قدموه لنا من تسهيلات.

دون أن ننسى **زملائنا في الكلية** الذين تفاعلوا معنا في تبادل المعلومات في الاختصاص من خلال منصات التواصل الاجتماعي

و أخيرا أشكر **كل من ساعدنا** خلال فترة إنجازنا لهذا البحث من بعيد أو قريب ..

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الرحمان

﴿وأخفض لهما جناح الذل من الرحمة، وقل ربي أرحمهما كما رباني صغيرا﴾

صدق الله العظيم

رمز الأمل أعز ما أملك في هذا الوجود

...أمي أطال الله في عمرها ورعاها...

إلى الذي رباني حتى أصل إلى هذا المستوى...أبي حفظه الله...

إلى دعمي في الحياة وأعز ما أملك إلى كل إخوتي وأخواتي

...إلى كل مسؤولينا و زملائي في العمل....

.....إلى من تحملت ضغط العمل في المكتب أثناء غيابي...

.....إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد....

مستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية، والتطرق إلى استخدام هذه الخدمات المصرفية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر، باستخدام الطالب المنهج الوصفي التحليلي، بالاستعانة بأداة استبيان موجه لموظفي النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، حيث وصلت عدد العينة إلى 37 موظف، كما اعتمدت الدراسة على برنامج spss لقياس آراء الموظفين.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها : يتميز العمل المصرفي في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية بأنه يقدم خدمات مصرفية إلكترونية، نتيجة التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال جعله يتبنى الخدمات مصرفية حديثة لمواكبة التطورات المصرفية والتكنولوجية، وكذا العمل على الدخول إلى السوق المصرفي وخوض غمار المنافسة لإثبات المكانة واستقطاب أكبر شريحة من العملاء المتخوفين من التعامل مع البنوك التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، أداء البنوك الإسلامية، النوافذ الإسلامية

Abstract

The study aimed to identify the concept of electronic banking services, and to address the use of these banking services as a mechanism to improve the performance of Islamic banks in Algeria, using the descriptive and analytical approach, where a questionnaire directed to employees of Islamic windows was used. In the branches of Algerian public banks in the state of Medea, where the sample number reached 37 employees, a five-point Likert scale was adopted. We also relied on SPSS to measure employee opinions in our analysis.

The study reached many results, the most important of which is: Banking in Islamic windows in the branches of Algerian public banks in the state of Medea is distinguished by the fact that it provides electronic banking services, as a result of technological development in the country. The field of media and communication, which made it adopt modern banking services to keep pace with banking and technological developments, as well as working to enter the market. Banking is competing to prove its position and attract the largest segment of customers who are afraid of dealing with traditional banks.

Keywords: Electronic Banking Services, Performance of Islamic banks Islamic Windows

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة

مستخلص .....

فهرس المحتويات..... III-I

فهرس الجداول..... V

فهرس الأشكال..... VI

فهرس الملاحق..... IIX

مقدمة..... أ-ح

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الإلكترونية

تمهيد..... 2

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية..... 3

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية..... 3

المطلب الثاني: خصائص الخدمات المصرفية..... 5

المطلب الثالث: آليات تطوير الخدمات المصرفية وأهميتها..... 8

المبحث الثاني: أنواع الخدمات المصرفية..... 12

المطلب الأول: الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء..... 12

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية المقدمة للشركات والمؤسسات التجارية..... 15

المبحث الثالث: الإطار العام للخدمات المصرفية الإلكترونية..... 17

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية..... 17

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية..... 21

المطلب الثالث: خصائص وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات نجاحها..... 28

المطلب الرابع: مزايا وعيوب الخدمات المصرفية الإلكترونية وتأثير جودتها على الخدمة المصرفية.... 31

خلاصة الفصل..... 42

الفصل الثاني: المفاهيم العامة حول الأداء للبنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

تمهيد..... 44

المبحث الأول: عموميات حول الأداء..... 45

المطلب الأول: مفهوم الأداء وتطوره التاريخي..... 45

المطلب الثاني : أنواع الأداء البنكي ومكوناته..... 49
المطلب الثالث: أبعاد الأداء ومستوياته..... 51
المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لتقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية..... 54
المطلب الأول: مفهوم وأهداف تقييم الأداء في النوافذ والبنوك الإسلامية..... 54
المطلب الثاني: معايير تقييم أداء البنوك والنوافذ الإسلامية..... 58
المطلب الثالث: مجالات تقييم ومراقبة أداء النوافذ والبنوك الإسلامية..... 68
المبحث الثالث: المفاهيم الأساسية حول البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية..... 70
المطلب الأول: ماهية البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية..... 70
المطلب الثاني: خصائص البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية وطبيعة عملها..... 74
المطلب الثالث : قواعد الصيرفة الإسلامية والفوارق الجوهرية بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية.. 76
المطلب الرابع: الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك الإسلامية..... 80
خلاصة الفصل..... 84
الفصل الثالث: دراسة حالة النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية بالمدية
تمهيد..... 86
المبحث الأول : الإطار التشريعي لفتح النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية..... 87
المطلب الأول : لمحة عن إهتمام الجزائر بالصيرفة الإسلامية.....87
المطلب الثاني : الأنظمة القانونية لفتح النوافذ الإسلامية..... 88
المطلب الثالث : متطلبات وشروط فتح نوافذ إسلامية بالبنوك التقليدية.....93
المبحث الثاني : منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها..... 96
المطلب الأول : منهج ومجالات الدراسة.....96
المطلب الثاني : مجتمع وعينة الدراسة..... 97
المطلب الثالث : أدوات وأساليب الدراسة..... 97
المبحث الثالث : الدراسة التطبيقية لعينة الدراسة.....99
المطلب الأول :اختبار التوزيع الطبيعي وتقييم صدق الاتساق وثبات الاستبيان.....99
المطلب الثاني :وصف الخصائص الديمغرافية 105
المطلب الثالث :اختبار فرضيات الدراسة.....113

خلاصة الفصل : 126

الخاتمة : 128-131

قائمة المصادر والمراجع..... 133-138

الملاحق.....140-149

فهرس الجداول والأشكال

العنوان	الصفحة

جدول رقم: (3-1): مقياس ليكارت الخماسي.....98

جدول رقم: (3-2): اختبار Kolmogorov-Smirnov للتحقق من التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة...100

جدول رقم: (3-3): اختبار صدق الاتساق الداخلي لمحور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.100-101

جدول رقم: (3-4): التحقق من صحة الاتساق الداخلي لمحور أداء النافذة الإسلامية..... 102

جدول رقم:(3-5): التحقق من صحة الاتساق الداخلي لمحور مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية..... 103

جدول رقم:(3-6): اختبار قيم معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات المتغيرات والدرجة الكلية لمحاور الاستبيان.....104

جدول رقم: (3-7): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس..... 105

جدول رقم: (3-8) : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن..... 106

جدول رقم: (3-9): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.....107

جدول رقم: (3-10) :توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة..... 109

جدول رقم :(3-11) :توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.....110

جدول رقم: (3-12) :توزيع أفراد العينة حسب متغير المعرفة بالمعاملات الالكترونية.....112

جدول رقم: (3-13): اختبار صحة الفرضية الأولى باستخدام نموذج اختبار T للعينة الواحدة.....113-114

جدول رقم: (3-14): اختبار صحة الفرضية الثانية باستخدام نموذج اختبار للعينة الواحدة.....117-118

جدول رقم: (3-15): اختبار صحة الفرضية الثالثة باستخدام نموذج اختبار T للعينة الواحدة.....122-123

العنوان	الصفحة

الشكل رقم: (3-1): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس..... 105

الشكل رقم: (3-2): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.....106

الشكل رقم: (3-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي..... 108

الشكل رقم: (3-4): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.....109

الشكل رقم: (3-5): تمثل أفراد عينة حسب متغير الخبرة المهنية.....111

الشكل رقم: (3-6): توزيع أفراد العينة حسب متغير المعرفة بالخدمات المصرفية الالكترونية.....112

فهرس الملاحق

العنوان	الصفحة

الملحق رقم: (1): الاستبيان الموجه لعينة الدراسة..... 139-140

الملحق رقم: (2): جدول اختبار التوزيع الطليعي..... 141

الملحق رقم: (3): جدول اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول..... 141-142

الملحق رقم: (4): جدول اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني..... 142-143

الملحق رقم: (5): جدول اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث..... 143

الملحق رقم: (6): جدول اختبار ثبات الاستبيان..... 144

الملحق رقم: (7): جداول وصف الخصائص الديمغرافية 144-145

الملحق رقم: (8): جدول اختبار الفرضية الأولى 146

الملحق رقم: (9): جدول اختبار الفرضية الثانية 147-148

الملحق رقم: (10): جدول اختبار الفرضية الثالثة 148-149

مقدمة

يشهد العالم منذ سنوات توسعا وتطورا مذهلا في مجال المعلوماتية والاتصالات، وقد أخذت تقنيات هذه الأخيرة ترتبط بالأنشطة والمعاملات الاقتصادية على تنوعها كما أصبحت عنصرا مساعدا للتقدم والتطور في تلك الأنشطة، ويعد قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلومات والاتصالات، حيث صاحب ذلك ظهور استخدام الشبكات وربط أجهزة الحاسوب مع بعضها البعض بحيث انطلقت بسرعة ثورة تطور العمل المصرفي والتي مازالت مستمرة حتى اليوم، وهي تعيد بالتأكيد صياغة المفاهيم حول النظم المصرفية في ظل وجود الخدمات الإلكترونية.

لقد أصبح اعتماد المصارف على التكنولوجيات المتطورة والمتجددة ضرورة حتمية من أجل تطوير خدماتها وتنويعها بالشكل الذي يحقق لها الجودة مما يضمن لها تلبية احتياجات العملاء ومتطلباتهم وجذب أكبر عدد منهم، بالإضافة إلى تعزيز مركزها التنافسي وتخفيض تكلفة تقديم خدماتها مقارنة بالمصارف المنافسة وفي ذات الاتجاه تحقيق الهدف النهائي لها بزيادة أرباحها.

لهذا أضحت الخدمات المصرفية الإلكترونية اليوم إحدى أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية، والتي عملت على رفع مستوى الخدمات البنكية والحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين معه، إذ أصبح اليوم يقاس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع أو دولة بمدى كفاءة نظامه المصرفي في أداء الخدمات.

ففي ظل المناخ الاقتصادي الحالي المتغير وبيئة تتسم بسرعة أصبح الأداء هو الذي يعكس قدرته وقابليته في تحقيق أهدافه سواء تلك المتعلقة بالربحية أو التي ترتبط برضا العملاء وولائهم ونظرا للتحدي الذي يواجهه النظام المصرفي الإسلامي باعتباره منافس للنظام المصرفي التقليدي، أضحى اللجوء إلى خدمات المصرفية الكترونية من خلال عصرنه أساليب الدفع الإلكترونية من طرف البنوك الإسلامية الجزائرية ضرورة قصد مواكبة التغيرات التي يشهدها الاقتصاد العالمي.

وبالتالي فإن عصرنة وتحديث الجهاز المصرفي الإسلامي يتطلب اتخاذ إجراءات ووسائل كفيلة لتحسين ظروف استقبال العملاء، والاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتحسين

نوعية الخدمات المقدمة لهم، والتوجه نحو الخدمات المصرفية الالكترونية التي تحقق رغبات المجتمع الإسلامي وكسب ولاءه.

أولا : إشكالية الدراسة:

انطلاقا من هذا الطرح العام، وفي ظل التطورات التي شهدها القطاع المصرفي بخصوص الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإلى غاية إبراز علاقة وفعالية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء البنوك والنوافذ الإسلامية في الجزائر، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء المصارف الإسلامية في الجزائر، بما فيه النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية؟

ثانيا : الأسئلة الفرعية:

وحتى نصل إلى معالجة هذه الإشكالية والإجابة عن هذا السؤال الجوهري نستعين بجملة من الأسئلة الفرعية التي نفصلها كما يلي:

1- ماهي أبرز الخدمات المصرفية الإلكترونية المستخدمة من طرف البنوك ؟

2- هل إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تحسن أداء البنوك الإسلامية؟

3- هل توجد علاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحسين الأداء بالنوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية؟

4- هل يؤثر إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية محل الدراسة ؟

5- هل يعتبر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كألية ذات دلالة إحصائية في تحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية بولاية المدية؟

ثالثا : فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤلات الفرعية المطروحة، والاطلاع على طبيعة وخلفيات إشكالية الدراسة، قمت بصياغة مجموعة من الفرضيات نعتبرها إجابات مبدئية غير يقينية، وهي كالتالي:

1- يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، عند مستوى الدلالة 0.05؛ وينبثق عن هذه الفرضية مايلي:

- الفرضية الفرعية الصفرية: لا يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

- الفرضية البديلة: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

2- يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05 وينبثق عن هذه الفرضية مايلي:

- الفرضية الفرعية الصفرية: لا يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

- الفرضية البديلة: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

3- يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05، وتتفرع هذه الفرضية إلى:

– الفرضية الفرعية الصفرية: لا يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

– الفرضية البديلة: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية عند مستوى الدلالة 0.05.

رابعا: مبررات اختيار الدراسة :

يرجع اختياري لهذه الدراسة لأسباب موضوعية وأخرى شخصية نلخصها في ما يلي:

***العوامل الشخصية:**

– الاهتمام بالصيرفة الإسلامية كونها التوجه المستقبلي لإصلاح الجهاز المصرفي؛

– الاهتمام بالخدمات المصرفية الإلكترونية لكونها جزء من الخدمات البنكية؛

– الأهمية التي يكتسبها الموضوع خاصة في ظل المنافسة المتسارعة التي يشهدها القطاع المالي والمصرفي الجزائري؛

– تماشي الموضوع مع التخصص اقتصاد نقدي وبنكي.

***العوامل الموضوعية**

– معرفة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك الإسلامية

– التسابق الشديد للمصارف لجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن والاحتفاظ بهم، الأمر الذي لا يتم إلا باستخدام أساليب تكنولوجية متطورة وحديثة؛

– الفهم الضيق لمفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى الكثير من مسؤولي ومسيري المصارف الجزائرية نتيجة للوضع الذي مر عليه الاقتصاد الوطني

– تدعيم مكتبة كلية الجامعة من أجل تعميم المادة العلمية والاهتمام بالموضوع

خامسا: أهداف الدراسة :

بناءا على إشكالية الدراسة والفرضيات السابقة فإن الأهداف المبتغات على ضوء هذه الدراسة تكمن في مايلي:

- السعي إلى عرض المفاهيم الخاصة بالخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- السعي للتعرف على مزايا استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهم المخاطر التي قد يتعرض لها الزبون والمصرف على حد سواء؛
- محاولة توضيح علاقة الخدمات المصرفية بتحسين أداء البنوك الإسلامية،
- محاولة إلقاء نظرة على مدى اعتماد النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية بولاية المدية عن طريق استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لتحسين أداءها.

سادسا : أهمية الدراسة:

تستمد أهمية البحث من الأهمية التي يكتسبها النظام المصرفي الإسلامي باعتباره يقدم خدمة مصرفية وفق مبادئ الشريعة الإسلامية التي تكافح من أجل منافسة الصيرفة التقليدية، وبالتالي يسعى القطاع المصرفي الإسلامي جاهدا لمسايرة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنهوض بخدماته من خلال تعميم شبكة الإعلام الآلي وترقية وسائل الدفع الإلكتروني ومنه يمكن أن تكون نتائج البحث ذات للصيرفة الإسلامية.

سابعا : منهج وأدوات الدراسة

حتى يتمكن الطالب من الإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية واختبار الفرضيات المطروحة، سوف يتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب النظرية للموضوع، بالإضافة إلى استخدام أسلوب دراسة ميدانية، حيث تم اختيار النوافذ الإسلامية لفروع البنوك العمومية الجزائرية بولاية المدية، بغية التعرف على مدى تحسين أداء البنوك والنوافذ الإسلامية باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، من خلال استخدام أداة الاستبيان للوصول إلى النتائج وتحليلها بهدف تعميمها على جميع البنوك الإسلامية، كما استخدم الطالب البرنامج الإحصائي **(spss)**، لمعالجة البيانات وتحليلها واستخراج نتائج دقيقة.

ثامنا : حدود الدراسة:

حددت دراسة الموضوع بثلاث حدود:

الموضوعية: حيث تمت دراسة موضوع استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر.

الزمانية : تمت هذه الدراسة خلال سنة الدراسية 2023-2024.

المكانية : حيث تمت دراسة جانب الميداني المتمثل في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر، من خلال التطرق إلى النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية لولاية المدية حسب وجهة نظر موظفي هذه النوافذ.

تاسعا : الدراسات السابقة :

- **دراسة هارون مسعودي بعنوان:** الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2011-2012 .

تناولت هذه الدراسة مجمل الخدمات المصرفية الكترونية التي دخلت على النظام المصرفي الجزائري والوسائل المستعملة في البنوك لتحسين الخدمات المصرفية، ومدى مساهمتها في تطوير النشاط البنكي.

- **دراسة حنان دويدة وسماح بعداش بعنوان** : دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك الخليج الجزائر-وكالة جيجل-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2018-2019.

عالجت هذه الدراسة المعاملات الإلكترونية وتفعيلها في النظام المصرفي الجزائري مع أثرها على تحسين جودة الخدمات المصرفية ومدى تقبل العملاء التعامل بهذه الوسائل رغم حداثتها.

- **دراسة ريغي أم الخير بعنوان:** دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر -الطور الثاني-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، 2021-2022.

تناولت هذه الدراسة مختلف الخدمات المصرفية التي تمنحها البنوك والتقنيات التي يستعملها البنك لتحسين جودة خدماته، إلى الدور الذي تلعبه هذه الخدمات في تحسين الخدمات البنكية وتوفير التكاليف واختصار الوقت.

- **دراسة عثماني صبرينة ولكتيلة حنان بعنوان:** دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الرفع من أداء البنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف –المسيلة–، 2021–2022

عرجت هذه الدراسة على الدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية والرفع منه، إضافة إلى مدى مسايرة النظام المصرفي الجزائري للتكنولوجيات المصرفية والأنظمة البنكية الحديثة

يكمن الفرق بين دراستي والدراسات السابقة في نقاط التالية:

من ناحية متغيرات الدراسة : لقد تم اختيار في دراستي الخدمات المصرفية الإلكترونية كمتغير مستقل، وأداء البنك الإسلامي تابع، فيما أن باقي الدراسات اختلفت مع دراستنا من حيث هذين المتغيرين، فمعظم الدراسات السابقة اختارت متغيرات أخرى كوسائل الدفع الإلكتروني، أدوات الدفع الحديثة، نظم الدفع الإلكترونية.

من حيث البنك محل الدراسة : حيث تم اختيار النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية لولاية المدية في دراستي، فيما تم اختبار البنوك التجارية في الدراسات السابقة.

من الناحية الزمنية :حيث تمت دراستنا خلال السنة الجامعة الحالية 2023–2024 تعد دراستي حديثة مع باقي الدراسات السابقة التي تمت في سنوات سابقة.

عاشرا : هيكل الدراسة:

لقد تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة فصول، فصلان نظريان وفصل تطبيقي

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الإلكترونية حيث اشتمل ثلاث مباحث تم من خلالها التطرق إلى المبحث الأول **ماهية الخدمات المصرفية** والمبحث الثاني **أنواع الخدمات المصرفية** والمبحث الثالث **الإطار العام للخدمات المصرفية الإلكترونية.**

الفصل الثاني :حيث تم دراسة **المفاهيم العامة حول الأداء للبنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية** وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث، مبحث الأول **عموميات حول الأداء** والمبحث الثاني **الإطار المفاهيمي**

لتقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية والمبحث الثالث حيث تطرقنا فيه إلى **المفاهيم الأساسية حول البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية.**

الفصل الثالث :دراسة حالة النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية لولاية المدية، في هذا الفصل تم الإشارة إلى **الإطار التشريعي لفتح النوافذ الإسلامية في البنوك** التقليدية من خلال المبحث الأول، تم القيام بتوثيق **الجانب التطبيقي** للدراسة بالاستعانة بالأداة الإحصائية **SPSS** للحصول على نتائج دقيقة على مستوى النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية لولاية المدية، من وجهة نظر موظفيها، حيث تم من خلال هذه الدراسة التطرق إلى مبحثين، في المبحث الثاني **منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها** ومن ثم المبحث الثالث **الدراسة التطبيقية لعينة الدراسة.**

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الإلكترونية

تمهيد

يمثل القطاع المصرفي أهم القطاعات الحيوية لاقتصاد أي بلد وذلك لأنه يتعامل مع شريحة كبيرة من العملاء، وقد شهد خلال السنوات الأخيرة العديد من التطورات من حيث الخدمات المصرفية المقدمة والتي أصبحت خدمات مصرفية إلكترونية تختلف عن الخدمات التقليدية، لهذا تسعى البنوك إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية حديثة، من أجل كسب رضا زبائنها وثقتهم وكسب زبائن جدد وبالتالي زيادة حصتها في السوق.

حيث تزامنت تطورات القطاع المصرفي مع التطورات التكنولوجية والأنظمة الحديثة للإعلام والاتصال، بظهور البنوك الإلكترونية، وإدخال خدمات الحاسب على الشبابيك، ووسائل الدفع الإلكترونية من بطاقات الائتمان وبطاقات صرف النقدية وبطاقات الشيكات وغيرها، حيث أولت البنوك لها أهمية بتبنيها في نشاطها من خلال تقديمها لخدمات مصرفية إلكترونية قصد السرعة في التنفيذ، وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين، باعتبارها السلاح التنافسي في العصر الحالي.

وعلى هذا الأساس سنحاول في هذا الفصل التعرف على بعض المفاهيم الأساسية للخدمات المصرفية وأنواعها، والخدمات المصرفية الإلكترونية المستخدمة في النظام المصرفي وأنواعها، وذلك وفقا للمباحث التالية:

- ماهية الخدمات المصرفية؛
- أنواع الخدمات المصرفية؛
- الإطار العام للخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول : ماهية الخدمات المصرفية:

تعتمد جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي، وبصفة أساسية على الخدمات المصرفية، حيث يهدف هذا المبحث إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات المصرفية، كما سنتطرق من خلاله إلى مفهوم الخدمة ، بالإضافة إلى خصائص الخدمات المصرفية، مع عرض أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك سواء تعلق الأمر بالخدمات التقليدية أو المستحدثة منها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية

لقد احتل الجهاز المصرفي مركزا هاما في النظم الاقتصادية عبر الزمن، حيث يمثل ومازال يمثل المحرك الأساسي لكل العمليات المالية والاستثمارية داخل الدولة وخارجها بل وفيما بين الدول، بما يوفره من خدمات متميزة وما اكتسبه من تجارب وتقنيات في سياق سعيه الحثيث لجذب عملائه ولفت انتباههم وكسب ثقتهم، حيث تمثل الخدمة المصرفية المتميزة نقطة الارتكاز الأساسية التي تضفي لمسة التفرد على المؤسسة المصرفية ويتجلى من خلالها دورها الاقتصادي والاجتماعي. وللإحاطة بمحتوى وماهية هذه الخدمة، يمكن عرض والتعريج على النقاط التالية:

-مفهوم الخدمة المصرفية.

-مفهوم الخدمة وجودتها.

أولا : مفهوم الخدمة المصرفية:

إن للخدمة أهمية كبيرة في الحياة المعاصرة، فهناك مجالات متعددة تحتل فيها الخدمة أهمية بالغة، ومن بينها المجال المصرفي حيث أن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام لذا قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية سنحاول أولا التعرف على مفهوم الخدمة وجودتها.

ثانيا : مفهوم الخدمة:

هناك العديد من التعاريف للخدمات التي تناولها الباحثون، ومن أهمها ما يلي:

حيث عرفها **Philip Kotler** الخدمة بأنها: "أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون".[1]

ثالثا :تعريف الخدمة المصرفية:

وبعدما قمنا بتوضيح مفهوم الخدمة نحاول تقديم تعريف للخدمة المصرفية.

عرفت الخدمة المصرفية على أنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة، وغير الملموسة، والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية، والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.[2]

وتعرف أيضا بأنها": منتج اقتصادي شأنها شأن المنتجات الأخرى التي يتم تداولها في الأسواق المصرفية، حيث توجد أطراف تتنافس على بيع وشراء الخدمة المصرفية في سوق محددة تخضع لاعتبارات وشروط قانونية ورسمية لتسهيل وتنظيم عمليات التداول وتقديمها بالشكل الصحيح.[3]

وكتعريف مختصر للخدمة المصرفية يمكن القول أنها تمثل مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن، وتحقيق أرباح للمصرف.

1- بلمهدي يوسف وأخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية، المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي، العدد 03، الجزائر، 2018، ص 21

2-ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلد17 ، العدد 26، جامعة الشلف –الجزائر، 2021، ص 104

3- أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص34

المطلب الثاني: خصائص الخدمات المصرفية

تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص منها ما هو متعلق بطبيعتها كخدمة والتي تتمثل في الخصائص التالية (عدم الملموسية، عدم الانفصال، عدم التجانس، وفنائية الخدمة) ومنها ما هو متعلق بطبيعة النشاط المصرفي، والتي تجعل الخدمة المصرفية مختلفة ومتميزة عن باقي الخدمات، ومن هذه الخصائص نجد ما يلي: [1]

1- **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية** : فالخدمات التي تقدم من قبل البنوك كثيرة ومتنوعة باعتبار أن البنوك تكون مجبرة على تقديم مجموعة واسعة من الخدمات حتى تستطيع تلبية الاحتياجات التمويلية والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى.

2- **الخدمة لا يمكن فصلها** : بحيث لا يمكن فصل الخدمة عن الجهة الموردة لها، كما وأنها ملازمة للزبون الحاصل على تلك الخدمة.

حيث أن الزبون يستهلك الخدمة في نفس لحظة إنتاجها وبالتالي فهو لا يستطيع تداولها مع طرف ثالث، وكل ما يبقى له هو سعادته أو تعاسته من الخدمة ويصعب عليه وصف هذه الخدمة بأكثر من شعوره بالسعادة أو بالتعاسة.

3- **غير ملموسة** : تمتاز بأنها خدمة غير ملموسة، ولا يمكن رؤيتها، أو لمسها بحيث لا يتمكن الزبون من تقييم الخدمة قبل استهلاكها.

4- **الفنائية** : أي أنها تستهلك وتندثر آنيا، وفي حال عدم استهلاك الخدمة فإنها تختفي وتختفي معها فرصة تعظيم الربح، وكما تعتبر الكلفة المترتبة عن تقديم الخدمة بالنسبة للمنظمة تكلفة اقتصادية، ولا يمكن استرجاعها.

5- **غير متجانسة** : حيث يختلف أداء كل من مورد للخدمة أو الزبون في كل مرة تقدم فيها تلك الخدمة لذا يجب على البنوك أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسخ ذلك في ذاكرة الجمهور.

1-ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مرجع سابق، ص ص 104، 105

6- **صعوبة تقييم الخدمات المصرفية** : لأن الخدمات المصرفية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمات المصرفية قبل الحصول عليها وهذا يؤثر على برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية.

7- **الانتشار الجغرافي:** وذلك من خلال انتشار فروع المصرف بشكل متناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم، وذلك من خلال تغطية احتياجاتهم سواء كانت على المستوى المحلي، الوطني، أو حتى على المستوى الدولي .

وبالرجوع إلى هذه الخصائص نجد أنها تشير إلى علاقة الزبائن بالمصرف وهذا يعتبر الأساس في أي عملية تسويقية.

كما نستعرض فيما يلي خصائص الخدمات المصرفية حسب أراء بعض الكتاب المختصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية:

حيث يرى **محسن الخضري** أن الخدمات المصرفية تتصف بخصائص أهمها:

1- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها.

2- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجدها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.

3- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عن تقديمها.

4- تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.

كما أشار **بدير الحداد** إلى الخصائص التالية للخدمات المصرفية:

1- لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها، فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها.

2- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.

3- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها، فإن الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

4- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزبائن.

5- أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل.[1]

6- تحمل في طياتها النمو والخطر: فالبنك عندما يبيع قروضاً فإنه في الحقيقة يشتري مخاطر ولذلك فالمنطق يقتضي، إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي وبين الحيطة والحذر.

وعلى ضوء ما سبق فإن الخدمة المصرفية منتج غير ملموس تطلب من جانب العميل، تنتج وتعرض وتتاح من جانب المصرف، وتستهلك ويستفيد منها العميل أو الزبون في الوقت ذاته، وتستخلص خصائصها التالية:

-الخدمات المصرفية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها؛

-تقديم الخدمات المصرفية لا يأخذ شكلا نمطيا محددا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون للآخر؛

-التلازم فالخدمة يكون إنتاجها وبيعها واستهلاكها في زمن واحد فلا يوجد مخلفات ولا يمكن إرجاع الخدمة أو استبدالها.

1- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، جامعة الشلف -الجزائر، ص 254

حيث أن من أهم مرتكزات النجاح في تقديم الخدمات المصرفية، هم موظفو الخط الأمامي، ذلك أن إدراك هؤلاء الموظفين لخصائص الخدمة بشكل عام، والمصرفية منها بشكل خاص هو الأساس في إتقان هذا الفن، فن تقديم الخدمات المصرفية.

المطلب الثالث: آليات تطوير الخدمات المصرفية وأهميتها

تعمل البنوك والمؤسسات المالية مثل كافة أنواع المؤسسات الأخرى جاهدة على الاستمرار والنمو في السوق، ولذلك هناك تفكير مستمر لتقديم الجديد للسوق لإشباع حاجيات العملاء المتزايدة والمتجددة ومن اجل هذا تعمل البنوك على تطوير الخدمات المصرفية القائمة واستحداث خدمات جديدة لاستقطاب شريحة أكبر من الجمهور لتقوية مركزها التنافسي في السوق، وزيادة ربحيتها ونهدف من خلال هذا المطلب إلى إبراز مفهوم تطوير الخدمات المصرفية، و أهمية تطوير الخدمات المصرفية في ظل البيئة المتغيرة التي أصبح يعمل فيها البنك، كما نبرز خطوات التطوير إضافة إلى مصادره، وصولا إلى الهدف منه.

1- مفهوم تطوير الخدمات المصرفية:

المقصود بتطوير الخدمات المصرفية هو إدخال وإضافة مزايا جديدة للخدمات المصرفية القائمة بما يتماشى واحتياجات الزبائن، بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات مثل: [1]

-إدخال تعديلات وتحسينات على الخدمة القائمة أو في طريقة تقديمها وتوزيعها إلى الزبائن؛

-استحداث خدمات جديدة و تقديمها ضمن مزيج الخدمات الحالي للبنك؛

-مد الخدمة المصرفية القائمة إلى مناطق جغرافية جديدة وتوسيعها إلى شرائح جديدة من العملاء؛

إن تطوير الخدمات المصرفية يتوقف نجاحه على ثلاث دعائم أساسية وهي:

1- هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2011-2012، ص18

-تطوير الكفاءات البشرية لأن الخدمات المصرفية تعتمد على العنصر البشري وبالتالي أي تطوير يجب أن يمثل العنصر البشري الأساس والمنطلق فيه؛

-تطوير الأساليب والإجراءات والمنافذ التي تمر بها الخدمة إلى العميل؛

-التطوير المستمر في التكنولوجيا المستخدمة في البنوك بإدخال كل التقنيات والأنظمة الإلكترونية التي أصبحت البنوك تتنافس فيما بينها على الاستثمار فيها من أجل تطوير طرق تقديم خدماتها.

2- أهمية تطوير الخدمات المصرفية:

إن الأهمية التي تكتسبها عملية تطوير الخدمات المصرفية مردها إلى أن البنك يعمل في بيئة متغيرة، وأن رغبات الزبائن في تغير دائم وعلى البنك ملاحقة تلك التطورات والتغيير في الرغبات، ليتمكن من المحافظة على حصته السوقية والاستمرار في ظل المنافسة.

كما إن جهود البنك المتعلقة بتطوير خدماته لابد أن تتم في إطار الإستراتيجية الشاملة للبنك، وذلك بالاهتمام بالابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية، وتتبع أهمية الابتكار والتطوير من مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي: [1]

-التغير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد؛

- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة الزبائن؛

- مواجهة المنافسة المحتدمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين البنوك على جوانب الابتكار والتطوير وإيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.

1- هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مرجع سابق، ص ص18، 19

3- خطوات تطوير الخدمة المصرفية:

تتم عملية تطوير الخدمة المصرفية عبر عدة خطوات تتمثل في:[1]

أ- **البحث عن أفكار** : تتولد الأفكار المبتكرة والأصلية الجديدة عند التفاعل البيئتين الداخلية والخارجية فكلما كان عدد الأفكار الجديدة كبيرا زادت احتمالية التوصل إلى أفكار مبتكرة وصالحة.

ب- **تصفية الأفكار** : تتم عملية غربلة الأفكار حيث ليست كل الأفكار قابلة للتنفيذ نظرا لعدة عوامل فهذه المرحلة تتضمن جردا لجميع الأفكار.

ت- **تقييم الأفكار** : تحديد الأفكار ومدى قبولها من الزبون من خلال التنبؤ بالنتائج الاقتصادية وتأثيرها على المصرف.

ث- **تطوير الخدمة** : هنا تتحول الأفكار إلى خدمات أي إلى واقع ملموس على نطاق تجريبي حيث يتم اختبارها من قبل عينة من الزبائن وتجريبها فعليا وإبداء أرائهم فيها.

ج - **الاختبار التسويقي للخدمة** : بمعني اختبار قدرة الخدمة على دخولها إلى السوق الحقيقي و معرفة ردود أفعال الزبائن عن الخدمة المطروحة.

ح- **تقديم الخدمة المصرفية إلى السوق** : تشير إلى بدء دورة حياة الخدمة المصرفية وبداية دخولها إلى السوق المصرفي مع التأكد من توافق الخدمة الجديدة مع متطلبات السوق.

4- مصادر تطوير الخدمات المصرفية:

تساهم عدة عناصر في تطوير الخدمات المصرفية ومن أبرزها: [2]

أ- **المصادر الداخلية** : تتمثل في:

-الإدارة العامة: تساعد جهود الإدارة في تحديد مجالات السوق التي تحتاج إلى إشباع وتوصي بأفكار جديدة يمكن أن تتحول إلى خدمات مصرفية جديدة.

1- عربي مروى وعبد الرزاق خديجة، تطوير الخدمات المصرفية كآلية لزيادة رضا الزبون- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة -زريبة الوادي-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر -بسكرة- 2021-2022، ص 16

2- المرجع نفسه، ص ص 16، 17.

-العاملون: يمكن أن تصدر الفكرة من أي عامل في أي مجال من مجالات النشاط بالمصرف وهذا من خلال احتكاك الدائم بالزبائن.

-إدارة البحث والتطوير بالمصرف : وهي مصدر هام للأفكار فالبحوث التي يجريها الخبراء في مجال التسويق المصرفي تعتبر مصدرا رئيسيا للخدمة الجديدة.

-إدارة التسويق بالمصرف: من واقع تعاملهم مع الزبائن فهم يتعرفون على أسباب عدم رضائهم والتعديلات الممكن أن تشبع حاجاتهم.

ب- المصادر الخارجية : تتمثل في:

-زبائن المصرف : إذ يلعب الزبون دور هام في ابتكار الأفكار المتعلقة بتطوير الخدمات وتحسينها من خلال إدراكه لمستوي الجودة.

-المنافسون : إن ملاحظة التطورات التي يجريها المنافسين تعتبر أهم مصادر الحصول على البيانات والمعلومات للارتقاء بمستوي الخدمة المصرفية إلى مستوي أعلى من المنافسين.

-معاهد البحث العلمي: كثيرا ما تهتم الرسائل الجامعية بالنشاط المصرفي وبدراسة الخدمات المصرفية وتحليلها واقتراح تطويرها وفقا لما يستخلصه الباحث من نتائج يمكن أن تطور الخدمة المصرفية، وبذلك تكون الرسائل الجامعية مصدرا هاما من مصادر تطوير الخدمة المصرفية.

-شركات البحوث الخارجية : يمكن أن تقدم النصائح والإرشادات والخطط للمصارف لتطوير خدماتها.

5- أهداف تطوير الخدمات المصرفية:

قد يرى البعض أن التطوير في حد ذاته هدف، باعتبار أنه أحد مقومات التواجد، وأساس الحياة الدائمة المستمرة، وإن كان ما تقدم حقيقة في الواقع، فإنه أيضا لعملية تطوير مزيج الخدمات المصرفية وتحديثاتها أهدافا الأساسية هي :

- جذب مزيد من الزبائن الجدد؛
- زيادة تعامل الزبائن الحاليين؛

- تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها البنوك المنافسة وما يتصل بها من جهد ووقت؛
- تحسين الوضع التنافسي للمصرف؛
- زيادة حصة البنك ونصيبه من السوق المصرفي؛
- اكتساب القدرة على الاستمرار والتواصل السليم في السوق المصرفي.

هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن هناك أهداف أخرى لعملية التطوير من أهمها:

تأكيد زيادة المصرف وتفوقه وسبقه الدائم نحو الجديد والتجديد، وفي الوقت ذاته تحقيق التكامل والانسياق بين عناصر مزيج الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف، وسد الفجوات القائمة بين مستوى الإشباع الحالي الذي يحظى به الزبون، وما بين تطلعات العميل لمستوى إشباع أفضل، ومن ثم تحرص البنوك بشكل كبير على إيجاد قسم خاص لديها مهمته تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك تدعيما لكيان الثقة والفعالية والقدرة على الإشباع المتنامي و المتطور كحاجات ورغبات الزبائن.[1]

المبحث الثاني: أنواع الخدمات المصرفية:

لقد تعددت وتنوعت الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية لعملائها وهذا راجع للتطورات المستمرة داخل المؤسسات المالية، إلا أنه يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي :

المطلب الأول : الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء:

وهي الخدمات التي تتقاضى عليها المؤسسة عمولة بوصفها أجرة عمل وتنقسم هذه الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها من الأفراد إلى الأقسام التالية: [2]

1- بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر(دراسة الواقع و الأفاق)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011-2012، ص ص 86، 87

2- حنان دويدة وسماح بعداش، دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك الخليج الجزائر-وكالة جيجل-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل،2018- 2019، ص 32

- **خدمات قبول الودائع المصرفية** :حيث تقوم المؤسسة المصرفية بقبول الودائع من زبائنها ويمكن تصنيف هذه الودائع من ناحية مدى قدرة المودع على سحبها إلى ودائع جارية، ودائع لأجل، ودائع التوفير

1- الحسابات الجارية CURRENT ACCOUNTS : هي حسابات للعملاء تحتفظ بها البنوك وتتضمن معاملات متبادلة بين البنك وطرف آخر وقد يتمثل الطرف الآخر في الشخص أو أشخاص طبيعيين، أو في أشخاص اعتباريين كالشركات والهيئات والمؤسسات المالية الأخرى، ويستطيع صاحب الحساب الجاري إصدار شيكات على الحساب دون الحاجة إلى حمل النقد، إضافة إلى إمكانية السحب من الحساب في حدود الرصيد الدائن المتوفر بالحساب.

2- حسابات الادخار SAVING ACCOUNTS : عادة ما تلجأ البنوك إلى تشجيع عملائها على الادخار وبالذات (محدودي الدخل) عن طريق فتح حسابات تمنحهم بعض المميزات مثل دفع نسبة فائدة سنوية محددة عن المبالغ التي يحتفظون بها في حسابات الادخار، وحساب الادخار لا يؤهل صاحبه بالحصول على دفتر شيكات مثل الحساب الجاري.

3- حسابات الودائع لأجل TIME DEPOSITS : قد يجد بعض العملاء أنهم في غير حاجة إلى مبالغ معينة لمدة محدودة لذلك يتم إيداع هذه المبالغ في حسابات ودائع لأجل محدد لا يحق لهم سحبها إلا بعد انقضاء تلك المدة، فتقوم البنوك بتلقي هذه الودائع واستثمارها في نشاطات استثمارية محددة، وكلما زاد أجل الوديعة كلما تمكن البنك من تحقيق معدلات أرباح مرتفعة.

4- ودائع بإخطار CALL DEPOSITS : هي نوع من أنواع الودائع التي تخول لصاحبها السحب منها بناءًا على إخطار سابق للبنك وفقا لشروط التعاقد، ويقوم البنك في الغالب بدفع فوائد للمودعين على المبالغ المودعة في هذه الحسابات والتي تقل بكثير عن نسبة الفوائد التي تدفعها البنوك على الودائع لأجل.

- **خدمات الأمانة :** تقوم المؤسسات المصرفية بإعداد الخزائن خاصة يستخدمها الزبائن بغرض إيداع أشياء معينة كالأوراق الهامة والمجوهرات خوفا من مخاطر السرقة والضياع على أن يستردوها بعد ذلك بنفس مظهرها المادي.
- **خدمات حفظ الأوراق المالية:** عادة ما تهيئ المؤسسات المصرفية خزائن محكمة لحفظ الأوراق المالية الخاصة بالزبائن.
- **خدمات تحصيل الشيكات :** يعتبر الشيك أداة دفع وسحب في الوقت ذاته، فهو سند بموجبه يمكن لشخص يدعي الساحب بإعطاء أمر للمؤسسة المصرفية وتسمى المسحوب عليه بأن تدفع مبلغ لشخص ثالث يدعى المستفيد.[1]

1- الشيك المصرفي BANKS DRAFT : هذه الخدمة تمكن العميل من إصدار شيك مسحوب على البنك للمستفيد الأول، والذي يمكن العميل من استخدامه في دفع قيمة سلعة أو خدمة معينة تقدم للعميل من جهة أخرى.

2- الحوالات المصرفية MONEY TRANSFERS : هذه الخدمة تمكن العميل من تحويل الأموال من جهة إلى أخرى بكل سهولة ويسر وفي وقت قصير جدا مقابل رسوم.

- **خدمات الاكتتاب :**غالبا ما تقوم المؤسسة المصرفية بدور الوسيط في عمليات اكتتاب الأسهم لبعض الشركات بأمر من هذه الأخيرة.[2]
- **خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية :** فعادة ما تلعب المؤسسات المصرفية دور الوسيط بين زبائنها الراغبين في شراء وبيع العملات الأجنبية.
- **القروض الشخصية (القروض الاستهلاكية) CONSUMER LOANS :**

تقوم البنوك بعملية التمويل الشخصي للأفراد من أجل تمويل احتياجاتهم الاستهلاكية بناء على الضمانات المقدمة وبهامش ربح محدد.[3]

1- عربي مروى وعبد الرزاق خديجة، تطوير الخدمات المصرفية كآلية لزيادة رضا الزبون- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة -زريبة الوادي-، مرجع سابق، ص13

2- المرجع نفسه، ص13

3- حنان دويدة وسماح بعداش، دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص33

- **القروض العقارية والرهن العقاري REAL ESTATE LOANS :** تقوم البنوك بالتمويل العقاري لامتلاك مسكن ولمدة معينة وبهامش ربح محدد، كما يمكن للبنك تقديم تمويل عقاري من خلال رهن العقار إلى حين تسديد مبلغ الرهن والأرباح المتفق عليها.

المطلب الثاني: الخدمة المصرفية للشركات والمؤسسات التجارية:

حيث تكون العلاقة في التعاملات مع الأشخاص الاعتباريين وتشمل مايلي :[1]

1-حسابات جارية بالعملة المحلية CURRENT ACCOUNTS IN LOCAL CURRENCY :

تستخدم الشركة التجارية هذا النوع من الحسابات في جميع عمليات الشراء والدفع المحلية كما تستخدمه لإيداع الشيكات والنقد الوارد إليها.

2-حسابات جارية بالعملات الأجنبية CURRENT ACCOUNTS IN FOREIGN CURRENCY:

هذا النوع من الحسابات يمكن الشركة التجارية من فتح حسابات بالعملات الأجنبية (الدولار الأمريكي، الجنيه الإسترليني وغيره من العملات الرئيسية) لمواجهة متطلباتها من هذه العملات مثل سداد الاعتمادات المستندية الخارجية أو عمل حوالة أجنبية.

3- السحب على المكشوف (جاري مدين) OVERDRAFT ACCOUNT :

هو عبارة عن اتفاقية تمكن العميل من كتابة شيكات أو سحب مبالغ تفوق ما هو موجود في حسابه البنكي من النقود، ويتم حساب عمولات وفوائد على المبلغ المسحوب، ويسدد الحساب عادة على فترات محددة (فأحيانًا يكون دائنا وأخرى يكون مدينا) وينتهي الحساب بانتهاء الاتفاقية وسداده بالكامل.

4- الاعتماد المستنديLERRER OF CREDIT :

هي ترتيبات يصدرها المصرف (طرف أول) فاتح الاعتماد بناءًا على طلب العميل(طرف ثاني)، يتعهد البنك بموجبها بأن يدفع لأمر المستفيد (طرف ثالث) مبلغًا من المال في غضون **مدة محددة.**

1- حنان دويدة وسماح بعداش، دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص ص 34، 35

5- الضمانات البنكية (خطابات الضمان) LETTER OF GUARANTEE :

هي نوع من أنواع المستندات التي يتعهد بمقتضاها المصرف (طرف أول) بأن يدفع للمستفيد منه(طرف ثاني) مبلغا لا يتجاوز حدا معينًا لحساب المضمون (طرف ثالث) لغرض معين وقبل أجل معين وذلك في حالة المطالبة بذلك.

6- خدمات الخزينة TREASURY PRODUCTS :

هي نوع من أنواع الخدمات والمنتجات التي تقدم لشريحة معينة من العملاء (غالبا من الشركات) التي تحتاج لمثل هذا النوع من الخدمات لمواجهة احتياجات أنشطتهم التجارية ومن بين تلك الخدمات مايلى:

1-الصفقات الفورية : هو عقد صفقة فورية لاستبدال عملة بأخرى بسعر السوق الحالي، وعادة ما تكون التسوية في غضون يومي عمل.

2-العقود الآجلة : هو عقد لاستبدال العملات التي تنطوي على شراء أو بيع عملة معينة مقابل أخرى في موعد متفق عليه في المستقبل، وذلك بسعر متفق عليه مسبقا، ويعرف هذا السعر باسم سعر الصرف الآجل.

3-عقد خيار بيع أو شراء: عقد خيار العملة هو عقد يدفع العميل بمقتضاه عربونا للبنك للحصول على حق بدون الالتزام بشراء أو بيع مبلغ محدد من العملات الأجنبية بسعر صرف متفق عليه، في غضون أو قبل موعد محدد سلفًا

- **الخدمات المصرفية الخاصة:**

صممت هذه الخدمة لتلبية احتياجات العملاء الذين هم بحاجة لإدارة ثرواتهم المالية، الشخصية، أو ما يعرفون بالأثرياء أو الذين لديهم ملاءة مالية جديدة، وعادة ما يندرج تحت هذا النوع من الخدمات، خدمات الاستثمار وإدارة الثروات، بما في ذلك تقديم خدمة الحسابات الجارية والبطاقات الائتمانية والودائع البنكية محددة المدة والتسهيلات التجارية.

وبهذا يمكن القول بان الخدمات المصرفية متعددة ويمكن اختصارها في ما يلي :

- قبول الودائع بأنواعها : الجارية ولأجل و ودائع التوفير

– تقديم القروض المتوسطة والطويلة الأجل: حيث تعتبر هذه الوظيفة الاستثمار الأول والرئيسي لمختلف البنوك التجارية كما تعد من أهم مصادر التمويل الخارجية لمؤسسات الأعمال.

– إصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية لتسهيل عمليات التجارة الخارجية.

– بيع وشراء الأوراق المالية وتحصيل الأوراق التجارية لصالح العملاء.

– فتح الحسابات الجارية والقيام بخدمات ترويج للأسهم.

– ممارسة دور الوكيل عن طريق توظيف أموال العملاء في مجالات اقتصادية مختلفة.

المبحث الثالث: الإطار العام للخدمات المصرفية الإلكترونية:

لقد ساعد التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، على تطوير الخدمات في إدارة المرفق المصرفي، وظهور شكل جديد من الخدمات التي أطلق عليها رجال الاقتصاد مسمى الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتي أدت إلى تحسين وزيادة فعالية الخدمة المصرفية، وسنحاول من خلال هذا المبحث إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية، كما سنتطرق من خلاله إلى خصائص وأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية، بالإضافة إلى عرض المزايا والعيوب التي تشملها.

المطلب الأول : مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية :

يستخدم مصطلح الصيرفة الإلكترونية كتعبير متطور وشامل لمفاهيم ظهرت مطلع التسعينات كمفهوم للخدمات المالية عن بعد، وتطور هذا المفهوم مع ظهور الانترنت حيث أمكن من إنشاء البنوك الإلكترونية عبر هذه الشبكة.

أولا : دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية:

حيث أن ظهور الصيرفة الالكترونية كان نتيجة تفاعل مجموعة من العناصر نذكر منها:[1]

1– ريغي أم الخير، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر– الطور الثاني–، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح–ورقلة، 2021–2022، ص 6

- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع البنكي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات بنكية ومالية متطورة ومتنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.
- التجارة الالكترونية التي تعتمد على استخدام الوسائل التكنولوجية والانترنت في المعاملات والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها مما جعل التطوير الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك حتمية وليس ترفا أو هدرا للأموال.
- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير البنكية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بين البنوك.
- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة للبنوك لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين البنوك.

ثانيا :نشأة الصيرفة الإلكترونية :

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينات، حيث برز مفهوم Manistique الذي يعني تزاوج النقد بالإلكترونيك.

أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقة معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت(American Express) أول بطاقة بلاستيكية لتنشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة (Bank Americard)

عام 1968، لتتحول الى شبكة (VISA) العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء (Carte Bleue) من طرف ستة (06) بنوك فرنسية وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا(France Telecom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة، لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية (Cart A Puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها، ومن خلال منتصف التسعينات ظهر أول مصرف الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية، يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم الصيرفة الإلكترونية:

- البنوك الإفتراضية " بنوك الإنترنيت": تحقق أرباحا تصل إلى 6 أضعاف البنك العادي .
- البنوك الأرضية : وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات المصيرفة الإلكترونية ويرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين هما:

– تنامي أهمية ودور الوساطة يجعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية إما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناتجة عن عولمة الأسواق؛

– تطور المعلومات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف" بالصدمة التكنولوجية والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول؛[1]

ثالثا: مفهوم الخدمات المصيرفة الإلكترونية :

ولقد حظيت الصيرفة الإلكترونية بعدة تعاريف، من بينها:

فالصيرفة الإلكترونية تعرف بأنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان".

أو أنها "قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط

1– ريغي أم الخير، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص ص 6، 7

العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة إتصال العملاء".[1]

كذلك تعرف الخدمة المصرفية الإلكترونية على أنها كافة العمليات أو النشطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل البنوك والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل: الهاتف، الحاسوب، والصراف الآلي، والانترنت، والتلفزيون الرقمي وغيره، إلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرو البطاقات الإلكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونيا.

ومن هذه الخدمات المصرفية الصراف الآلي (Automated Teller Machine)، الصيرفة عبر الهاتف(Phone Banking)، الصيرفة عبر الانترنت (Internet Banking)، واستخدام نقاط البيع الإلكترونية(Electronic Point of Sale)، الصيرفة عبر الهاتف الجوال (Mobile Banking)، وخدمة مرسال (Small Message Service)، وغيرها من الأدوات.[2]

ويقصد بالصيرفة الالكترونية إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو الائتمان أو التحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك.[3]

وللخدمات المصرفية الإلكترونية تعريف آخر: "هي النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية

1- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجيستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص 19

2- رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، رسالة ماجيستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الاردن، 2011، ص 21

3- عثماني صبرينة ولكتيلة حنان، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الرفع من أداء البنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف –المسيلة–، 2021–2022، ص 14

من خلال شبكة المعلومات يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به أو الوسائل الإلكترونية أو الرقمية أو الآلية الأخرى".[1]

وتعرف أيضا الصيرفة الإلكترونية : "هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الإنترنت والموزعات الآلية، والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة، وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة، وبتكلفة أقل، وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف".[2]

وعليه فالخدمات المصرفية الإلكترونية: هي تلك الخدمات المقدمة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال وسائط إلكترونية، كالهاتف والحاسب والصراف الآلي والتلفزيون الرقمي والانترنت وغيرها، وذلك بأقل التكاليف واختصار الوقت والسرعة في الحصول عليها.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

أمام التطورات التكنولوجية التي عرفتها الحياة الاقتصادية شرعت مختلف البنوك بتكثيف الاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بهدف تطوير أساليبها في تقديم خدماتها البنكية بالتوجه إلى الصيرفة الإلكترونية الحديثة.

أولا: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل المصرفي بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال فظهرت عدة قنوات لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية من أهمها ما يلي:

1- جهاز الصراف الآلي: هو جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة مسبقا تلبي العديد من الحاجيات المصرفية لصالح العملاء على مدار 24 ساعة، وذلك باستخدام البطاقات البلاستيكية أو الذكية ذات الشريط الممغنط

1- إيناس عروال وسلمى رحيل حلوي، تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 –قالمة، 2022-2023، ص10

2- هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مرجع سابق، ص45

والصادرة عن المصرف، تحمل معلومات العميل التي يمكن التعرف عليه بمجرد إدخالها في الصراف، يمكن نشر هذا الجهاز بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، أو تكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويستعملها العميل للحصول على الخدمات المختلفة مثل: السحب النقدي، الإيداع النقدي، الاستفسار عن الرصيد، طلب كشف الحسابات وغيرها من الخدمات.[1]

ولقد أصبحت هذه الأجهزة من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد وتتمثل هذه الأجهزة فيما يلي:

*** الموزع الآلي للأوراق Distributeur Automatique de Billes (D.A.B)**

الموزعات الآلية للأوراق هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع المصرفي، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة، تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى المصرف، تستخدم حتى في المواعيد التي يغلق فيها البنك أبوابه، وعموما فهي تخفف عن عاتق الفروع الأعمال المصرفية العادية مثل عمليات سحب النقود أو الاستفسار عن الرصيد، وهكذا فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق النقدية هي تقديم الخدمة الأكثر ضرورية للمستهلك.[2]

*** الشباك الأوتوماتيكي للوراق Guichet Automatique Bancaire (G.A.B)**

الشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق النقدية هي أيضا أجهزة أوتوماتيكية توجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالأندية، الجامعات، المراكز التجارية وغيرها من الأماكن والمناطق التي يراها المصرف ملائمة، هذه الشبابيك تقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا مقارنة بالموزع الآلي للأوراق النقدية مثل القيام

1- العياطي جهيدة ومحمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية- تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر-، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد 03، المجلد 02، جامعة محمد بوضياف -المسيلة- الجزائر،2017، ص3

2- هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مرجع سابق، ص48

بعمليات السحب والإيداع في حدود مبالغ معينة، تحويل مبالغ إلى حساب زبون آخر بنفس المصرف، طلب صك... الخ.[1]

فهذه الشبابيك تمثل أحد المنتجات المصرفية الإلكترونية الأساسية للنظام المصرفي

3- **نقط البيع الإلكترونية** : هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، وفي المتاجر التي تقبل التعامل بهذه البطاقات، حيث يمكن للعميل استخدام البطاقات البلاستيكية أو الذكية للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم من حسابه إلكتروني، ويضاف إلى حساب المؤسسة التجارية المعنية، وهذا بتمرير البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونيا بحاسب المصرف.[2]

ويدخل هذا النظام في ما يسمى بنظام تحويل الأموال الكترونيا من موقع البيع ويطلق عليه اختصار EFTPOS أي Electronic funtransteratpoin of sale وهو نظام تطور نتيجة الجمع بين البطاقات البلاستيكية مثل بطاقة الائتمان وثورة الالكترونيات في تقنية واحدة ومن ثم يتطلب النظام توفر العناصر التالية: [3]

* وجود جهاز الكتروني القارئ للبطاقة في محل المؤسسة التجارية؛

*بطاقات بلاستيكية مشفرة بالحبر الممغنط سواء بطاقات خصم مصرفية أو بطاقات ائتمان ورقم تعريف شخصي PIN يكون ممنوحا للعميل من المصرف؛

*نظام اتصالي آلي يربط بين الجهاز المصرفي الموجود بموقع البيع وأجهزة الحاسب بالمصرف وشركات بطاقات الائتمان وسائر البنوك التي تحتفظ بحسابات كل من التجار والعملاء.

4- **الصيرفة المنزلية أو المكتبية:** أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف فرصة توفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها، من بينها الصيرفة المنزلية عبر الانترنت، وهي ذلك

1- هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مرجع سابق، ص49

2- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مرجع سابق، ص 106

3-موردي سعيدة، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمؤمول-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة أدرار-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية -أدرار، 2018-2019، ص10

الحساب الشخصي الموجود بالمنزل، أو العمل، أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر، أو الرقم السري، أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوبة.[1]

3- **الصيرفة عبر الهاتف النقال:** في الوقت الراهن مع ظهور الجيل الجديد للهواتف النقالة الذكية، التي تتميز بنفس خصائص الحاسب الآلي، فبمجرد توفر التغطية بالشبكة يمكن للعميل الحصول على أي خدمة مصرفية يريدها.[2]

4- **خدمة الرسائل القصيرة :** هي خدمة تتيح للعميل استقبال رسائل قصيرة للعديد من الخدمات البنكية والحركات التي تمت على حساباته، بالإضافة إلى معلومات ترويجية عن البنك بحيث يستقبلها بشكل منتظم على هاتفه الخلوي في أي مكان وفي أي وقت، ومن أهم أنواع الرسائل نجد رسائل تحويل الراتب، التحويلات بين الحسابات، الإيداع النقدي، الحساب النقدي،....[3]

5- **الصيرفة عبر التلفزة الرقمية:** يتم من خلالها الربط بين جهاز التلفزيون والحاسب الآلي للعميل والمصرف من خلال الأقمار الصناعية، إذ يمكن للعميل الدخول إلى حاسب المصرف من خلال رقم سري يمنح له بهدف تنفيذ العمليات المطلوبة.[4]

6- **الصيرفة عبر الإنترنت :** تعرف على أنها استخدام الإنترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية، مثل :فتح الحسابات، تحويل الأموال والحصول على خدمات مصرفية

1- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مرجع سابق، ص 106

2- إسحاق تواتي وعبد الباسط دهيمي، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة سطيف، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج-2020-2021، ص09

3- حجابي إيناس وسلطاني هالة، دور الخدمات البنكية في تحسين أداء البنوك التجارية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة قالمة- مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2020-2021، ص 71

4- إسحاق تواتي وعبد الباسط دهيمي، المرجع نفسه، ص09

جديدة، والإجابة على رسائل البريد الإلكتروني الذي أصبح أداة فعالة في التخاطب بين المصرف والعميل.[1]

7- **التلفون الرقمي** : هو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفون بالمنزل وبين حاسب المصرف، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف، أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة.[2]

8- **الصيرفة المحمولة** : يتجه العالم اليوم بخطى متسارعة نحو استخدام الهواتف الجوالة بصورة المصرف حيث يستخدمون هواتفهم الجوالة من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه، والحصول على العديد من الخدمات المصرفية كالإطلاع على حساباتهم الشخصية والاستعلام عن أرصدة الحسابات عندما لا يستطيعون الاطلاع عليها عبر الأنترنت، الأمر الذي يستلزم تطوير استخدام هذه الهواتف للعديد من الأغراض.[3]

9- **الصيرفة عبر الهاتف** : وهي خدمة التي يستطيع المصرف من خلالها الرد على استفسارات العملاء، وكل ذلك من خلال الهاتف حيث يكون الاتصال برقم موحد لجميع عملاء المصرف، كما تتيح للعميل فرصة الاطلاع على حسابه طوال اليوم، ومعرفة رصيده داخل البنك والتعرف على أسعار الصرف، وسعر الفائدة على الودائع، وفتح الحسابات.[4]

ونخلص أن قنوات الصيرفة الالكترونية هي قنوات تساعد الزبائن للحصول على الخدمة المصرفية بسهولة ويسر، وحرية، في أي وقت وأي مكان توجد فيه خدمة الانترنت، ودون التقيد بمواقيت العمل والتوجه إلى مكان مقر المصرف.

1- إسحاق تواتي وعبد الباسط دهيمي، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة سطيف مرجع سابق، ص09

2- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مرجع سابق، ص 107

3- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، المرجع نفسه، ص 107

4-حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى، الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمات المصرفية-دراسة استطلاعية لعيينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية-، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد 07، العدد01، الجزائر، 2021، ص627

10- **خدمة سداد الفواتير والمدفوعات الحكومية UTILITY BILLS PAYMENT** : وهي خدمة تتيح للعملاء إمكانية سداد الفواتير والمدفوعات الحكومية من خلال الصرف الآلي، والانترنت، والهاتف المصرفي، من خلال الفروع.[1]

ثانيا: وسائل الدفع الإلكترونية

1- **البطاقة المصرفية بين البنوك " Carte CIB "** أنشئت من طرف شركة **SATIM** سنة 1998، إذ كانت في البداية كبطاقة سحب فقط، وفي2005 أصبحت أداة سحب ودفع، وهي بطاقة رقمية مزودة بشريحة لتخزين المعلومات والتي تتضمن تحويل الأموال بأمان، وتكون هذه البطاقة موصولة بالشبكة النقدية مابين البنوك، وهي وسيلة من وسائل الدفع الإلكترونية، فمن خلالها يتمكن العميل من تسوية المشتريات والخدمات على أجهزة الدفع الإلكتروني **TPE** المركبة على مستوى بعض المحلات التجارية، كما تمكّن البطاقة أصحابها من السحب من أي صراف ألي متصل بالشبكة الإلكترونية بين البنوك.[2]

يمكن التمييز بين نوعين من بطاقة **CIB** التي تصدرها البنوك كما يلي:

- **البطاقة الكلاسيكية:** توفّر عمليتي الدفع والسحب ما بين البنوك، وتمنح للزبائن وفق معايير تكون محددة لدى البنك.

-**البطاقة الذهبية:** بالإضافة إلى العمليات السابقة، تمنح هذه البطاقة لحاملها ائتمان أوفر من سابقتها، وسقوف سحب أوفر، وسرعة في إجراء التحويلات.

-**البطاقات البنكية الدولية :** يُصدر عدد من البنوك بطاقات دولية، مثل بطاقات **AMERICAN EPRESS**، وبطاقات **VISA** الدولية، كما تقوم بعض البنوك الخاصة بإصدار كل من بطاقات **VISA** و **MASTER CARD**، وكل هذه البطاقات تستخدم للسحب والدفع، مع اختلافات في درجة الائتمان وسقوف السحب والدفع.

1- حنان دويدة وسماح بعداش، دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص 33

2- إبراهيم أوراغ ومحمد السعيد مزياني، أنواع العمليات المصرفية التقليدية والإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 5، العدد 03، جامعة باتنة- الجزائر، 2018، ص ص 404، 405

2- **بطاقات الصرف الإلكتروني ATM CARDS** : هي بطاقات الكترونية تمكن صاحب الحساب من الحصول على النقد من أجهزة الصرف الآلي دون الحاجة إلى الدخول إلى فرع البنك وأثناء الليل وفي العطل بحدود قصوى.

3- **بطاقة الائتمان CREDIT CARD** : هي نوع من أنواع القروض قصيرة الأجل التي تقوم البنوك بمنحها للعملاء وفقا لحدود ائتمانية معينة، عبر إصدار بطاقات ائتمانية تعود ملكية علامتها التجارية لشركات بطاقات ائتمان عالمية مثل VISA and MASTER CARD وتصدر البنوك هذا النوع من البطاقات مقابل رسوم، والتي تمكن حاملها من استخدام البطاقة في دفع قيمة المشتريات ومن ثم تسديد المبلغ لاحقا وفقا لشروط وأحكام البطاقة.

تجدر الإشارة هنا إلى أن بعض البنوك الخاصة يوفر خدمات راقية في هذا المجال، إذ يعرض بطاقات **VISA** و**MASTER CARD** بمختلف أنواعها (بطاقات الدفع المسبق، البطاقات الكلاسيكية، الذهبية وبطاقات بلاتينيوم)

2- النقود الالكترونية: يصدر البنك وسائل للدفع بخلاف النقود العادية، حيث أنه يعتمد على النقود الإلكترونية، وهي عبارة عن شرائح ممغنطة، تحت مسمى بطاقات القيمة المخزنة، تلك البطاقات يقابلها مقدار من الوحدات النقدية، فهي نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان امن على الأسطوانة الصلبة للكمبيوتر الخاص بالعميل، وتكون متاحة للتبادل الفوري في عمليات الشراء والبيع والتحويل، فتعتبر مستودع للقيمة النقدية، يحتفظ به في شكل رقمي، يمكن استخدامها في أي وقت وأي مكان ويجب ان تكون قابلة لنقل والتداول والتقسيم وصمود أمام التزييف.[1]

ويتميز النقد الإلكتروني بمجموعة من الخصائص هي:[2]

-أنه يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي؛

1- جحودي بسمة، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون-دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر- وكالة قالمة-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945-قالمة-، ص 22

2- إسحاق تواتي وعبد الباسط دهيمي، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة سطيف، مرجع سابق، ص12

-يسمح النقد الإلكتروني بتحويل القيمة إلى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية؛

-يتناسب مع التعاملات النقدية القليلة القيمة؛

-يتميز بالقابلية للانقسام ولكونه متاحا بأصغر وحدات النقد الممكنة كتيسير لإجراء المعاملات محدودة القيمة؛

-التعامل فيه متاح في كافة الأوقات والظروف ويتناسب مع طبيعة تكوينية للإنترنت، وما تقتضيه من استمرار المبادلات الدولية وحتى في اختلاف التوقيت من بلد لآخر.

المطلب الثالث: خصائص وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات نجاحها:

نظرا لخصوصية وحساسية الخدمة المصرفية الالكترونية مقارنة بالخدمات التقليدية من حيث أنها متعددة ومتنوعة وخاضعة لتغيرات مستمرة والتوسع في استخدام الوسائط التكنولوجية، لذا فهي تتضمن جملة من الخصائص التي تجعلها متميزة وهامة في إرضاء الزبون.

أولا: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية:

تتميز الصيرفة الإلكترونية بتقديم خدمات متميزة عن الخدمات المصرفية التقليدية لتلبية حاجيات الزبون وهو ما يحقق مزايا عديدة من أهمها:

1- ليس لها قيود زمنية (اختصار الزمن): تتميز الصيرفة بقدرتها للوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن دون زمن معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون، إضافة إلى سرية المعاملات والتي تزيد من ثقة الزبون.

2- سهولة الاتصال : يسمح استخدام الوسائل الإلكترونية كالهاتف والفاكس والانترنت سهولة اتصال الزبائن بالبنك، والتعرف على الخدمات المقدمة إلكترونيا، وكذا طرح انشغالاتهم واستفساراتهم والتي يجيب عليها موظف البنك ممثل في جهاز الرد الآلي، ويكون الاتصال ذو

اتجاهين بين الزبون والبنك، وهذا من شأنه تعزيز العلاقة بينهما وكما تسمح هذه الخاصية بإرسال معلومات من طرف الزبائن إلى البنك حول اهتماماتهم بخدمة مصرفية معينة، وبالتالي يستفيد البنك من التغذية العكسية ودراسة السوق.

3- تقديم خدمات مصرفية متكاملة وجديدة: تتضمن الخدمات المصرفية كافة الخدمات المصرفية التقليدية وإلى جانبها خدمات أكثر تطورا باستخدام وسائل حديثة تميزها عن الأداء التقليدي مثل:

- إصدار النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية؛
- إمداد الزبائن بطريقة التأكيد من أرصدتهم لدى المصرف؛
- تقديم طريقة دفع الزبائن للكمبيالات المحسوبة عليهم إلكترونيا؛
- كيفية إدارة المحافظ المالية للزبائن؛
- تحويل الأموال بين حسابات الزبائن إلكترونيا.

4- خفض التكاليف : من أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة الإلكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية كما يقدر العاملون في القطاع المصرفي، أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف ما لا يقل عن ستة (06) أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي هي تقليل التكلفة، تقديم الخدمات المصرفية للزبائن بنوعية أفضل، وجودة عالية.

5- سرعة إنجاز الأعمال المصرفية : إن ما أحدثته الوسائل التقنية الحديثة من سرعة في إنجاز الأعمال المصرفية سهل على الزبون الاتصال بالمصرف وأصبح بإمكانه الاستفادة من الخدمات في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة وذلك بأداء جيد وبكفاءة عالية، دون انتقاله شخصيا إلى مكان وجود المصرف لطلب ما يحتاجه.

6- سرعة التحديث : خاصية التحديث تعني القدرة على تكوين مصادر معلومات من خلال تحديث المعلومات المجمعة من الزبائن ومن التفاعلات التي تحدث بين الزبون والبنك بشكل متواصل، مما يعزز كفاءة وفعالية قواعد البيانات، وبالتالي الوصول إلى الدقة

والمصداقية، ويعبر عن هذه الخاصية بمدى حداثة المعلومات على الموقع وعدد مرات تحديثها خلال فترة زمنية معينة.[1]

7- التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات : إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات تتم بين الزبون ومقدم الخدمة المصرفية إلكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية.[2]

ثانيا : أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية:

ونجد أن أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية تنحصر في: [3]

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات؛
- زيادة ارتباط العملاء بالبنك؛
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة؛
- الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى.

ثالثا: متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية

إن نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية يتطلب عدة عناصر، سواء كانت بنسبة للاقتصاد ككل أو بالنسبة للبنك، ويمكن ذكرها في نقاط التالية:

1- البنية التحتية:

نجد في مقدمة متطلبات اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية البنية التحتية التقنية وفي ظل التطور التكنولوجي الهائل والدخول في اقتصاد المعرفة فإن البنية التحتية التقنية لابد أن تتمثل في إرساء شبكة إلكترونية عريضة تضم كل الهيئات ذات الصلة بالخدمات المصرفية، ومربوطة بالشبكة العالمية للانترنت وفقا لأسس قياسية مؤمنة، فالمطلب الرئيسي الذي يضمن خدمات إلكترونية ناجحة يتمثل في الاتصالات، فبمقدار كفاءة البنية تحتية

1- حلايلي نريمان وبن بوزيان محمد، دور خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17، العدد 01، الجزائر، 2022، ص ص 103-105

2- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، واقع الخدمات الصيرفة الالكترونية بالبنوك الجزائرية، مرجع سابق ص 24

3- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن، مرجع سابق، ص 22

للاتصالات تكون كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية، كما أن فعالية وسلامة بنا الاتصالات تقوم على سلامة وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات.

2- الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية:

هذه الكفاءة قائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بنشاط البنكي الإلكتروني.

3- التطوير والفعالية والاستمرارية مع المستجدات:

يعد هذا العنصر من بين أهم متطلبات نجاح الخدمة المصرفية الإلكترونية وتميزها، فالجمود والحفاظ على المتاح من الخدمات التي تتفق مع توجهات المنافسة والريادة والتميز، فلابد من التطوير الدائم والمستمر للخدمات المصرفية الإلكترونية ومزجها بما تحققه تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تطور.

4- التفاعل مع المتغيرات والوسائل والإستراتيجية الفنية والإدارية والمالية:

وهذا يعني التفاعل مع كل ما هو جديد من الأفكار والابتعاد عن التفكير النمطي.

5- الرقابة التقييمية الحيادية:

وهذا ما يفسر بإقامة البنوك لجهات استشارية في التخصصات التقنية والتسويق والفنون والنشر الإلكتروني من أجل تقييم أدائها وفعالية مواقعها في تقديم الخدمات المختلفة، ويجب الحذر من مصيدة الارتكاز إلى عدد زوار الموقع كمؤشر على النجاح.[1]

المطلب الرابع: مزايا وعيوب الخدمات المصرفية الإلكترونية و تأثير جودتها على الخدمة المصرفية.

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى عنصرين هما على التوالي، مزايا وعيوب الخدمات المصيرفة الإلكترونية وجودتها.

1- وسيم محمد الحداد وأخرون، خدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص58 .

أولا :مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية :

تتمثل مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية فيما يلي :

* التصاعد المتنامي في حدة المنافسة في صناعة الخدمات المالية الإلكترونية، خاصة في ظل الإدخال المتزايد للمنتجات وخدمات مالية جديدة إلى السوق من قبل المؤسسات المصرفية وغير المصرفية؛[1]

* التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الحاسوب والبرامج، والتي تزيد من سرعة تنفيذ العمليات؛[2]

* تنامي الطلب على البنى الأساسية الشاملة للتكنولوجيا التي تتصف بأنها مرنة مع إمكانية التداخل بين العمليات سواء داخل المؤسسات أو عبرها، والتي تؤمن الحماية والتكامل بين المعلومات والخدمات؛

كما يمكن أن نشير إلى أهم مزايا الصيرفة الإلكترونية للبنوك من خلال ما يلي:[3]

* استخدام نظم متطورة في مجالات عمل المصرف وتقليل الأعمال الورقية، وذلك من خلال تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية، وغيرها من المعاملات الورقية؛

* تحقيق عنصر السرعة في الإنجاز وتحسين التدفق النقدي وموثوقية تلك التدفقات وسرعة تداول النقد في بيئة ما عادت تعرف غير مفهوم السرعة؛

* خفض التكاليف عن طريق تخفيض العديد من بنود التكاليف التي تقع على عاتق البنك، حيث يخفف من أعباد فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة؛

* إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء : قدرة البنوك الإلكترونية على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان وزمان معين، كما تتيح إمكانية طلب الخدمة في

1- أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، لبنان، 2006، ص109

2- المرجع نفسه، ص109

3- خولة جفال وصبرينة ناجح، واقع وأفاق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير، جامعة العربي تبسي-تبسة-، 2019-2020، ص ص 18، 19

أي وقت طيلة أيام الأسبوع، وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى سرية المعاملات مما يخلق الثقة بين البنك والعميل.

* تتيح الصيرفة الإلكترونية إمكان إلمام زبائن البنوك بالتعاملات الإلكترونية، ومن ثم زيادة المعارف التكنولوجية، وهذا بدوره يقود إلى تنمية العنصر البشري كذلك تعمل على تأمين النشرات الإعلانية عن الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وإتاحة خدمات المصرف المنزلي، وإمداد الزبائن بالمعلومات عن أرصدتهم وإمكان دفع الكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا، ومعلومات عن إدارة المحافظ المالية للزبائن، وطرق تحويل الأموال بين حسابات الزبائن؛

* تساعد الصيرفة الإلكترونية على انتعاش التجارة الإلكترونية وزيادة فرص إنشاء علاقات تجارية دولية دون الحاجة إلى الانتقال وفتح أسواق جديدة لترويج الخدمات؛

* حرية الاختيار، حيث يتزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات وتحقيق للزبون درجة عالية من الراحة، وتجنبه الانتظار في المصرف لإتمام تسوية معاملاته؛

* تقديم خدمات مصرفية ومالية للعملاء بصورة أفضل وأوسع من خلال توفير قنوات متعددة لإيصالها، كما يمكن زيادة عدد الخدمات المصرفية وزيادة قدرة المصرف على جذب العملاء وتلبية أذواق ورغبات المتعاملين؛

* تعتبر الصيرفة الإلكترونية أحد وسائل المنافسة الفعالة بين البنوك من خلال توسيع قاعدة العملاء، وزيادة كفاءة البنك والسرعة في إنجاز المعاملات، والحد من الأعمال الورقية، كما توفير خدمات مالية ومصرفية جديدة ومبتكرة لا يمكن تقديمها في ظل عدم وجود التكنولوجيا، كالبطاقات الائتمانية والصراف الآلي، وتوفير قنوات عالمية لتسويق الخدمات المصرفية.

فبهذا نستخلص أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تنفرد بتقديم خدمات متميزة عن خدمات المصرفية التقليدية تلبية لاحتياجات العميل، وهو ما يحقق مزايا عديدة من أهمها :

إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين، تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة، تخفيض التكاليف، زيادة الكفاءة للمصارف، توفير خدمات البطاقة، وتحقيق الميزة التنافسية.

ثانيا :مخاطر وعيوب الخدمات المصرفية الإلكترونية:

هناك عدة مخاطر للخدمات المصرفية الإلكترونية تواجه البنوك، ومخاطر أخرى تواجه العملاء، يمكن توضيح أهمها فيما يلي:[1]

* إساءة الاستخدام من قبل العملاء وذلك لعدم إحاطتهم بإجراءات التأمين والوقائية أو مهاجمة حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام بياناتهم الشخصية، أو عدم إتباعهم إجراءات التأمين الواجبة؛

* زيادة التكلفة المترتبة عن استخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية الإضافية (مثل الاشتراك في الانترنت، إجراء مكالمة هاتفية)، كذلك وجود عطل فني يحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة، بالإضافة إلى وجود بعض الخدمات المصرفية التي لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية (مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، تحصيل البواليصة)؛

* المخاطر التقنية في الوسائل الإلكترونية، وأخطاء العملاء والموظفين القائمين بالعمليات المصرفية الإلكترونية؛

* مخاطر السمعة التي تنتج من عدم قدرة البنك على إقامة علاقات جديدة أو الحفاظ على العلاقات الحالية مع عملائه، بسبب عدم قدرته على التعامل من خلال الانترنت، ويكون ذلك بسبب نقص كفاءة الخدمات الإلكترونية المقدمة، أو للاختراق أمن وسرية وكذا خصوصية المعاملات البنكية، هذا ما ينعكس سلبا على ربحية البنك وبقائه؛

* بعض المخاطر الفجائية وهي التي تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية، أو في سوق الأوراق

1- خولة جفال وصبرينة ناجح، واقع وأفاق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سابق، ص ص 20، 21

المالية بشكل عام في تنفيذ الالتزامات(الدفع والتسديد) يؤدي غالبا إلى توفر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الاستقرار المالي في السوق.

وما يمكن ملاحظته من خلال ما سبق فإن الخدمات المصرفية الإلكترونية يكتسيها عيبان أساسيان هما، عدم توفر الأمان والسرية عند استخدام القنوات الإلكترونية، وعدم توفر المهارات اللازمة لاستخدامها كعدم المعرفة بالخدمات الإلكترونية.

ثالثا: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطوير الخدمات التقليدية حيث أن الدراسات أوضحت أن تطورها قد أخذ اتجاهين متداخلين هما : اتجاه التطور في جودة المعلومات والمعرفة، واتجاه جودة الخدمات الإلكترونية.

01: جودة الخدمة:

وحتى نصل إلى الهدف من توفير الخدمة ويكون لها أثر إيجابي على العملاء، نشير فيما يلي إلى مفهوم جودة الخدمة عموما:

حيث عرف **Gronroos** جودة الخدمة من جانبين هما الجانب التقني و(الفني) "ما تقدمه الخدمة" والجانب الوظيفي "كيف تعمل الخدمة"، وفي بعض الخدمات يجد الزبائن صعوبة في تقييم الجانب الفني (التقني)، مما يجعلهم يبحثون عن جوانب أخرى لتقييم جودة الخدمة مثل الجانب الوظيفي.

ويستخدم مصطلح الجودة للدلالة على أن الخدمات جيدة وتلبي رغبة الزبائن، ولكن من الخطأ أن الخدمات ذات الجودة العالية هي فقط الخدمات الأكثر كلفة وإنما هي تلك الخدمات التي تتناسب وحاجات العملاء وتوقعاتهم من حيث الأداء المرتفع والتكلفة المنخفضة وتوفر المنتجات أو الخدمة بالكمية المطلوبة والوقت المناسب.

ويمكن القول إن الجودة لا تتجسد في الخصائص والمميزات فقط وإنما في قدرة هذه الخصائص والمميزات على إشباع وإرضاء الحاجات المعلنة والضمنية للعملاء، كما يمكن

الاستنتاج أن الجودة تشمل على مجموعة من الخصائص المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المقدمة إلى جانب الخصائص الخاصة بالعملية الإنتاجية والتسويقية والعمليات والأفراد، وهي التي لها القدرة على تلبية حاجات وتوقعات العملاء، وإن الاختلاف في المعاني التي يأخذها مصطلح الجودة تختلف باختلاف الجهة المستخدمة.[1]

02 : جودة الخدمات المصرفية

وتعرف على أنها التقاء احتياجات ومتطلبات الزبائن وارتباط مستوى الخدمة المراد تسليمه بالتوقعات الموضوعة من قبل هؤلاء الزبائن، ومن هنا يتبين لنا أن الذي يحكم على جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها، وهذا من خلال مقارنته بين توقعاته وبين الأداء الفعلي للخدمة التي يحصل عليها.[2]

ومنه تشير جودة الخدمة المصرفية إلى قدرة البنك على توفير خدمات تحقق إشباع للزبون، وتقاس الجودة من خلال ما يقدمه البنك من خدمات تلقى قبولا لدى الزبائن، كما تعتبر عنصرا استراتيجيا في خطط البنك التسويقية، حيث يمكن الوصول إلى أعلى رضا للزبائن من خلال الجودة وبالتالي يمكن للبنك الحصول على قدرة تنافسية يواجه بها السوق المصرفي.

حيث إن الاهتمام بالجودة تزايد في ظل التغيرات التي شهدها القرن الواحد والعشرين لذا أصبح أمام البنوك أن تقدم خدمات ذات مستوى عالمي وبذلك أصبحت ملزمة بالتميز في رضا زبائنها من خلال تلبية رغباتهم بجودة عالية، كما تسعى البنوك إلى تحقيق حصص

1- رمزي طلال حسن الردادة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، مرجع سابق، ص ص 20، 21

2- رعد حسن الصرن، طريقة جديدة لدراسة جودة الخدمات في القطاع المصرفي(دراسة مقارنة بين بعض المصارف السورية والأردنية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق، ص14

سوقية عالية بالاعتماد على الجودة لأن الزبون في كثير من الأحيان قد يدفع سعرا أعلى عندما يدرك القيمة المحققة له من خلال الخدمة المقدمة.[1]

كما تحدد بعض مستويات الجودة الخدمة المصرفية كالتالي:[2]

-**الجودة المتوقعة** : وتعرف على أنها تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة، وتعتمد على : احتياجات العميل، وخبراته، وتجاربه السابقة، وثقافته، واتصاله بالآخرين.

-**الجودة المدركة من قبل الإدارة** : وتمثل مدى إدراك البنك لاحتياجات وتوقعات عملائه وتقديم الخدمة بالمواصفات التي أدركها لتكون في المستوى المطلوب.

-**الجودة المروجة** : وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة وخصائصها وتعهد البنك بتقديمها.

-**الجودة الفعلية** : التي تؤدى بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء، أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفو البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.

1- تعريف جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية:

تعرف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية بأنها ملائمة ما يتوقعه العملاء مع الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فإن الخدمة الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق أو تتطابق مع توقعاتهم.[3]

ويُقصد هنا تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق الشبكة العنكبوتية الدولية لسُّرعة "الانترنت" كقناة تسويقية جديدة لها خصائصها الفريدة والمميزة لها عن بقية القنوات

1- زكي محلوس وأخرون، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك-وكالة الوادي، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة الوادي- الجزائر، 2021، ص 117.

2- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مرجع سابق، ص 258

3- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، مرجع سابق، ص 09

الاتصالية الأخرى التي تمتاز وانخفاض التكاليف، والتي تمثل إستراتيجية التسويق المصرفي الإلكتروني، وتعمل على التحول من السُّوق المكاني إلى السُّوق الافتراضي.

يرى البعض أنَّ جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تعني:

"الفهم والإدراك للخدمة من نظر مختلفة سواءً قبل أو بعد تقديمها على شبكة الإنترنت، أو هي التقييم الشامل للعملاء والحكم الصادر عن التميز والجودة في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المؤسسات في السوق الافتراضية".[1]

ويمكن أن نلخص ما سبق في أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية هي: "مدى قدرة المصرف على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية (مثل :الصراف الآلي، البطاقات الإلكترونية، النقود الإلكترونية، بنوك الانترنت ...) تتناسب مع ما وعد به العملاء، بحيث يتم الاعتماد عليها لتمتعها بدرجة عالية من الدِّقة والثقة".[2]

2- قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية:

لعلّ التوجه في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، أدى بالعديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس جديدة تتماشى مع هذا التطور، ومن أبرزها:

أ-**الجودة على الخط"WEBQUAL"**: هو الاستبيان على الخط، أو الاستبيان الالكتروني، أو من منظور" صوت العميل"، الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع الالكترونية على شبكة الإنترنيت وفقا لتطوراتها، كما أن الاستبيان ينجز من قبل المصرف ويقوم العملاء، بالإجابة على التساؤلات المطروحة في الاستبيان، وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار في المصرف.

ب- "**E-SERVQUAL**": عرفه (Parasurman,A and all) أنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني (E-tailing envirenment)، وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (servqual) .

1- حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى، الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية لعينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية-، مرجع سابق، ص628

2- المرجع نفسه، ص628

وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية، هذا يُنتج سبعة خصائص لجودة الخدمة :الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز، السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر، كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط.

ج- "E-SEQUAL" : عرفه (Dawson and all) أنَّه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونية واستراتيجيات للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الالكتروني.

يمكن أن يوفر"**E-SEQUAL**" توجيهات وإرشادات للخدمات الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وعبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الالكتروني...، وإنهاء الإجراءات التجارية ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييميه لتوجيه مصممي واختصاصيي التسويق لطريقة تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني.

د- "E-S-QUAL":عرفها كل من (parasurman, zethaml, malhotra, valarie, arvind) على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلومات التجريبية المجمعة اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية.

- الوضعية الأولى **(E-S-Qual)** تضم أربعة أبعاد وهي : الكفاءة، الوفاء، توافر النظام والخصوصية.
- الوضعية الثانية **(E-RecS-Qual)** هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد وهي: الاستجابة، التعويض، الاتصال.
- وهناك من يقيس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق خمس أبعاد هي : الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، الأمان والثقة، اللباقة والتعاطف.[1]

1- حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى، الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية لعينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية-، مرجع سابق، ص ص 628، 629

3- تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية:

تعمل الخدمات الإلكترونية على تطوير الخدمات المصرفية والتحسين من جودتها فلعبت دورا كبيرا في ذلك ولها أثر فعال على الأداء المصرفي وتقوية علاقة المصرف مع العملاء، وعليه سيتم التعرض إلى ذلك من خلال المطالب الآتية: [1]

أ- تحسين جودة الخدمات وتوسيع مجموعة عروضه : ويتم ذلك من خلال تجديد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتلجا البنوك للاعتماد على قنوات التوزيع الالكتروني لزيادة ولاء (الرضا) العملاء من الخدمات المتطورة والدائمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، ولربح الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمات، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والآمنة، وغير ذلك، فالعميل ينظر إلى هذه الخدمات الالكترونية المقدمة عبر شبكة الانترنت على أمنها وزيادة في حرية الخدمات، والخدمات الاستثمارية عن بعد.

ب- فتح أسواق جديدة : إن درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للمصارف لأن المصرف الذي يعتمد على قنوات التوزيع الالكتروني والاتصالات سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية والزمنية والوصول إلى أسواق جديدة عبر جغرافيا أوسع لاستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية.

ج- توسيع نطاق الخدمات : تتيح الخدمات الالكترونية فرصا جديدة للمصارف لتوسيع نطاق المنتجات أو الخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم مما يسمح للمصرف التميز أكثر عن المنافسين من المصاريف الأخرى.

د- تعزيز العلاقة مع الزبائن : يسمح للمؤسسات المالية التي تعتمد على الخدمات الالكترونية تعزيز علاقتها مع عملائها المحتملين وزيادة رضا العاملين الحاليين من خلال استخدام قنوات الاتصال المتعددة والمتكاملة والمتاحة في جميع الأوقات، هذه العلاقة تميل

1- دغنوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، حالة البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2017 ، ص ص 170،171

إلى أن تصبح أكثر تخصيصا، فتخصيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في المصرف .

هـ- انخفاض التكاليف : إن أداء المؤسسات المصرفية لأعمالها ونشاطاتها من خلال الخدمات الالكترونية أدى إلى تخفيض التكاليف لعدم الحاجة إلى البنى التحتية للاستثمار، والحد من العوائق اللوجستية، مما ساوى ما بين المؤسسات المصرفية الكبيرة والصغيرة في أن تقدم كل منها ما لديها عبر شبكة الانترنت أو الوسائل التكنولوجية الأخرى.[1]

1- رمزي طلال حسن الردادة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، مرجع سابق، ص24

خلاصة :

في هذا الفصل تم التطرق إلى أهم المفاهيم حول الخدمات المصرفية التقليدية، والتي تشمل مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن وتحقيق أرباح للمصرف، ونظرا لتوسع وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وظهور خدمات مصرفية جديدة، حاولت كل المصارف إلى تطوير وظائفها لتشمل تقديم خدمات مصرفية متنوعة ومتميزة تتماشى ومتطلبات العصر الحديث، بالاعتماد على التقنيات الإلكترونية في عمل مصرفي يصل إلى كسب رضا الزبائن وتقديم خدمات مصرفية بكفاءة عالية، من خلال تقديم خدمات يعتمد فيها على تكنولوجيا المعلومات والاتصال باستعمال وسائط إلكترونية، كالهاتف والحاسب والصراف الآلي والتلفزيون الرقمي والانترنت وغيرها، حيث أصبحت تمثل حجر الأساس في تطوير المعاملات المالية والتجارية الإلكترونية وذلك لتقليل التكاليف واختصار الوقت والسرعة في الحصول عليها. والتقليل من الاستخدام الورقي والبشري.

الفصل الثاني

المفاهيم العامة حول الأداء للبنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

تمهيد:

يكتسي موضوع تقييم الأداء أهمية كبيرة بالنسبة لأي منظمة لما يتضمنها من قياس قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها وكفاءتها في استغلال مواردها بالصورة المثلى، كما تعتمد عليه في إصدار الحكم على نتائج المحققة ورسم السياسات المستقبلية.

وفي مجال البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية فإن عملية تقييم الأداء لا تقل أهمية عن باقي المؤسسات والمنظمات، فمن خلالها تستطيع البنوك الإسلامية كشف نقاط القوة والضعف في كافة أنشطتها وتحديد الانحرافات من أجل معرفة معالجتها ورسم السياسات المناسبة لرفع وتحسين الأداء، واختلفت النماذج التي عملت إلى تقييم البنوك الإسلامية.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى : عموميات حول الأداء، والإطار المفاهيمي لتقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية، ومفهوم البنوك الإسلامية، والنوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية، وذلك من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول : عموميات حول الأداء

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي لتقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

المبحث الثالث : المفاهيم الأساسية حول البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

المبحث الأول: عموميات حول الأداء

أخذ موضوع الأداء حيزا مهما ومعتبرا من البحوث والدراسات، وأهمية بالغة ومتزايدة في البنوك للتكيف والاستجابة مع البيئة المحيطة وتعزيز مكانتها مما يعزز من فرص بقائها ونموها.

المطلب الأول: مفهوم الأداء و تطوره التاريخي

أولا : مدخل إلى الأداء والمصطلحات الاقتصادية ذات الصلة:

يعد مفهوم الأداء من أكثر المفاهيم الإدارية شمولا وعمقا إذ يتوسع على جملة من المواضيع الجوهرية المتعلقة بنجاح المؤسسات المالية أو فشلها، لأنه يرتبط بجوانب مهمة من مختلف حياة المؤسسات، لذا فإننا نجد أن هذا المفهوم ليس حديثا خصوصا لارتباطه الوثيق بهيكل الرقابة، وقد سعت البنوك قديما ولازالت حديثا لتحقيق أهدافها المتمثلة في الكفاءة والفعالية والتي تمت صياغتها حاليا لديمومة المؤسسة واستمرارها في الحياة الاقتصادية، خصوصا في ظل التحديات التي تواجهها من المنافسة المحلية والأجنبية بسبب العولمة وتحرير التجارة الخارجية وكذا استخدام تقنية المعلومات والاتصالات، فضلا عن البحث عن أساليب معاصرة تنسجم مع التطورات العالمية الحاصلة، الأمر الذي استرعى اهتمام البنوك ورفع مستوى أدائها.

وقد تطور مفهوم الأداء بتطور الإدارة المالية إذ كان يقتصر على:

-التسويق في الستينات؛

-المبادرات الخاصة بالجودة في السبعينات؛

-خدمة الزبون في الثمانينات؛

-تقييم الأداء في نهاية التسعينات والعقد الأول من القرن الجديد.[1]

1- رمضاني زينب/ مومني، إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2018-2019، ص 5.

ثانيا : التطور التاريخي للأداء:

يتسم مفهوم الأداء بالديناميكية في محتواه المعرفي، حيث أنه مر بمجموعة من المراحل ليصل إلى مفهومه المعاصر، ويرجع المؤرخون أصل ومنشأ الأداء إلى الحضارات القديمة من البابليين والفراعنة وقدامى الصينيين، فقد اهتم هؤلاء بتقدير المحاصيل الزراعية وفق العديد من المؤشرات كوفرة المياه و خصوبة التربة والوقت المستغرق في الزراعة من طرف الفلاحين.

وقد حاول بعد ذلك عدة مفكرين قياس الأداء وإعطائه مفهوما جديدا، ومن أهم تلك المحاولات ما قام به "**تايلور**" بما يعرف بدراسة الحركة والزمن، وهي دراسة دقيقة للحركة التي كان يؤديها العمال وتوقيت كل منها بقصد الوصول إلى الوقت اللازم لإدارة الآلة وإيقافها، وقد توصل إلى وجود مجموعة من تفاصيل الحركات التي تشارك فيها العمليات، بحيث إذا أمكن مشاهدة كل هذه الحركات ودراسة الزمن المستغرق، فمن الممكن اعتبار النتيجة وحدة يستفاد منها في العمليات المشابهة التي لم تجري دراسة الزمن خاص بها، وقد تم التركيز في هذه الدراسة على الزمن المستغرق للأفراد والمعدات كمؤشر وحيد لتحديد معدلات الأداء بما كان يتوافق مع طبيعة المجتمع آنذاك، ولكن سرعان ما تطورت تلك النظرة نتيجة تطورات المحيط، ليتم التحول من إستراتيجية التركيز على الكميات الممكن إنتاجها، إلى إستراتيجية التركيز على الكميات الممكن بيعها، وتمثل الأداء حينها في التحكم في أسعار المنتجات عن طريق التحكم في التكاليف الداخلية ومنه فإن مفهوم ومحددات الأداء في تلك الفترة كانت تعتمد على عنصرين أساسيين هما : الزمن المستغرق للإفراد والمعدات، والتحكم في التكاليف (الأسعار).

وبعدها تطور مفهوم الأداء وأصبح يحمل معنى أوسع بأخذه في الحسبان التطورات التي تشهدها بيئة المؤسسات، حيث أصبحت تتأثر بعوامل عدة أهمها المنافسة العالمية والرغبة في الوصول إلى أفضل مستويات في الأداء، وأصبح الأداء يقاس بمدى تأثيره على محيط

الإنسان والقيمة التي يكسبها الزبون عند تعامله مع المؤسسة وكذا المستفيدين من الأداء كالمساهمين، الموردين، العمال، والمجتمع بصفة عامة وهو ما يعرف بـ: Stakholder value.[1]

ثالثا : تعريف الأداء:

الأداء **لغة** "أدى الشيء :قام به، أدى الدين قضاه، وأدى الصلاة :أقامها لوقتها، وأدى الشهادة، أدلى بها، وأدى إليه الشيء: أوصله"[2]

كما جاء أن أصل كلمة الأداء يعود إلى اللفظة اللاتينية PERFORMARE التي تعني إعطاء كلية الشكل لشيء ما، والتي اشتقت منها اللفظة الإنجليزية PERFORMAANCE التي تعني إنجاز العمل أو الكيفية التي يبلغ بها التنظيم أهدافه، وهو نفس المعنى الذي ذهب إليه قاموس Petit Larousse.[3]

ولقد حصر هذا المفهوم على المورد البشري، الذي يخص تنفيذ المهمة أو تأدية عمل.

أما **اصطلاحا** فقد ورد في معجم المصطلحات الإدارية أن الأداء هو: "القيام بأعباء الوظيفة من مسؤوليات وواجبات وفقا للمعدل المفروض أداؤه من العامل الكفء المدرب".[4]

" كما يعبّر عن قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف المتوقعة، وبالتالي فهو يتأثر بالنتائج المحققة في أوسع معانيها وكذلك بخصائص الأهداف المخططة".[5]

1- شكيرو أميرة وعزيز راوية، تقييم أداء البنوك الإسلامية وفق نظام CANELS –دراسة حالة مقارنة بين بنك دبي ومصرف الإمارات، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة، 2020-2021، ص 4.

2- رمضاني زينب/ مومني، إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، مرجع سابق، ص 7

3- عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، العدد 01، –الجزائر–، نوفمبر 2001، ص 86.

4- رمضاني زينب/ مومني، المرجع نفسه، ص 8

5- رمضاني زينب/ مومني، المرجع نفسه، ص 8

كما يعرف الأداء أنه[1] هو: "النتائج المحددة للسلوك، ومن ثم فإن الأداء الإيجابي هو النتائج المرغوب فيها والمحددة للسلوك، أما الأداء السلبي هو النتائج غير مرغوب فيها".

ويعرف من الناحية الاقتصادية بأنه:" يغطي حقائق مثل الفعالية (في التعبير عن التكاليف) والكفاءة (عندما يتعلق الأمر بدرجة تحقيق الأهداف) ".

ومن خلال ما تم تناوله حول مفهوم الأداء يمكن استنتاج تعريف شامل للأداء:

"هو التعبير عن كيفية استغلال المؤسسة لمواردها المتاحة وفق معايير محددة وبطريقة متوازنة من أجل تحقيق أهدافها والوصول إلى المستوى المراد من تنفيذ الخطط المسطرة."

أي أن أداء المؤسسة يتمثل في قدرتها على تحقيق النتائج التي تتطابق مع الخطط والأهداف المرسومة بالاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، إذا هو الكفاءة والفعالية معا.

كما قدم الباحثون عدة تعاريف للأداء البنكي منها:[2]

- حسب دريكر: هو قدرة المؤسسة أو البنك على الاستمرارية والبقاء مع تحقيق التوازن بين رضا المساهمين والعمال.

- حسب ميلر وبريملي: هو انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية واستغلالها بكفاءة وفعالية وبصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها.

وعليه يعرف الأداء البنكي: بأنه مجموعة الوسائل اللازمة وأوجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام البنوك بدورها، وتنفيذ وظائفها بسلاسة في ظل البيئة الخارجية المحيطة من أجل تقديم الخدمات البنكية جيدة، حيث يمكن القول أن الأداء البنكي لا يختلف عن أداء

1- إيناس عروال وسلمى رحيل حلوي، تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية، مرجع سابق، ص ص37-38

2- حجابي إيناس وسلطاني هالة، دور الخدمات البنكية في تحسين أداء البنوك التجارية –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة قالمة- مرجع سابق، ص 11

المؤسسات الأخرى، كما يقصد به الأهداف التي تسعى إدارة أي بنك إلى تحقيقها باستخدام الموارد البشرية والمادية والمالية.

المطلب الثاني : أنواع الأداء البنكي ومكوناته

أولا : أنواع الأداء البنكي:

يتسم الأداء المصرفي أو البنكي بعدة أنواع أو تصنيفات التي تساهم بشكل كبير في تقييم أداء أي مؤسسة مالية مصرفية وبهذا نذكر منها:[1]

– **الأداء المالي:** وهو وصف لوضع البنك المالي وتحديد دقيق للمجالات التي استخدمها للوصول إلى الأهداف المسطرة من خلال دراسة الإيرادات، الموجودات، المطلوبات وصافي الثروة.

– **الأداء التجاري:** حيث يصف كفاءة وفعالية الوظيفة التجارية والتسويقية في تحقيق أهداف المبيعات ورضا الزبائن، وتعتبر المردودية، رقم الأعمال، عدد الزبائن، معدل شراء منتجات وخدمات البنك من أبرز مؤشرات الأداء التجاري للبنك.

– **الأداء الإستراتيجي:** وهو الأداء الأفضل لجعل إستراتيجية البنك مفهومة من قبل الجميع بدءا من أعلى إلى أدنى مستوى في الهيكل التنظيمي وذلك بمجموعة من مؤشرات القياس.

– **الأداء الوظيفي:** وهو يعكس الكيفية التي يحقق بها الفرد متطلبات الوظيفة وغالبا يحدث تداخل بين الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة أما الأداء فيقاس على أساس النتائج.

1– مخوخ رزيقة، أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، المجلد 07، العدد 02، جامعة المسيلة–الجزائر، 2022، ص 335.

ثانيا: مكونات الأداء البنكي:

يقف الأداء البنكي على ركيزتين مهمتان لتقييم مدى نجاعة الإستراتيجية المتبعة للوصول إلى الأهداف المسطرة والنتائج الإيجابية خلال فترة نشاط البنك وهما:[1]

- **الفعالية:** عرف Vincent الفعالية على أنها القدرة على تحقيق النشاط، بينما عرفها Walker & Ruibert حسب ما أورد Emile أنها قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية من إنماء المبيعات وتعظيم حصتها في السوق مقارنة بالمنافسة.

لذا فإن الفعالية هي قدرة المؤسسة على الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة بعد استغلال الموارد المتوفرة، أي أنها تحقيق الأهداف والنتائج المرجوة.

- **الكفاءة:** وهي الحصول على ما هو كثير نظير ما هو اقل، أي إبقاء التكلفة في حدودها الدنيا والوصول لأرباح لحدودها القصوى.

وللكفاءة مفهوم عام يشمل القدرة على استعمال المهارات والمعارف في وضعيات جديرة ضمن حقل مهني، فهي إذن تشمل التنظيم والتخطيط والتجديد والقدرة على التكيف مع النشاطات الجديدة، والتطورات المحيطة.

لذا تلجأ البنوك إلى رفع كفاءة التشغيل من أجل زيادة الربحية وزيادة القيمة السوقية لأسهمها، وذلك من خلال تخفيض التكاليف وزيادة إنتاج العاملين.

حيث يعتبر مفهوم الكفاءة ملازم لمفهوم الفعالية ولكن يجب أن لا يستخدم المفهومين بالتبادل فقد تكون المؤسسة ذات فعالية ولكنها ليست ذات كفاءة أي أنها تستطيع تحقيق الأهداف ولكن بالسالب، أو تحقيق الأهداف ولكن بالاستغلال المفرط للموارد، لذا عدم كفاءة المؤسسة تؤثر سلبا عليها.

1- حجابي إيناس وسلطاني هالة، دور الخدمات البنكية في تحسين أداء البنوك التجارية، مرجع سابق، ص 12

أي تعني القدرة على إنجاز المهام والأعمال المطلوبة بدقة وبأقل كمية من المواد والجهد والوقت، أي هي تركيز على الإنتاجية وتقليل الهدر.

لذا يجب أن تمتد كفاءة الأداء لنشاط البنك إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستثمارية والإدارية، خاصة وأن هذه الكفاءة يجب أن تقوم على فهم احتياجات الأداء والتواصل من حيث التأهيل والتدريب.[1]

المطلب الثالث: أبعاد الأداء ومستوياته:

باعتبار أن الأداء هو من أهم الوسائل التي تعتمد عليها البنوك في تعزيز مكانتها في السوق فإنها تعمل جاهدة على تحسينه لأنه يعبر عن التجسيد الفعلي للأهداف المسطرة من قبل البنك لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أبعاده ومستوياته:

أولا: أبعاد الأداء:

هناك نوعان من جوانب الأداء هما: [2]

1- **الأداءات المهمة:** وهي الأنشطة التي تساعد عملية تقديم الخدمات باستخدام الموارد والمواد الخام، وتوزيع المنتجات، أو تقديم تخطيط إستراتيجي، باستخدام الإشراف، أو وظائف الموظفين التي تساعد البنوك على تحقيق الفعالية والكفاءة.

2- **الأداء الضمني:** هي السلوكيات التي تساهم في فعالية المؤسسة بتقديم بيئة جيدة يمكن أن يحدث بها أداء المهمة، ويشمل الأداء الضمني على سلوكيات مثل:

- ✓ الإصرار على الحماس وبذل المجهود الإضافي كما ينبغي لقيام مهمة الفرد الخاصة بنجاح مثل : المواظبة، قلة الغياب، زيادة المجهود الإضافي في العمل؛

1- محمد تقرورت، متطلبات تنشيط العمل المصرفي الإلكتروني في الدول العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد07، جامعة الشلف –الجزائر، سبتمبر 2012، ص 287.

2- شكيرو أميرة وعزيز راوية، تقييم أداء البنوك الإسلامية وفق نظام CANELS –دراسة حالة مقارنة بين بنك دبي ومصرف الإمارات، مرجع سابق، ص ص 5، 6.

✓ التطوع للإنجاز الأنشطة المهمة التي لا تعتبر رسميا جزء من الوظيفة مثل : اقتراح تحسينات تنظيمية،.... ؛

✓ المساعدة والتعاون مع الآخرين مثل: مساعدة العمال والعملاء؛

✓ إتباع القواعد التنظيمية والإجراءات مثل : إظهار الاحترام للسلطة، الالتزام بالقيم والسياسات التنظيمية؛

وهناك من ألح على ضرورة الاهتمام بكل من أبعاد الأداء الضمني وأداء المهمة، في تنشيط نظام إدارة الأداء منها:

✓ فيما يتعلق بجانب المنافسة العالمية هو الحاجة لتقديم خدمات جيدة للعميل، يمكن أن يكون للأداء الضمني تأثير فعال على رضا العميل أو الزبون وهذا عندما يبذل الموظف جهدا إضافيا لتلبية حاجات هذا العميل.

✓ كما أن المنافسة العالمية والتطورات المحيطة تزيد من الجهود المطلوبة من الموظف، لذا تكون لدينا قوة عمل جيدة في أداء المهمة، التي تجعل أنه من الضروري أن تشترك قوة العمل أيضا في الأداء الضمني الإيجابي.

✓ تشكل العديد من المؤسسات فرق مكونة من الموظفين، رغم أن بعض الفرق لا تكون دائمة لأنهم يشكلون الأداء في مهام قصيرة الأجل، فيعتبر تعاون أفراد الفريق محدد أساسي لفعالية الفريق بذاته، لهذا يصبح الأداء الضمني مهم بشكل خاص للعمل الجماعي.

✓ يكون الموظفون المرتبطين راضون أكثر على النظام ويعتقدون أيضا أن النظام أكثر عدلا لو تم قياس الأداء بالإضافة إلى أداء المهمة، ويكونون على وعي بأن الأداء الضمني هام في التأثير على فعالية الأداء.

ثانيا: مستويات الأداء:

يوجد العديد من مستويات الأداء في المؤسسات عموما نذكرها فيما يلي: [1]

1- **الأداء الاستثنائي:** وهو الأداء الذي يبين تفوق المؤسسة على المدى البعيد والعقود المربحة والالتزام الواضح من قبل المسؤول على رأس المؤسسة ووفرة النقد وازدهار الوضع المالي للمؤسسة.

2- **الأداء البارز** : وهو الأداء الذي يبين قيادة الصناعة والحصول على عدة عقود عمل كبيرة وامتلاك إطارات ذات كفاءة وتحفيز عال، ووضع نقدي متميز.

3- **الأداء الجيد جدا:** والذي يبين مدى صلابة الأداء، وتوفير الدلائل المستقبلية والإطارات الكفء بالإضافة إلى الوضع المالي الجيد.

4- **الأداء الجيد:** وهو الأداء الذي يتميز بأنه وفق المعدلات السائدة، مع توازن نقاط القوة والضعف في المنتجات والخدمات وقاعدة العملاء، والإطارات مع امتلاك الوضع المالي غير المستقر.

5- **الأداء المعتدل:** وهو الأداء دون المعدل، متغلب نقاط الضعف على نقاط القوة في المنتجات والخدمات، وقاعدة العملاء، الإطارات العاملة أو عدم سهولة الوصول إلى الأموال اللازمة للبقاء والنمو.

6- **الأداء الضعيف:** وهنا يكون الأداء دون المعدل بكثير، مع وضوح نقاط الضعف في جميع المحاور تقريبا، فضلا عن وجود صعوبات خطيرة في استقبال الإطارات المؤهلة، ومواجهة مشاكل خطير في الجوانب المالية.

7- **الأداء المتأزم:** ويتمثل هذا النوع من الأداء غير الكفء تماما ومن المحتمل أن يسبب مشاكل متنوعة وكبيرة في جميع محاور عمل المنظمة.

1- شكيرو أميرة وعزيز راوية، تقييم أداء البنوك الإسلامية وفق نظام CANELS –دراسة حالة مقارنة بين بنك دبي ومصرف الإمارات، مرجع سابق، ص ص 6، 7.

ويعتبر الأداء هو الهدف المركزي لعملية التحول، والذي يوضح مدى تحقيق الأهداف ومستوى تنفيذ الخطط، ولإثبات صحة ذلك فإن التركيز على مستويات الأداء في المؤسسات، يعد من أكثر مجالات الاهتمام دراسة من قبل كتاب حقل الإدارة بصورة عامة، وحقل الإستراتيجية بصورة خاصة، وتولي منظمات الأعمال للأداء أهمية كبيرة في توازي الإدارة الإستراتيجية، حيث تحتوي جميع المنطلقات الإدارية على مضامين ودلالات تختص بالأداء، سواءا بشكل ضمني أو بشكل مباشر، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الأداء يمثل اختبارا زمنيا للإستراتيجيات المختلفة، والعمليات الناتجة عنها، أما الأهمية الإدارية فإنها تظهر واضحة من خلال حجم الاهتمام الكبير والمميز من قبل إدارات المؤسسات بالأداء ونتائجه، والتحولات التي تجري في هذه المؤسسات اعتمادا على نتائج الأداء.

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي لتقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

تسعى البنوك بصفة عامة إلى تحقيق الأهداف المسطرة ولذلك نجدها مجبرة على الاهتمام بتقييم أو قياس أدائها لمعرفة مدى كفاءتها، نظرا لما يشهده العالم من تغيرات متسارعة، فعليها استخدام الموارد المتاحة، مع استكشاف النقائص والسلبيات ومراجعتها، وهذا ما يساعدها في استمرار عملها وتجنب الكثير من المخاطر التي يمكن أن تؤدي إلى نتائج وخيمة قد تؤثر على القطاع المصرفي.

المطلب الأول :مفهوم وأهداف تقييم الأداء في البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

1- تعريف تقييم الأداء:

إن تقييم الأداء هو عملية قياس إنجازات المؤسسة المحققة فعلا باستخدام مؤشرات أغلبها كمية، ليصبح لدى المسير بالإضافة إلى معلومات المعيارية معلومات حقيقية تعبر عن

النتائج الفعلية للمؤسسة أو إحدى وظائفها، حيث تسمح المقارنة بينهما بإصدار أحكام تقييميه بشأن أداء المؤسسة أو إحدى وظائفها.[1]

وتعني عملية تقييم الأداء كذلك قياس وفحص وتحليل النتائج المحققة باستخدام وسائل وأساليب مختلفة على ضوء معايير محددة، مما يتيح ويساعد في الحكم على الفعالية والكفاءة، وتقوم نظم قياس وتقييم الأداء بدور رئيسي في تطوير الخطط الإستراتيجية لمنشآت العمال وتقييم مدى تحقيق أهدافها.[2]

كما يمكن القول أن عملية تقييم الأداء أنها الفحص الدقيق للأداء المحقق من طرف المؤسسة ومعرفة ما إذا تم تحقيق ما كان مرجوا ومخططا له في البداية، وهو عملية قياس وتشخيص وتقويم للوضع المالي والخدمي، حيث يسمح باكتشاف الانحرافات المتسببة في النتائج السلبية، ومحاولة معالجة هذه النتائج بطرق معينة وتجنب حدوثها مستقبلا، وأيضا استكشاف نقاط القوة وتدعيمها ونقاط الضعف للحذر منها وتجنبها.[3]

وعليه ومما سبق يمكن القول أن تقييم الأداء البنكي يتمثل في الإجراءات أو القواعد التي تتخذها البنوك وتعتمدها لتقدير مدى تحقيق إداراتها ومراكز المسؤولية للأهداف المرسومة، والوقوف على الانحرافات وتحديد أسبابها وآليات التصحيح المناسبة لتجنب الوقوع فيها مستقبلا، حيث أنه، يحدد مدى الفاعلية في إنجاز الأعمال وتحقيق الأهداف، ومدى الكفاءة في استخدام الموارد المتاحة للبنك، ومدى التقدم وتحسين مستوى الأداء وتطور المنافسة.

1- عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية مفهوم وتقييم، مرجع سابق، ص 95.

2- إبراهيم كريمة وتامري فاطمة، تحليل وتقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية الجزائرية -دراسة حالة بنك السلام الجزائر-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبن خلدون -تيارت-، 2021-2022، ص 78

3- شكيرو أميرة وعزيز راوية، تقييم أداء البنوك الإسلامية وفق نظام CANELS -دراسة حالة مقارنة بين بنك دبي ومصرف الإمارات، مرجع سابق، ص10.

كما أنه تجدر الإشارة أن تقييم الأداء في البنوك إسلامية هو نفسه مع البنوك التقليدية من ناحية النظام المتكامل الذي يعمل على مقارنة النتائج الفعلية للمؤشرات المستهدفة وهذا لإعطائها صورة حقيقية على الأداء المصرفي، مع التأكد من أن أداء النشاط تم ضمن ضوابط شرعية، مع تحقيق المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2- أهداف تقييم الأداء:

إن الهدف العام من لعملية تقييم الأداء هو التحقق من أن الأداء الفعلي يتم وفقا للخطط الموضوعية والمرسومة، كما أن هناك أهدافا الأخرى نذكرها في النقاط التالية:

- هو وسيلة تساعد البنوك الإسلامية في التقليل من درجة المخاطرة وتحديد البدائل المناسبة من بين البدائل المختلفة فكلما كانت الأموال المستثمرة كبيرة كان عنصر المخاطرة اكبر؛
- وضع الحلول العملية والعلمية المناسبة والمقبولة من الناحية الشرعية؛
- توضيح المسار المالي للبنك لمعرفة نقاط الضعف ومعالجتها؛
- إبراز مدى قدرة البنك على استيعاب الخسائر الناتجة عن الاستثمار في الأصول؛
- كشف بعض المشكلات أو العيوب الإدارية والتنظيمية؛
- تقييم مدى تحمل المسؤولين للمسؤوليات المخولة لهم.[1]

- كما يهدف تقييم الأداء البنك إلى إبراز مدى كفاءة البنك في استغلال الموارد المتاحة وتحقيق أقصى نتائج إيجابية في حضور هذه الموارد؛

- إضافة إلى تحديد مسؤولية مختلف فروع أو أقسام البنك في مواقع الخلل وأماكن النشاط الفعال يسهم في خلق جو من المنافسة بين مختلف العاملين مما يعتبر طاقة محركة للعمال ورفع الكفاءة المهنية وهذا يرفع من أداء البنك؛

1- إبراهيم كريمة وتامري فاطمة، تحليل وتقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية الجزائرية-دراسة حالة بنك السلام الجزائر-، مرجع سابق، ص 79.

– يساعد تقييم الأداء في توفير البيانات والمعلومات الإحصائية عن النشاطات البنكية، من أجل تسهيل المتابعة الدورية والرقابة المستمرة لتفادي الأخطار المصرفية بكل أنواعها، ووضع السياسة المالية والاقتصادية عامة، وإجراء الدراسات لتحسين النشاط المصرفي والرفع من كفاءة البنوك.[1]

وبهذا نستطيع أن نذكر المزايا التي تشمل عملية تقييم الأداء للبنوك على الطاقم الإداري:

– رفع الروح المعنوية للعاملين؛

– خلق جو من التفاهم والعلاقات الحسنة؛

– إشعار العاملين بمسؤولياتهم تجاه وظائفهم ؛

– تقييم سياسات الاختيار والتدريب للعاملين، ومدى سلامة ونجاح الطرق المستخدمة في التعيين؛

– التقييم وسيلة لتطوير الأداء للفرد العامل وتخطيط المسار الوظيفي للأفراد.[2]

3– أهمية تقييم الأداء:

تكمن أهمية تقييم الأداء للبنوك الإسلامية في العناصر التالية: [3]

1–معرفة مدى تلبية وسائل الاستثمار لاحتياجات العملاء:

فمن خلال هذه الصيغة يبني البنك سياسته المصرفية في اتخاذ القرار بالتوسع أو الانكماش، حيث أنه إذا كانت تلبي احتياجات العملاء يستمر في التوسع في تقديمها، أما إذا رأى العكس فإنه يتراجع عن ذلك.

1– رمضاني زينب/ مومني، إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، مرجع سابق، ص ص 27،26

2– إبراهيم كريمة وتامري فاطمة، تحليل وتقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية الجزائرية–دراسة حالة بنك السلام الجزائر–، مرجع سابق، ص 80.

3– مالكي عبد الكريم وبن صالح مبارك، آليات تقييم الداء المالي للبنوك الإسلامية–حالة بنك البحرين الإسلامي خلال الفترة (2011–2016)، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية –أدرار–، 2016–2017، ص 37.

2-معرفة مخاطر هذه الصيغة:

لا بد من معرفة المخاطر المحيطة بأي صيغة وتحديد مستوياتها ودرجة المخاطرة التي تكتسيها قبل تقديمها للعملاء.

3-معرفة مدى تلبيتها لاحتياجات المصرف:

يركز أي مصرف من خلال نشاطه على العائد وما تلبيه له خدماته من الاحتياجات، لذا فتقييم الأداء يعطي البنك الحكم على كفاءة الصيغ المعتمدة ومدى فعاليتها.

4-معرفة مشكلات ومعوقات تطبيقها :

المصرف يسعى جاهدا للتعرف على المشكلات والمعوقات التي قد تعارضه في تطبيق الصيغ التمويلية المخطط اعتمادها في نشاطه المصرفي.

5-معرفة مدى منافستها للصيغ التقليدية:

إن تقييم أداء وسائل الاستثمار يمنح التعرف على إمكانية منافسة الصيغ التقليدية المنتشرة.

المطلب الثاني: معايير تقييم أداء البنوك والنوافذ الإسلامية:

سنشير بإيجاز إلى أهم الأسس التي يمكن الاستناد إليها في تحديد معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية والتي نتناولها في الفقرات التالية:[1]

1- الطبيعة الإسلامية لهذه البنوك ونوافذها : من المعروف والمقرر أن أهم ما يجذب المتعاملين مع البنوك الإسلامية للتعامل معها، هو كونها تسير في أعمالها وفق أحكام الشريعة الإسلامية، وهذا ما يثبته الواقع من خلال الدراسات الميدانية التي أظهرت أن حوالي من 86% إلى 95% يفضلون التعامل مع البنوك الإسلامية لالتزامها بأحكام الشريعة.

ولذا فإن أول معيار للحكم على أداء هذه البنوك يجب أن يبين مدى التزامها بهذه الأحكام.

1- محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مجلة كلية العلوم الإسلامية –الصراط–، جامعة الأزهر، السنة السادسة، العدد 11، دون ذكر البلد، 2005، ص ص 148، 149

2- البنوك الإسلامية بصفتها مؤسسات مالية، تقوم على جذب المدخرات من أصحاب الفوائض المالية، وبالتالي فإن من أهم معايير الحكم على أداء هذه البنوك هو مدى قدرتها على جذب المدخرات، وجذب مدخرين جدد.

3- العلاقة بين البنوك الإسلامية وأصحاب هذه المدخرات تكيف شرعا على أنها مضاربة شرعية، البنك فيها هو المضارب وأصحاب المدخرات يمثلون أرباب المال ومن المقرر شرعا أن المضارب أمين على مال المضاربة لا يضمن المال إلا إذا قصَر أو تعدَي، وبالتالي يلزم وجود معيار للحكم على مدى التزام البنك بأداء هذه الأمانة.

4- يهدف أصحاب المدخرات من تسليم أموالهم للبنك إلى استثمارها والحصول على عائد مناسب، وبالتالي فإن الأمر يتطلب وجود معيار للحكم على مدى كفاءة البنك في استثمار هذه الأموال من خلال معدل العائد الذي يحققه لهم.

5- مدى القدرة على تشغيل كافة الأموال المتاحة للبنك وهذا يتطلب وجود معايير لبيان مدى قدرة البنك على التشغيل الأمثل لهذه الأموال، وكذا إدارة السيولة .

6- البنوك بصفة عامة لها دور كبير في الاقتصاد القومي أو الوطني، فهي بمثابة القلب في جسم الإنسان والأموال بمثابة الدم الذي يغذى الاقتصاد القومي لكي يمكنه الحياة بشكل سليم.

وبالتالي فإنه للحكم على أداء البنوك يلزم التعرف على مدى خدمتها للاقتصاد القومي من خلال وجود معايير تبين ما يلى:[1]

أ. التوزيع القطاعي لاستخدامات الأموال ما بين قطاعات: الزراعة، والصناعة، والتجارة، والخدمات.

ب. توزيع استثماراتها بين الداخل (محليا) وبين الخارج.

ت. توزيع الاستثمارات حسب المدة بين طويلة الأجل وقصيرة الأجل.

1- محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص150

ث. تجمع البنوك المدخرات لتشغيلها واستثمارها إما بنفسها أو بواسطة رجال الأعمال ويقاس نجاحها في ذلك باستخدام أدوات تمويل واستثمار تتميز بالتعدد والمرونة والسهولة وهذا يقتضى وجود معايير للتعرف على مدى توافر هذه المواصفات في البنوك الإسلامية.

ج. إن نجاح المشروعات بشكل عام يظهر في درجة نموها من عام إلى أخر واستمرارها وتوسعها جغرافيا وهذا يتطلب وجود معايير لقياس ذلك.

ح. من أهم أنشطة البنوك أداء الخدمات المصرفية، ولذا فإن الأمر يتطلب وجود معايير لقياس مدى نجاح البنك في هذا المجال.

خ. إذا كانت الأرباح تمثل المعيار الأساسي لنجاح أي مشروع اقتصادي، فإن هذه الأرباح تأتى نتيجة كفاءة إدارة كل العمليات، وهذا ما يتطلب وجود معايير لقياس كفاءة الإدارة في ذلك.

د. وأخيرا فإن المسؤولية الاجتماعية من الأمور التي أصبح لها دور كبير في قياس الأداء في المشروعات بشكل عام، مما يتطلب التعرف على مدى أداء البنوك الإسلامية لهذه المسؤولية

أولا :المعايير العامة لقياس أداء البنوك الإسلامية:

هذه المعايير تستخدم للحكم على التجربة المصرفية الإسلامية بشكل عام وهى تدل على مدى نجاح أو فشل هذه التجربة، باعتبارها مؤسسات مالية مستحدثة جاءت لتحل محل المؤسسات المالية التقليدية، ومن أهم هذه المعايير مايلى: [1]

1- **عدد البنوك الإسلامية:** لقد بدأ إنشاء هذه البنوك عام 1975 ببنك واحد هو بنك دبي الإسلامي، وفى خلال الخمسين سنة الماضية تزايد عددها بشكل أوسع، هذا بخلاف المؤسسات المالية الإسلامية الأخرى مثل شركات التأمين الإسلامية وصناديق الاستثمار وشركات الاستثمار والتأجير والمضاربة الإسلامية العديدة التي كان إنشاؤها ثمرة من ثمرات النجاحات

1- محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص151

التي حققتها البنوك الإسلامية، وهذا التزايد في عدد البنوك يدل بشكل مباشر على نجاحها، ويمثل معيارا عاما لقياس الكفاءة في أدائها.

2- **الانتشار الجغرافي:** رغم أن البدايات في إنشاء البنوك الإسلامية كانت في البلاد العربية إلا أنها سرعان ما انتشرت في أنحاء العالم وفي كل القارات حتى في الدول الغربية مثل إنجلترا التي يوجد بها ثلاثة بنوك إسلامية , والولايات المتحدة الأمريكية التي يوجد بها أربعة بنوك إسلامية.

3- **معدل النمو السنوي:** ويبلغ هذا المعدل في البنوك الإسلامية حوالي 15% وهو يفوق بكثير المعدل العالمي لنمو المؤسسات المالية.

4- من أهم الأدلة على نجاح المصرفية الإسلامية رغم حداثتها، هو أن البنوك التقليدية المحلية والعالمية بدأت تقلدها سواء بتحول بعضها كاملة من النظام التقليدي إلى النظام الإسلامي كما حدث في بنك الشارقة، وبنك الجزيرة السعودي أو بافتتاح فروع إسلامية لها كما حدث في بنك سيتي الأمريكي، أو بنك مصر أو البنك الأهلي التجاري السعودي، أو مجموعة شنغهاي المصرفية، أو بتقديم بعض هذه البنوك منتجات مصرفية إسلامية، كما في البنوك التقليدية في ماليزيا، وكل من البنك السعودي الأمريكي، والبنك السعودي البريطاني.

5- ومن المؤشرات التي تدل على نجاح المصرفية الإسلامية هو ما أحدثته في بيئة الأعمال الإسلامية من أمور عديدة من أهمها ما يلي:

وجود العديد من المؤسسات الإسلامية المساندة لها مثل:

- هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الدولية بالبحرين والتي أصدرت 24 معيارا للمحاسبة، و4 معايير للمراجعة، و4 معايير للرقابة الشرعية، وعدد 2 بيان لأساسيات المحاسبة، وعدد4 مواثيق لأخلاقيات المهنة، هذا إضافة لما أنجزته اللجنة الشرعية بالهيئة من إصدار 20 معيارا شرعيا.
- مركز السيولة الدولية الإسلامية بماليزيا لتشغيل السيولة الفائضة وقتيا لدى البنوك الإسلامية بأساليب وصيغ إسلامية.

- وحدة الخدمات المصرفية الإسلامية بالبحرين التي تساعد البنوك الإسلامية في الإصدارات للأوراق المالية الإسلامية لتشغيل أموالها.
- المؤسسة الإسلامية للتصنيف بالبحرين لوضع معايير لتصنيف البنوك الإسلامية بما يتناسب مع طبيعتها
- مركز التحكيم الدولي الإسلامي بدبي والذي تم توقيع اتفاقية إنشائه هذا العام بين حكومة دبي والبنك الإسلامي للتنمية والمجلس العام للبنوك الإسلامية
- توريق بعض صيغ التمويل والاستثمار الإسلامية مثل صكوك المضاربة وصكوك الإجارة وصكوك السلم وصكوك المرابحة وصكوك المشاركة المتناقصة، والتعامل بها في أسواق المال.
- إنشاء العديد من مراكز وأقسام الاقتصاد الإسلامي ومراكز التدريب لتلبية حاجة العمل والتطبيق في الاقتصاد والذي تأتى البنوك الإسلامية على قمته.

وبالتالي يمكن القول باطمئنان إن المصرفية الإسلامية في جملتها نجحت وتسير على الطريق السليم، أما بالنسبة لكل بنك على حدة، فإن الأمر يتطلب وجود معايير تفصيلية لقياس أدائها والحكم عليها، وهذا ما سنحاول بيانه في الفقرة التالية.

ثانيا: المعايير التفصيلية لقياس أداء البنوك الإسلامية:

على ضوء ما سبق ذكره في الفقرة أولى نوجز المعايير المقترحة لقياس أداء البنوك الإسلامية في الآتي: [1]

❖ معايير لبيان مدى الالتزام الشرعي وضمان التأكد من هذا الالتزام وتمثل هذه المعايير في الآتي:

1- محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص 153

1- وجود هيئة شرعية بالبنك : وذلك لمساعدة إدارة البنك والعاملين به على أداء مسئوليتهم في الالتزام الشرعي في جميع معاملات البنكية، والمعايير التي يمكن استخدامها لتحقيق ذلك تتمثل في الآتي:

- عدد أعضاء الهيئة، بحيث لا يقل عن ثلاثة أعضاء؛
- تخصصات أعضاء الهيئة، بحيث يكونوا من تخصص الفقه وعلى الأخص فقه المعاملات المالية وعلى أن تضم اللجنة بصفة خبراء فيها أعضاء من تخصصات أخرى مثل القانون والمحاسبة؛
- الدور الذي تقوم به الهيئة والذي يجب أن يشمل مراجعة وإقرار العقود وإجراءات التنفيذ للمعاملات والرد على استفسارات الإدارة والعاملين والتدريب المستمر لهم على الجوانب الشرعية
- مواعيد اجتماع الهيئة، بحيث تكون دورية لا تقل عن مرة على الأقل كل شهر إلى جانب الاجتماعات غير الدورية عند الحاجة؛

هذا هو الوضع المناسب للهيئة الشرعية، فإذا كان أقل من ذلك فإنه لا يمكن الاطمئنان على الالتزام الشرعي، وفى الواقع العملي فإن كل البنوك الإسلامية توجد بها هيئات شرعية، إلا أن وضع هذه الهيئات في بعض البنوك لا يوجد حسب المعايير التي ذكرناها سواء من حيث العدد أو التخصص أو دورية الاجتماعات، وهذا يمثل قصورا يلزم تداركه.

2- وجود الرقابة الشرعية: إذا كان وجود الهيئة الشرعية لمساعدة الإدارة والعاملين على الالتزام الشرعي، فإن الأمر يتطلب وجود آلية للتأكد من هذا الالتزام، ولا يمكن الاعتماد على الهيئة الشرعية للقيام بذلك، ولذا يتطلب الأمر وجود نظام مستقل للرقابة الشرعية يقوم على ما يلي:

- وجود إدارة أو قسم داخل البنك للرقابة الشرعية الداخلية يتبع لجنة المراجعة المشكلة من بعض أعضاء مجلس الإدارة المستقلين
- وجود مراقبين شرعيين لا يقل عددهم عن اثنين لمراجعة أعمال البنوك من النواحي الشرعية، ويقوم عملهم على الأساس المؤسسي المهني وليس كما هو حادث بالنسبة للهيئة

الشرعية على أساس الاستشارية الفردية، وهذا يتطلب أن يكون المراقبون الشرعيون هؤلاء مؤهلين علميا وعمليا وأن تحدد مسئولياتهم بدقة وأن يكونوا مستقلين عن إدارة البنك وأن يعتمدوا في أعمالهم على معايير عمل محددة والتي أصدرتها هيئة المحاسبة والمراجعة السابق ذكرها وكذا المعايير الشرعية التي أصدرها المجلس الشرعي بالهيئة.

وفى الواقع العملي فإن بعض البنوك توجد بها رقابة شرعية على الوجه الذي ذكرناه، ولكن الغالبية من هذه البنوك لا يوجد بها إلا الهيئة الشرعية التي تساعد وتراقب الإدارة شرعا بأسلوب الاستشارية الفردية، وهذا لا يحقق المطلوب من ضمان وتأكيد الالتزام الشرعي الذي يمثل أساس قيام المصرفية الإسلامية.

3 – وجود إدارة للرقابة الشرعية بالبنك المركزي في الدولة مثلما هو الحال في قيام البنك المركزي بالرقابة المالية والقانونية والمصرفية على كل البنوك، وهذا ما أخذت به بعض الدول مثل السودان وماليزيا والبحرين.

3-الأمانة في إدارة الأموال: وهذا يكون من خلال :

- الإفصاح عن الكسب والصرف المخالف للشريعة (إن وجد) وكيفية التصرف فيه؛
- الإفصاح عن خسائر بعض العمليات وبيان مدى مسؤولية الإدارة عنها، أي هل كانت بسبب التعدي والتقصير أم بسبب خارج عن إرادتها.[1]

4-معايير الأداء الاجتماعي ومنها ما يلي:

- الإفصاح عن أداء الزكاة؛
- الإفصاح عن دور البنك في إدارة صندوق الزكاة في حالة عدم تحصيل الدولة لها؛
- الإفصاح عن القروض الحسنة؛
- الإفصاح عن المساعدات الاجتماعية.[2]

1- محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص 161

2- المرجع نفسه، ص 161

خلال عملية تقييم الأداء للمصارف الإسلامية، فإن هذه الأخيرة تنفرد عن البنوك التجارية التقليدية بهذه المعايير، مع اشتراكها معها في المعايير التالية:[1]

❖ معيار لقياس مدى قدرة البنك على جذب المدخرات: ويحسب كما يلي:

$$\text{1-معدل النمو في الودائع} = \frac{\text{الودائع آخر الفترة} - \text{الودائع أول الفترة}}{\text{الودائع أول الفترة}} \times 100$$

$$\text{2-معدل جذب عملاء جدد} = \frac{\text{عدد الحسابات آخر الفترة} - \text{عدد الحسابات أول الفترة}}{\text{عدد الحسابات أول الفترة}} \times 100$$

3-مدى كفاية الموارد الذاتية (الضمان العام)

$$\text{معدل القدرة على الضمان الأخير للودائع} = \frac{\text{حقوق الملكية}}{\text{إجمالي الودائع}} \times 100$$

$$\text{معدل هامش الأمان} = \frac{\text{حقوق الملكية}}{\text{الاستثمارات}} \times 100$$

❖ مدى قدرة البنك على التوظيف الأمثل للموارد المتاحة: ويتم تحديده بالمؤشرات التالية:

$$\text{1- معدل توظيف الموارد} = \frac{\text{التمويل والاستثمار}}{\text{الموارد المتاحة}} \times 100$$

$$\text{2 – معدل توظيف الودائع} = \frac{\text{التمويل والاستثمار}}{\text{مجموع الودائع}} \times 100$$

3- معدل(تشكيلة) توزيع توظيف الموارد بين صبغ وأساليب التمويل والاستثمار الصيغ: المرابحة، المضاربة، المشاركة، السلم، الاستصناع، الإجارة، الأوراق المالية أخرى

1-محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مرجع سابق، ص 155

❖ معيار الربحية وتشمل مايلي:

1-معدل العائد على الموارد = صافى الدخل / إجمالي الموارد × 100

2 – معدل العائد على حقوق الملكية = صافى الدخل / حقوق الملكية × 100

3- معدل حصة أصحاب حسابات الاستثمار من صافى الدخل = الحصة / صافى الدخل × 100

4 –معدل العائد الموزع لحسبات (ودائع الاستثمار) = حصة أصحاب حسابات الاستثمار / إجمالي حسابات الاستثمار ×100

5- معدل العائد الموزع على المساهمين = الربح الموزع على المساهمين / قيمة الأسهم ×100

❖ معيار الأداء القومي (الوطني) للبنك

1-التوزيع الاقتصادي للاستثمارات:

ويتمثل في القطاعات: الزراعة، الصناعة، التجارة، الخدمات

2-التوزيع القطاعي للاستثمارات: ويشمل:

القطاع: العائلي، الحكومي، الأعمال العام، الأعمال الخاص

3- التوزيع الزمني للاستثمارات:

المدى : قصير الأجل، متوسط الأجل، طويل الأجل.

4 – التوزيع الجغرافي للاستثمارات:

الموقع: في الداخل، في دول شقيقة، في دول أخرى

❖معيار كفاءة أداء الخدمات المصرفية من اهمها:

1- معدل نمو الحسابات المفتوحة بالبنك = (عدد الحسابات آخر الفترة – عدد الحسابات أول الفترة) / عدد الحسابات أول الفترة ×100

2 – معدل إيرادات الخدمات المصرفية = الإيرادات من الخدمات المصرفية / صافى الدخل ×100

3 – معل الكفاءة في إدارة الخدمات المصرفية = إيرادات الخدمات المصرفية / مصروفات الخدمات المصرفية ×100

4 –معدل النمو في عدد الخدمات المصرفية = (عدد الخدمات آخر المدة – عدد الخدمات أول المدة) / عدد الخدمات أول المدة ×100

❖معيار الكفاءة العامة لإدارة البنك وهي كما يلي :

1- معدل إدارة الأصول الثابتة = الأصول الثابتة / حقوق الملكية ×100

2- معدل كفاءة المصروفات = المصروفات / إجمالي الإيرادات ×100

3 – معدل المصروفات إلى إجمالي الموارد = المصروفات / إجمالي الموارد ×100

4 – الإنتاجية العامة = صافى الدخل / مجموع الميزانية ×100

5 – الإنتاجية الفردية = الناتج المصرفي الصافي / عدد العاملين ×100

6 – إنتاجية الأجور = الناتج المصرفي / أجور العاملين ×100

7 – إدارة السيولة: = نسبة السيولة النقدية+ الأرصدة لدى البنوك الأخرى +استثمارات قصيرة الأجل / الودائع الاستثمارية+الحسابات الجارية+المستحق للمصارف ×100

8 – معدل نمو المركز المالي = حجم المركز المالي آخر الفترة – حجم المركز أول الفترة / حجم المركز أول الفترة ×100

المطلب الثالث: مجالات تقييم ومراقبة أداء النوافذ والبنوك الإسلامية

تعد عملية تقييم الأداء ضرورية في عمل البنوك، وذلك لان إظهار العيب أو النقص في مكان ما أو مسألة معينة بهدف علمي بحت أو بهدف رقابي، سيؤدي إلى تجاوز هذا النقص وتفاديه فيما بعد، وبهذا فإن تحليل وتقويم أداء البنوك يشمل مجلات عدة من أهمها:[1]

1-تقييم أداء البنك كوسيط مالي :

ويشمل هذا المجال تقييم نشاط البنك وكفاءته في تجميع الموارد واستخدامها، أي أنه يتضمن ما يلي:

- **تقييم أداء البنك في تجميع الأموال :**

ويتم تقييم كفاءة أداء البنك في هذا المجال من خلال المعايير التالية:

- مدى قيام البنك بدعم موارده الذاتية خلال السنة محل التقييم؛
- مدى مساهمة البنك في تجميع الودائع التي تشكل أهم الموارد؛
- مدى مساهمة البنك في تجميع مدخرات الأفراد؛
- مدى نشاط البنك في نشر الوعي الادخاري وجذب عملاء جدد مع المحافظة على المدخرين الحاليين وعلى مدى الانتظام في الادخار.

1-نصيرة بن شهيدة، مؤشرات تقييم الداء في البنوك الإسلامية –دراسة حالة بنك البركة الجزائري–، مذكر ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم–، 2014–2015، ص ص 14، 15

- **تقييم كفاءة البنك في استخدام الأموال:**

ويتم الحكم على كفاءة البنك في هذا المجال من خلال المعايير التالية:

- مدى التغير في البنود التي تمثل استخدامات وتوظيف الأموال في البنك؛
- نسبة كل نوع من الأنشطة المصرفية إلى مجموع أنشطة البنك؛
- مدى كفاءة البنك في تحقيق الأهداف الأساسية من خلال استخدام وتوظيف الأموال وهي تحقق أكبر عائد ممكن، مع المحافظة على السيولة وسلامة المركز المالي للبنك، بتخفيض حجم المخاطر إلى أدنى حد ممكن؛

2- **تقييم أداء المصرف كوحدة إنتاجية :**

ويشمل التقييم في هذا المجال نشاط المصرف كنشاط إنتاجي يحقق عائدا من خلال العمليات والأنشطة التي يمارسها، إي أن التقييم في هذا المجال يضم المعايير التالية:

- مدى كفاءة المصرف في تأدية أنشطته المتعلقة بمكونات العملية الإنتاجية في المصرف، إيرادات العمولات؛
- مدى كفاءة المصرف في استخدام مدخلاتها، ويشمل هذا الجانب نسبة المخرجات لمختلف أنواع المدخلات؛
- معدلات الاستثمار المباشر والاستثمار في المشروعات الإنتاجية؛
- مدى مساهمة المصرف في توليد المدخرات.

3-تقييم أداء المصرف من حيث الرقابة على العاملين ومراجعة الأعمال:

من طبيعة العمل المصرفي تقتض السرعة في تقديم الخدمات، الأمر الذي يتطلب تفويض السلطة للمستويات الدنيا من العاملين، لذا تعتبر الرقابة خط دفاع أساسي تستخدمه إدارة المصرف في توجيه العاملين للاتجاه الذي يحقق السياسات المصرفية التي تتبناها، لذا تلجأ الإدارة إلى إتباع العديد من الإجراءات الوقائية للوقوف دون وقوع جرائم الاختلاس أو التقصير، وتعمل على استخدام سياسات فعالة في تسيير الموارد البشرية تتمثل في الاعتناء بعملية الاختيار والتعيين، واستخدام أنظمة التدريبية وتأهيلية خاصة تنمي قدرات العاملين في المجالات

المصرفية كافة وتقوم البنوك أيضا بإعداد كتيبات ومطويات تتضمن خطوات العمل لمختلق العمليات.

المبحث الثالث: المفاهيم الأساسية حول البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

تعتبر البنوك الإسلامية من ضروريات العصر الحديث وواقعا فعالا وملموسا، وتعرف كذلك بعماد الصيرفة المعاصرة وذلك لاعتمادها على مبدأ تشارك الربح والخسارة، كما أصبحت البنوك الإسلامية ضرورة ملحة لمحاربة الاكتناز وتشجيع الاستثمار الحقيقي بإقامة المشروعات الاقتصادية التي عادة ما تساهم في زيادة الناتج القومي.

وهذا ما يستدعي منا التعرض لماهية البنوك الإسلامية ونوافذها، أهدافها، خصائصها، ووظائفها، وأساليب التمويل المعتمدة في تطويرها.

المطلب الأول: ماهية البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية

أولا : تعريف البنك الإسلامي:

البنوك الإسلامية مؤسسات مالية تعمل وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية حيث تعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية من جهة وتحقيق العدالة الاجتماعية من جهة أخرى، ولقد استوقفتنا تعاريف كثيرة للبنوك الإسلامية نذكر منها:

يعرف البنك الإسلامي على أنه : "مؤسسة بنكية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع بأحكام التكافل الإسلامي، وتحقيق عدالة التوزيع، ووضع المال في مساره الصحيح لتحقيق التنمية".[1]

كما يمكن تعريفه على أنه" : البنك الذي يلتزم بتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في جميع معاملاته المصرفية والاستثمارية، من خلال تطبيق مفهوم الوساطة المالية القائمة على

1- شهاب أحمد سعيد العزعزي، إدارة البنوك الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط3، 2011، ص 11

مبدأ المشاركة في الربح والخسارة، فالبنوك الإسلامية تمتلك إيديولوجية تمارسها في عملها المصرفي، تقوم على مجموعة قواعد أهمها قاعدة الغنم بالغرم والخراج بالضمان".[1]

ويقصد بالبنوك أو البنوك الإسلامية كل مؤسسة تباشر الأعمال المصرفية مع التزاماتها باجتناب التعامل بالفوائد الربوية بوصفه تعاملا محرما شرعا.[2]

عرفت اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولي للمصارف الإسلامية في الفقرة الأولى من المادة الخامسة البنوك الإسلامية بأنها" تلك البنوك أو المؤسسات التي تنص قانون إنشائها ونظامها الأساسي صراحة على الالتزام بمبادئ الشريعة، وعلى عدم التعامل بالفائدة أخذا وعطاء.

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها وفق أحكام الشريعة الإسلامية، بحيث لا تتعامل بالربا أخدا وعطاء.

ثانيا : تعريف النوافد الإسلامية:

يقصد بالنوافذ الإسلامية (IslamicWindows) حسب مجلس الخدمات المالية الإسلامية على أنها جزء من مؤسسة مالية تقليدية بحيث قد يكون فرعا أو وحدة متخصصة تابعة لتلك المؤسسة توفر خدمات إدارة الأموال(حسابات الاستثمار) وخدمات التمويل والاستثمار التي تتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية وتتمتع بالاستقلالية من الناحية القانونية.[3]

النافذة الإسلامية عبارة عن قسم مستقل في المصرف التقليدي، من خلاله يقوم هذا الأخير بتوفير المنتجات والخدمات المصرفية الإسلامية، ويشرف على هذا القسم هيئة شرعية متخصصة مهمتها التأكد من التزام القسم بأحكام الشريعة الإسلامية، وينبغي أن يتمتع القسم باستقلالية تامة عن باقي أعمال والأنشطة المصرفية التقليدية.

1- عمارية بختي وكمال بن موسى، البنوك الإسلامية في الجزائر بين العائد والمخاطرة، دراسة مقارنة بين بنك السلام الجزائر وبنك دبي الإسلامي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، جامعة جيجل-الجزائر-، أكتوبر2018، ص 84

2- محمد محمود العجلواني، البنوك الإسلامية أحكامها، مبادئها، وتطبيقاتها المصرفية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط الأولى، الأردن، 2008، ص 18

3- سهى مفيد أبو حفيظة وأحمد سفيان تشي عبد الله، إنشاء النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية في فلسطين"الفرص والتحديات"، مجلة بيت المشورة، العدد11، قطر، أكتوبر 2019، ص 161.

حيث أطلق البعض على ظاهرة النوافذ الإسلامية مسمى النظام المزدوج أي النظام الذي يقدم فيه البنك التقليدي خدمات مصرفية إسلامية إلى جانب الخدمات التقليدية.[1]

ويقصد بنوافذ إسلامية، هي أن تتبنى إدارة المصرف التقليدي فكرة إدخال بعض الخدمات المصرفية الإسلامية، وذلك لتلبية احتياجات شريحة من العملاء بالسوق المصرفي ممن يطلبون هذه الخدمات، وهذه الصيغة منتشرة في دول عديدة منها الإسلامية مثل ماليزيا والمغرب والسعودية وغير الإسلامية في بريطانيا وسويسرا وألمانيا وأمريكا.

ويصطلح الاقتصاد الإسلامي المعاصر على تسمية هذه الظاهرة التي باتت واقعا مشهودا ناميا على صعيد العمل المصرفي باسم ظاهرة التحول نحو أسلمة عمليات المؤسسة المالية التقليدية.[2]

كما تعرف أيضا على أنها تلك الوحدات التنظيمية التي تديرها البنوك التقليدية، وتكون متخصصة في تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية، كما يطلق على النوافذ الإسلامية بظاهرة النظام المزدوج أي النظام الذي يقدم فيه البنك التقليدي خدمات مصرفية إسلامية إلى جانب الخدمات التقليدية.[3]

وبالتالي يمكن القول أن النوافذ أو الشبابيك الإسلامية هي وحدات تنظيمية خاصة تديرها البنوك التقليدية، وتكون متخصصة في تقديم الخدمات المالية الإسلامية على يد عملاء خاصين كأنها مصرف إسلامي مستقل، وتشرف على مراقبتها هيئات شرعية.

1- خالد حمزة، النوافذ الإسلامية كآلية لتبني الصيرفة الإسلامية -دراسة تحليلية واستشرافية للقطاع المصرفي الجزائري، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف-ميلة،2020-2021، ص14

2- دحاك عبد النور، إشكالية إنشاء شبابيك الصيرفة الإسلامية في البنوك الجزائرية: بين الوضعية البنكية والمعيارية الشرعية، مجلة إقتصاد شمال إفريقيا ، المجلد 18، العدد 28، جامعة تيزي وزو -الجزائر، 2022، ص 209

3- محمد الأمين باكو ومناد خديجة، تحديات النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية-حالة الجزائر-، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 05، العدد 02، جامعة الجيلالي ليابس-الجزائر، 2022، ص 542

ثالثا : الفرق بين النوافذ والفروع الإسلامية:

وننوه هنا إلى أن معظم الكتاب لم يتكلموا في مؤلفا مصطلح الفروع الإسلامية وما يميز الفرع بشكل عام أكبر من حيث حجم الوظائف والخدمات التي يقدمها، كما أنه عادة ما يكون خارج هيكل البنك الأم بعكس النافذة التي تكون في نفس البنك.

ويجدر بنا الذكر أن هنالك أوجه شبه وأوجه اختلاف بين النوافذ الإسلامية والفروع الإسلامية في البنك التقليدي خاصة في العناصر والخصائص المشتركة؛ من أهم أوجه الاختلاف تلك:[1]

- الفرع الإسلامي يبدو أكثر استقلالية من النافذة الإسلامية عن البنك الذي يتبعه إذ لا يأخذ الفرع للبنك الأم إلا بصورة غير مباشرة، فيما تخضع النافذة للبنك الأم بصورة مباشرة.
- إن الهيكلية الإدارية والكادر الإداري الذي يتولى إدارة الفرع الإسلامي من البنك التقليدي أكبر من الهيكلية والكادر الذي يدير النافذة الإسلامية والذي لا يتجاوز في أحسن الأحوال مستوى قسم إداري في البنك التقليدي، بل إنه في بعض البنوك تقتصر على مستويات أدنى كشعبة أو الوحدة في البنك ما ينعكس بالتأكيد على ما تقدمه من خدمات مصرفية إسلامية، إذ تشكل منتجات الفروع نسبة كبيرة من منتجات البنك الأم، فيما لا تشكل منتجات النوافذ الإسلامية إلا نسبة ضئيلة من منتجات البنك التقليدي الذي فتحت فيه.
- الفرع الإسلامي هو مرحلة متقدمة في طريق تحول البنك التقليدي إلى بنك إسلامي وكذا آلية النوافذ الإسلامية مرحلة أولية في طريق التحول، فكل من الفرع والنافذة وسائل وطرق للتحول من الصيرفة التقليدية إلى الصيرفة الإسلامية.
- يشكك البعض في مشروعية النوافذ الإسلامية نظرا لعدم استقلاليتها واختلاط أموالها بأموال البنك الأم على عكس الفروع التي تمتاز باستقلال نسبي يجعلها أكثر شرعية.

1-نبيل بلقيدوم وأخرون، تقييم أداء النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية-دراسة حالة : القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة الوادي 322)، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي،2021-2022، ص ص 23، 24

- من جانب آخر هنالك من يستعمل مصطلح الفروع وهناك من يستعمل مصطلح النوافذ والفرق بينهما ليس جوهريا.

فالفرع الإسلامي تكون جميع تعاملاته إسلامية وفي جميع الخدمات التي يقدمها ويكون في مبنى مستقل عن البنك التقليدي أما النافذة الإسلامية فتكون داخل البنك التقليدي نفسه وفي نفس المبنى ولكن في مصلحة أو شباك وبشكل مستقل حتى تكون إسلامية.

ويتشابه كل من الفرع المصرف الإسلامي والنافذة الإسلامية، في كونهما يقدمان نوعا خاصا من التعاملات الإسلامية.

المطلب الثاني: خصائص البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية وطبيعة عملها:

الركيزة الأساسية التي تقوم عليها البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية هي عدم التعامل بالفائدة أخذًا وعطاءًا، حيث تقوم البنوك الإسلامية ونوافذها بقبول الودائع دون استخدام معدل الفائدة كعامل تعويض للمودعين، وإنّما يتم استبدال معدل الفائدة بحصة من الربح والتي يتم توظيفها في مجالات استثمارية تجيزها الشريعة الإسلامية حيث تتميز البنوك الإسلاميّة بجملة من الخصائص أهمها:[1]

- تعبئة الموارد المالية وتمويل الاستثمارات المنتجة؛
- تنشيط حركة التجارة الخارجية بين الدول الإسلاميّة فيما بينها من جهة أو بين الدول الإسلامية ودول العالم من جهة أخرى؛
- الشفافية في المعاملات المالية والبنكية حيث لابد من التوضيح للعملاء في البنك الإسلامي كيفية تحقيق الربح ومعدل العائد على أموالهم المستثمرة في البنك؛
- إبعاد عنصر الاحتكار مع إرساء قواعد العدل والمساواة في المغانم والمغارم؛
- عدم التعامل بسعر الفائدة أخذًا وعطاءًا: حيث يراعى فيها أنت تكون متفقة مع أحكام الشريعة، أي أنها لا يمكن أن تعطي فائدة مقابل الموارد التي تتحصل عليها من المتعاملين

1- إيمان بومود وأخرون، ابتكارات التكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء البنوك الإسلامية العربية، مجلة رؤى الاقتصادية، المجلد 10، العدد01، جامعة باجي مختار، عنابة، –الجزائر، أوت 2020، ص 340

معها، كما أنها لا يمكن أن تأخذ فائدة من المتعاملين معها أيضا، إضافة إلى تعاملها بالأعمال والخدمات الأخرى التي تتضمن التعامل بالفائدة.

• الاستثمار في المشاريع الحلال: وهي أن تستخدم الأموال التي تتوفر لديها إلا في الاستخدامات التي هي حلال في الشريعة الإسلامية، وتجنب أي استخدام فيما هو حرام أو يقود إلى الحرام، كما أنها تخضع البنوك الإسلامية وكذا النوافذ الإسلامية المفتوحة على مستوى البنوك التقليدية للرقابة الشرعية.

• ربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية : إن للمال وظيفة اجتماعية في الإسلام، لذلك كان الاهتمام بالنواحي الاجتماعية أصلا من أصول هذا الدين وهذا ما يميز المصرف الإسلامي بالصفة الاجتماعية، فالمصرف الإسلامي باعتباره مؤسسة اقتصادية مالية مصرفية اجتماعية يقوم بتعبئة مدخرات الأفراد واستثمارها في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي خدمة لمصالح المجتمع.[1]

وعليه فإن طبيعة عمل البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية تختلف عن تلك النشاطات التي تقوم بها البنوك التقليدية من حيث عدم تحديد سعر الفائدة مسبقاً في عمل البنوك الإسلامية.

• إن عمل البنوك الإسلامية والنوافذ الإسلامية يتمثل في المساهمة في الاستثمارات، عن طريق المرابحة والإجارة، والمشاركة في أرباح المشاريع والحصول على العمولات مقابل الخدمات التي تقدمها هذه البنوك، وعليه فإن المصرف الإسلامي مؤسسة لا تتعامل بالفائدة (الربا) أخذ وعطاء، وبالتالي فإن البنك الإسلامي يقبل ودائع العملاء دون التزام أو تعهد مباشر أو غير مباشر بإعطاء عائد ثابت على ودائعهم.

كذلك عندما يقوم البنك الإسلامي باستخدام ما لديه من أموال في أنشطة استثمارية أو تجارية، فإنه لا يتم تقاضي أي فائدة، وإنما يتم ذلك على أساس المشاركة فيما يتحقق من ربح أو خسارة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن المشاريع التي يقوم المصرف الإسلامي

1- قادري محمد الطاهر وأخرون، المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول، الطبعة الأولى، مكتبة حسن العصرية، للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2014، ص 29

بتمويلها يجب أن لا تكون غير نافعة أخلاقيا أو اجتماعياً مثل تمويل مشاريع لإنتاج التبغ والكحول وغيرها كما أن البنوك الإسلامية لا تقوم بالمضاربات أو بأي عمل يؤدي إلى عدم العدالة أو الاستغلال.[1]

• عند حاجة النوافذ الإسلامية إلى التمويل يقوم المصرف الرئيسي بإيداع وديعة استثمارية لدية، على أن تكون خاضعة للربح والخسارة مثله في ذلك مثل أي مودع آخر.[2]

المطلب الثالث: قواعد الصيرفة الإسلامية والفوارق الجوهرية بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

إن البنوك الإسلامية خلال أداء نشاطها وتقديمها لمنتجاتها المصرفية الإسلامية تختلف عن البنوك التقليدية، فهي تلتزم بمجموعة من الضوابط الشرعية التي تحكم العمل المصرفي فيها، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى القواعد الشرعية للعمل المصرفي الإسلامي والفروق بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

أولا: قواعد الصيرفة الإسلامية:

• عدم التعامل بالربا (الفائدة): إن المؤسسات المالية الإسلامية قد تبنت المنهج الشرعي الإسلامي في معاملاتها فلا تتعامل بالربا، أو الفائدة أخذ وعطاء ونعني بالربا هنا الزيادة بدون مقابل في أي عقد من عقود المعاملات أو هو زيادة مال بلا مقابل في تعويض مال بمال ومما يدل على تحريم الفائدة من النصوص الشرعية لقوله تعالى:

{يا أيها الذين امنوا اتقوا الله وذروا ما بقي من الربا إن كنتم مؤمنين، فان لم تفعلوا فأذنوا بحرب من الله ورسوله، وان تبتم فلكم رؤوس أموالكم لا تظلمون ولا تظلمون}،[3]

1- إبراهيم الكراسنة، البنوك الإسلامية : الإطار المفاهيمي والتحديات، معهد السياسات الاقتصادية، صندوق النقد العربي، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2013، ص 3

2- طهراوي أسماء، تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية الجزائرية واقع وتحديات، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة أبو بكر بلقايد –تلمسان، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، ديسمبر 2022، ص644

3- سورة البقرة، الآية:278-279

وقال رسول الله صلى الله عليه و سلم : {الذهب بالذهب والفضة بالفضة والشعير بالشعير والتمر بالتمر والملح بالملح مثلا بمثل سواء بسواء يدا بيد فإذا اختلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا يدا بيد}.[1]

- قاعدة الغنم بالغرم : تعني هذه القاعدة أن من ينال نفع الشيء يتحمل الضرر الحاصل منه، أي لا يمكن استحقاق الربح (الغنم) دون تحمل المخاطر (الغرم)، وهذه القاعدة هي أساس قيام العمل البنكي الإسلامي، أو باعتبار أن العميل المودع هو شريك البنك فان له الحق في الربح بقدر استعداده لتحمل الخسارة.
- قاعدة الخراج بالضمان : تعني هذه القاعدة أنه من ضمن أصل الشيء جاز له يحصل على ما تولد من عائد، فالبنك الإسلامي يقوم بضمان أموال المودعين لديه في شكل ودائع أمانة تحت الطلب ويكون الخراج (أي ما يخرج من المال) المتولد عن هذا المال جائز الانتفاع به لمن ضمن(البنك) لأنه يكون ملزما باستكمال النقصان الذي يحتمل حدوثه وتحمل الخسارة في حالة وقوعها.
- تحرير المال من الاكتناز أو التعطيل : من منطلق محاربة الإسلام لتعطيل المال، يسعى المصرف الإسلامي إلى تنمية الوعي الادخاري وتشجيع الاستثمار وعدم الاكتناز لذلك منع الإسلام اكتناز المال وأوجب دفعه للانتفاع به في تشغيل الموارد، ولأجل ذلك يعمل المصرف الإسلامي على تحريك المدخرات المودعة لديه باعتباره وكيلا عن أصحابها ويدفع بها نحو الاستثمار الحقيقي في الاقتصاد.
- قاعدة لا ضرر ولا ضرار: يحتم هذا المبدأ على المستثمر الانضباط بالقواعد العامة التي الإسلامي، فنشاطه لابد أن يتسم بالمنفعة العامة ولا يخضع للرغبات والنوازع الفردية التي قد تقضي إلى لإلحاق الضرر بالمجتمع، وبذلك فالحقوق الخاصة مكفولة ما دامت لا تعارض الصالح العام أي أن المالك له حق الانتفاع بملكه كيف ما شاء شريطة أن لا يلحق الأذى بالآخرين .[2]

1- مسلم، في صحيحه، ص 1584

2- سوسن زيرق وسارة علالي، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر- دراسة ميدانية-، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد04، العدد1، جامعة الشهيد حمة الاخضر بالوادي- الجزائر، جوان 2019، ص10

- الالتزام في معاملاته بالحلال وتجنب الحرام: قدمت الصيرفة الإسلامية البدائل الصحيحة في التعاملات المالية، وهي المشاركات بأنواعها، والمبادلات بأنواعها، لأن التعامل فيها يرتبط بأصول فالبنوك الإسلامية قد جعلت "الخراج بالضمان" المبدأ الأساس الذي تبنى عليه تعاملات مع الزبائن والالتزام بكل الأحكام الشرعية في مجال المعاملات، وللابتعاد عن المعاملات التي فيها شبهة أو حرمة والاستناد إلى فتوى هيئات الرقابة الشرعية المتواجدة على مستوى كل بنك إسلامي، وبهذا تكون فتوى هذه الهيئات ملزمة لمعاملات هذه البنوك.[1]

ثانيا : الفوارق الجوهرية بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

هناك مجموعة من الفروق بين طبيعة العمل في البنوك الإسلامية وطبيعة العمل في البنوك التقليدية نذكر منها: [2]

1- الاتجار المباشر والاستثمار المباشر وشراء وبيع الأصول الثابتة، فالبنوك التجارية التقليدية لا تستطيع القيام بعمليات شراء البضائع وبيعها أو حتى الاحتفاظ بها إلا بضوابط خاصة أو شراء أصول ثابتة لغير استخداماته الذاتية بعكس البنوك الإسلامية.

2- التكييف الشرعي لوظيفة البنوك التقليدية والإسلامية، فالبنوك التقليدية تقدم بصفة معتادة القروض للغير وقبول الودائع، أما البنوك الإسلامية فتعد مصارف مضاربة، والمودعين هم أصحاب المال والبنوك هي المضاربة.

3- ضمان الربح والخسارة أو عدم ضمانها، فالبنوك التقليدية تقوم بدفع فوائد ثابتة على الودائع لأجل، وبإخطار مسبق، أما البنوك الإسلامية فلا تضمن رد أصل الودائع ولا تضمن نسبة محددة منسوبة إلى رأس المال.

1- عبد الرحمان عبد القادر، فعالية نظام التمويل الإسلامي في مواجهة آثار الأزمة المالية العالمية، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، 2016، ص61

2-سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء-دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة، رسالة ماجيستار ، كلية علوم الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر -فلسطين-، 2015، ص ص 38، 39

4- الموارد الذاتية للبنوك التقليدية والإسلامية، فالبنوك التقليدية تستطيع إصدار أسهم ممتازة، أما البنوك الإسلامية فلا تستطيع ذلك لأنها محددة بفائدة.

5- إن جزءا من الأموال المتاحة في البنوك التقليدية توجه إلى القروض، بينما الجزء الكبير من الأموال المتاحة للتوظيف في البنك الإسلامي موجه إلى التمويل بالمشاركة أو التمويل بالمضاربة أو المرابحة.

6- استبعاد التعامل بالفائدة فالمصرف الإسلامي لا يتعامل بالفائدة أخذا أو عطاء وهذا لتحريم الربا.

7- الفرق في الأهداف حيث أن البنوك التقليدية تهدف إلى تحقيق أقصى ربح كما أنها لا تهتم كثيرا بالنواحي الاجتماعية في استثماراتها، بخلاف البنوك الإسلامية التي تضع أمامها أهداف أخرى، اجتماعية، وإنسانية، إضافة إلى هدف الربح.

8- المخاطر التي تتميز بها البنوك الإسلامية:

يمكن أن تتميز البنوك والنوافذ الإسلامية عن البنوك التقليدية بمجموعة من المخاطر قد تواجهها خلال نشاطها منها: [1]

- مخاطر الإزاحة التجارية: وتحدث عندما لا يستطيع البنك الإسلامي إعطاء عائد منافس على الودائع مقارنة بالبنوك الإسلامية أو التقليدية المنافسة، وهنا قد يقرر المودعين سحب أموالهم، ويلجأ مالكو البنك الإسلامي في هذه الحالة إلى التنازل عن بعض الأرباح لصالح المودعين في حسابات الاستثمار.

- مخاطر فقدان الثقة في العمل المصرفي الإسلامي: تنشأ هذه المخاطر من افتقاد الفهم السليم لرسالة البنوك الإسلامية ومضامين القاعدتين الأساسيتين "الغنم بالغرم" و"الخرج بالضمان"، سواء تعلق الأمر بالعاملين في المصرف أو المتعاملين معه، وهذا يؤدي إلى اهتزاز

1- رتيبة بركبية، تقييم أداء البنوك التقليدية والإسلامية-دراسة مقارنة بطريقة العائد والمخاطرة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة الجزائري-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-، 2013-2014، ص ص 11، 12

- الثقة في مكانة المصرف الإسلامي، وبالتالي عدم التعامل معه بسبب تشابه الأسلوب وانخفاض العائد.

- مخاطر صيغ النشاط: حيث أن نشاطات البنوك الإسلامية مازالت تثير جدلا فقهيا حول مشروعيتها وأركانها من مذهب لأخر، مما يحول دون تطبيقها بشكل موحد من قبل هذه البنوك.

- المخاطر الاستئمانية: وتتعلق بمخالفة البنك لنصوص عقد وديعة الاستثمار أو ارتكابه تجاوزا في إدارة الأموال المودعة لديه أي الشروط المتفق عليها، وبالتالي يتحمل البنك مسؤولية التعدي أو التقصير.

المطلب الرابع: الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك الإسلامية

يعد نجاح البنك الإسلامي في تقديم الخدمات المصرفية بجودة عالية للمتعاملين، وقدرته على جذب العديد منهم، وتقديم الخدمات المصرفية المتميزة لهم في إطار أحكام الشريعة الإسلامية، وحتى يحقق البنك الإسلامي ما يصبو إليه من مقاصد فإنه يقوم بمجموعة متكاملة من الأنشطة كما يلي:[1]

أولا: مجموعة الخدمات المصرفية:

تقوم البنوك الإسلامية بتقديم جميع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التقليدية والتي لا تتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية و المتمثلة في :

- خدمة قبول الودائع من العملاء؛
- خدمة التحويلات المصرفية لصالح العملاء؛
- خدمة تحصيل خصم الأوراق التجارية؛
- خدمة التعامل بالأوراق المالية: والتي لا تتضمن سعر الفائدة كالأسهم العادية؛
- خدمة صرف العملات الأجنبية؛

1- بن عبد الله سندس، دور الصيرفة الإسلامية في استقطاب الأموال بالبنوك العمومية الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020-2021، ص33-34

- خدمة تأجير الصناديق الحديدية؛
- تقديم الاستشارات المالية والاستثمارية للعملاء.

ثانيا: مجموعة التسهيلات المصرفية:

تقوم البنوك الإسلامية بتقديم التسهيلات الائتمانية المتمثلة في :

- فتح الإعتمادات المستندية؛
- إصدار خطابات الضمان.

ثالثا: مجموعة الخدمات الاجتماعية:

يتميز البنك الإسلامي عن غيره من البنوك بتقديم مجموعة من الخدمات الاجتماعية والتي أهمها:

1- القرض الحسن: يعد القرض الحسن مشروع خيري لغايات إنسانية ذات طابع اجتماعي، كتغطية حالات الزواج، والعلاج الصحي، وإيفاء الديون وغير ذلك مما يخضع لتقدير اللجان المختصة في البنك، ويعد القرض الحسن من أهم أدوات البنك الإسلامي في تنفيذ غايته الاجتماعية.

فالقرض الحسن هو ما يعطيه المقرض من مال إرفاقا بالمقترض ليرد إليه مثله دون اشتراط زيادة، ويطلق هذا اللفظ كما جاء في القرآن الكريم على المال الذي ينفق على المحتاجين طلبا لثواب الآخرة.

ويمكن تعريف القرض في مؤسسة مالية إسلامية على أنه "إقراض محتاج لأجل تمويل مشروع إنتاجي، خاليا من الربا أو المنفعة، يرد في أجل مسمى"فدخل بذلك ما يسمى (القرض الحسن) بالمفهوم القرآني.

والقرض الحسن في البنوك الإسلامية يقدمه البنك للعملاء، ويمنح للأفراد أصحاب الدخل القليل بدون فوائد ويسدد على أقساط بسيطة وشروط ميسرة متفق عليها، ولا يأخذ البنك أي زيادة على مبلغ القرض عند سداده من قبل المقترض، وهو القرض الذي يأتي في إطار البعد الاجتماعي لعمل البنوك الإسلامية وينشر الرخاء الاقتصادي، كما أنه بديل عن الربا

ويساعد كثيرا في حل مشاكل المعسرين، وبما أن البنوك الإسلامية أسست للاستثمار وفائدة الناس في تنمية أموالهم لذا يجب عليها أن تساعد على إيجاد القرض الحسن.

كما أنه تنقسم القروض الحسنة من حيث القرض إلى نوعان:

– قروض اجتماعية: والغاية منها سد الحاجة لمواجهة مطالب اجتماعية كحالة المرض والكوارث الطبيعية.

– قروض إنتاجية تقدم لصغار الحرفيين والعمال والمحتاجين لمساعدتهم في الاعتماد على أنفسهم، والتحول إلى طاقة إنتاجية لإنتاج ما يفي بحاجتهم ويحقق فائضا يسدد به ما حصلوا عليه من قرض حسن.

ومن المؤكد أن للقروض الحسنة شروط وأحكام للتعامل بها تتمثل في:

– كل ما جاز فيه السلم جاز فيه القرض؛

– العلم بمقدار القرض وصفته؛

– أن يصادف القرض ذمة؛

– أن يتم قبض القرض.

2- خدمة إدارة أموال الزكاة: إن الزكاة في اللغة تعرف على أنها "النماء والزيادة" إما في الاصطلاح : "هي الركن الثالث من أركان الإسلام فهي مفروضة على المسلمين الأغنياء بالكتاب والسنة والإجماع"، حيث تقوم البنوك الإسلامية بتحصيلها وتوزيعها على مستحقيها، وهنا يجب النظر إلى أموال البنك الإسلامي وفق ثلاث أسس:

– رأس المال النقدي: وهو يمثل الأموال المستثمرة في مشروع ما، ويجب عليها الزكاة عندما يحول عليها الحول.

– راس المال العامل: كالمباني والآلات والمعدات للاستعمال، فهذه لا يجوز عليها الزكاة، ولكنها تجوز على الأرباح المتأتية منها نتيجة استغلالها.

– رأس المال العامل في دورة الإنتاج، ويشمل المواد الولية وتلك القابلة للبيع وهذه تجب فيها الزكاة.

– ويقوم البنك الإسلامي من خلال لجنة الزكاة التابعة له، بتوزيع أموال الزكاة، لمستحقيها، وبذالك يكون قد قام بأداء واجبا دينيا مفروضا وواحدا من أركان الإسلام الخمسة، ومن ثم هي محاولة لردم الهوة بين مختلف طبقات المجتمع (الأغنياء والفقراء).

خلاصة:

حاولنا في هذا الفصل الإحاطة بمفاهيم عامة حول الأداء في البنوك الإسلامية وكذا نوافذها، التي تعتبر مؤسسة مالية ومصرفية، واقتصادية تسعى إلى جذب الموارد المالية من الأفراد والمؤسسات، وتعمل على استخدامها بالطرق الشرعية، وذلك لما يميزها من خصائص تتمثل أساسا في عدم التعامل بالفائدة والالتزام بالحلال وتجنب الحرام والمزاوجة بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالإضافة إلى التقليل من الاكتناز وإحياء فريضة الزكاة، وتقدم هذه الخدمات المصرفية لتحقيق الربح والأمان والنمو بالإضافة إلى تحقيق أهداف في مجال المال والمعاملات الاقتصادية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، تتمثل أساسا في الصيغ القائمة على الاستثمار، والصيغ القائمة على البيوع كالمرابحة، والصيغ القائمة على التبرع كالقرض الحسن والهبة.

حيث أن الأداء الذي تناولناه بمختلف وأهم أغراضه وجدنا أنه يعتبر من المفاهيم الأساسية للمديرين في كافة المستويات الهرمية ولكافة أنواع المؤسسات المصرفية، لأن مخرجات هذا الأداء قد تكون ذات أثار ضارة بأرباح المصارف أو أساسية لبقائها واستمرارها وأنه خطوة مهمة لاتخاذ القرار وذلك بالاعتماد على بيانات ومعلومات سواء داخلية أو خارجية.

وأن جوهر عملية تقييم الأداء هي مقارنة الأداء الفعلي بمؤشرات محددة مسبقا للوقوف على الانحرافات، ثم يلي ذلك اتخاذ الخطوة اللازمة لتصحيحها وتكون المقارنة عادة بين ما هو متحقق فعلا وبين ما هو مستهدف، في نهاية مدة زمنية، بالإضافة إلى رسم سياسات مناسبة لرفع وتحسين مستوى الأداء، ونظرا لأهميته فإنه يحقق مجموعة من الأهداف والوظائف، ومن اجل الوصول إلى قرارات عقلانية تحافظ على سيرورة وبقاء المصارف ينبغي استعمال الأساليب والأدوات التحليلية التي تمكن البنك من الحصول على المعلومات اللازمة للقرار المالي.

وللتحقق من مستوى الأداء للنوافذ الإسلامية خصصت الفصل الثالث لاختبار الفرضيات المعدة لذلك.

الفصل الثالث

دراسة حالة النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية

تمهيد:

بعد أن تم التطرق في الفصلين السابقين إلى المفاهيم العامة المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية لتحسين أداء البنوك الإسلامية، سنتناول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي للحصول على الواقع الميداني الذي يكشف لنا أهمية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، لذلك تم الاعتماد على الاستبيان الذي يعتبر أسلوب مساعد في جمع المعلومات والعمل على تحليلها وعرض مختلف نتائجها، حيث يتوقف تحسين أداء البنك على مدى قدرته في تطبيقه وفهمه.

وفي هذا الفصل قمت بالتطرق إلى:

المبحث الأول: الإطار التشريعي لفتح النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان.

المبحث الأول : الإطار التشريعي لفتح النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية

أزمة أسعار النفط سنة 2014 كانت سبب في توجه الجزائر نحو الاهتمام بالصيرفة الإسلامية، والعمل على تهيئة البيئة المناسبة لها، فأصدر بنك الجزائر إبتداء من سنة 2018 بعض الأنظمة الخاصة بالصيرفة الإسلامية

المطلب الاول : لمحة عن اهتمام الجزائر بالصيرفة الإسلامية

الجزائر كغالبية الدول الإسلامية والعربية وحتى منها الغربية قامت بفتح المجال للصيرفة الإسلامية لتكون جزء من نظامها المصرفي منذ صدور قانون النقد والقرض 90-10 الذي فتح المجال للقطاع الخاص والأجنبي لإنشاء البنوك ومنها البنوك الإسلامية،[1] وهي بنك الخليج AGB سنة 2009، وبنك الإسكان للتجارة والتمويل الجزائر HOUSING BANK سنة 2016، وترست بنك الجزائر TRUST BANK عام 2018،[2] أين اعتبرت الجزائر من الدول السابقة إلى اعتماد هذا النوع من المؤسسات مقارنة بدول الجوار وبعض الدول العربية الأخرى،[3] حيث سمحت السلطات النقدية والإشرافية في الجزائر من خلال قانون النقد والقرض 90-10 لبعض البنوك الخاصة بتقديم خدمات مصرفية متوافقة مع الشريعة الإسلامية إلى جانب تقديمها لخدمات مصرفية تقليدية، من خلال فتح النوافذ الإسلامية،[4] وهذا بالترخيص لثلاث بنوك عمومية بفتح نوافذ إسلامية بدءا من نوفمبر2017 هي بنك" القرض الشعبي الوطني" وبنك "الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط "و" بنك التنمية المحلية" إلا أنه لم يتم الفتح الفعلي لها نتيجة الغموض القانوني والتنظيمي الذي كان يكتنفها.[5]

1- بكوش صديق، دراسة واقع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية الجزائرية-دراسة حالة في بنك BDL، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2018-2019، ص 52

2- طهراوي أسماء، تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية الجزائرية واقع وتحديات، مرجع سابق، ص 647

3- بكوش صديق، مرجع سابق، ص 52

4- طهراوي أسماء، مرجع سابق، ص647

5- خالد حمزة، النوافذ الإسلامية كآلية لتبني الصيرفة الإسلامية- دراسة تحليلية واستشرافية للقطاع المصرفي الجزائري-، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف-ميلة-، 2020-2021، ص 42

المطلب الثاني : الأنظمة القانونية لفتح النوافذ الإسلامية

أولا :النظام رقم: 02 – 18 المؤرخ في 04 نوفمبر 2018 المتعلق بقواعد ممارسة العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية من طرف المصارف والمؤسسات المالية:

في مفهوم هذا النظام تعددت عمليات المصرفية متعلقة بالصيرفة التشاركية، إلى كل العمليات التي تقوم بها مصارف المؤسسات المالية والمتمثلة في عمليات تلقي الأموال وعمليات توظيف الأموال وعملية التمويل والاستثمار التي لا يترتب عنها تحصيل أو تسديد الفوائد، وتخص هذه العمليات على الخصوص فئات المنتجات الآتية :المرابحة، المشاركة، المضاربة، الإجارة، الإستصناع، والسلم؛ وكذا الودائع في الحسابات الإستثمار، حيث أبرز ما جاء به ما يلي:[1]

– إن البنوك عمومية كانت أو خاصة والمؤسسات المالية باختلافها مكنها هذا النظام من عرض خدمات مالية بصيغة إسلامية لزبائنها، استجابة للطلب الكبير والقوي على الحلول المصرفية الإسلامية؛

– عرَّفت المادة 2 منه العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية بأنها كل العمليات التي تقوم بها المصارف والمؤسسات المالية والمتمثلة في عمليات تلقي الأموال وعمليات توظيف الأموال وعمليات التمويل والاستثمار التي لا يترتب عنها تحصيل أو تسديد الفوائد؛

– يشترط النظام في المادة 3 لفتح الشباك أو شبابيك لتقديم الصيرفة التشاركية الحصول على الترخيص المسبق من بنك الجزائر لتقديم منتجات الصيرفة الإسلامية، وضمن هذا الترخيص أو الملف شهادة المطابقة الشرعية تكون من هيئة وطنية مؤهلة لذلك قانونا وهذا ما تنص عليه المادة 4؛

1– فرج الله أحلام وحمادي مراد، دراسة واقع وآفاق تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر وفق الإصلاحات المصرفية 2018–2020 ، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السابع ، العدد 01، جامعة سطيف –الجزائر، أفريل 2021، ص 265

– عرَّفت المادة 5 منه شُباك المالية التشاركية بأنه" :دائرة ضمن مصرف معتمد أو مؤسسة مالية معتمدة تمنح حصريا خدمات ومنتجات الصيرفة التشاركية"؛

– حدد النظام عمليات الصيرفة التشاركية التي يمكن للبنوك تقديمها في سبعة منتجات وهي: " المرابحة، المشاركة، المضاربة، الإجارة، الاستصناع، السلم، الودائع في حسابات الاستثمار"؛

– شدد النظام أن تقديم المنتجات التشاركية في البنوك يكون ضمن" شباك أو شبابيك تحمل صفة كيان واحد" يكون مستقلا ماليا ومن حيث الموارد البشرية عن باقي الدوائر والفروع في البنك أو المؤسسة المالية المعنية، وذلك من خلال المواد 5 و 6 و 7، كما شدد على أن منتجات الصيرفة التشاركية تخضع رغم هذه الاستقلالية، لجميع الأحكام القانونية والتنظيمية المتعلقة بالمصارف والمؤسسات المالية في المادة 11؛

– يتعين على المصارف والمؤسسات المالية المرخص لها بتسويق هذه المنتجات أن تُعلم زبائنها بجداول التسعيرات والشروط الدنيا والقصوى التي تطبق عليهم، إلى جانب إعلام المودعين خاصة أصحاب حسابات الاستثمار حول طبيعة حساباتهم وهي ما تبينه المادة 8 ويحق للمودع الحصول على حصة من الأرباح الناجمة عن" شباك المالية التشاركية" ويتحمل حصة من الخسائر المحتملة التي يسجلها الشباك في التمويلات التي يقوم بها المصرف المادة 9

ثانيا : النظام رقم: 02 – 20 المؤرخ في 15 مارس 2020 الذي يحدد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية:

أصبحت الخدمات المصرفية الإسلاميةً متاحة أمام الجزائريين على مستوى البنوك الحكومية، وتوسعها بعد أن كانت حكرا على البنوك الخاصة، وتأتي هذه الخطوة في ظل الأزمة الاقتصادية الحادة التي تشهدها الجزائر بسبب تداعيات كورونا، والآثار المتوالية لاستمرار انخفاض أسعار النفط في الأسواق العالمية منذ منتصف2014 دخول المنتجات الإسلامية رسمياً في البنوك الحكومية الجزائرية، حيث قام البنك الجزائر بإصدار النظام رقم– 02 – 20 المؤرخ في 15 مارس سنة 2020 ونشره في الجريدة الرسمية العدد 16 بتاريخ 24 مارس

سنة 2020، وإلغاء أحكام النظام رقم 18-02 المتعلق بقواعد ممارسة العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية من طرف المصارف والمؤسسات المالية.

حيث يتعين على كل بنك أو مؤسسة مالية يرغب في تقديم منتجات مالية تشاركية عليها الحصول على ترخيص مسبق من بنك الجزائر بذلك، وهذا من خلال تقديم الوثائق التالية:[1]

- شهادة المطابقة لأحكام الشريعة مسلمة من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية،
- بطاقة وصفية للمنتوج،
- رأي مسؤول رقابة المطابقة للبنك أو المؤسسة المالية،
- الإجراء الواجب إتباعه لضمان الاستقلالية الإدارية والمالية "لشباك الصيرفة الإسلامية" عن باقي أنشطة البنك أو المؤسسة المالية

ويضم هذا النظام 24 مادة، وقد حددت المادة الأولى منه الهدف من إصداره ألا وهو تحديد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية والقواعد المطبقة عليها، وشروط ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية وكذا شروط الترخيص المسبق لها من طرف بنك الجزائروكان ما جاء به مايلي:[2]

- يشترط النظام الجديد على البنوك والمؤسسات المالية الراغبة في تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية أن تحوز على نسب احترازية مطابقة للمعايير التنظيمية؛

-حدد النظام عمليات الصيرفة الإسلامية في ثمانية(08) كما قام بتعريفها وهي : المرابحة، المشاركة، المضاربة، الإجارة، الاستصناع، السَّلم، الودائع في حسابات الاستثمار، وحسابات الودائع، ضمن المادة 4، وقد جاءت المواد التي تليها من المادة 5 إلى المادة 12 لتشرح كل منتج على حدة؛

1- طهراوي أسماء، تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية الجزائرية واقع وتحديات، مرجع سابق، ص647

2- فرج الله أحلام وحمادي مراد، دراسة واقع وآفاق تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر وفق الإصلاحات المصرفية 2018-2020 ، مرجع سابق، ص 266

-تخضع منتجات الصيرفة الإسلامية المذكورة سابقا، إلى طلب ترخيص مسبق من بنك الجزائر وفقا للمادة 13؛

-يجب على البنك أو المؤسسة المالية أن يحصل على شهادة المطابقة لأحكام الشريعة، تسلّم له من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية وفقا المادة 14؛

-يتعين على البنك أو المؤسسة المالية إنشاء هيئة الرقابة الشرعية، وتتكون هذه الهيئة من ثلاثة (03) أعضاء على الأقل، يتم تعيينهم من طرف الجمعية العامة وتكمن مهام هيئة الرقابة الشرعية على وجه الخصوص، وفي إطار مطابقة المنتجات للشريعة، في رقابة نشاطات البنك أو المؤسسة المالية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وهذا طبقا للمادة 15؛

-أما المواد 16 و17 و18 فهي تبين ضرورة الاستقلال الإداري، والمالي، والمحاسبي، والتنفيذي لحسابات الشباك الإسلامي عن حسابات البنك أو المؤسسة المالية التابع لها؛

-يجب على البنوك والمؤسسات المالية الذين تحصلوا على الترخيص المسبق لتسويق منتجات الصيرفة الإسلامية، أن تُعلم زبائنها بجداول التسعيرات والشروط الدنيا والقصوى التي تطبق عليهم كما يجب على البنوك إعلام المودعين، خاصة أصحاب حسابات الاستثمار، حول الخصائص ذات الصلة بطبيعة حساباتهم، وهذا ما تبينه المادة 19؛

-يحق لصاحب حساب ودائع الاستثمار الحصول على حصة من الأرباح الناجمة عن" شّباك الصيرفة الإسلامية"، ويتحمل حصة من الخسائر المحتملة التي يسجلها شباك الصيرفة الإسلامية "في التمويلات التي يقوم بها، وذلك ضمن المادة 20؛

-انشاء الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية بالجزائر وذلك يوم أول أفريل 2020.

ثالثا: التعليمة رقم :03-2020 المؤرخة في 02 أفريل 2020 المعرفة للمنتجات المتعلقة بالصيرفة الإسلامية والمحددة الإجراءات والخصائص التقنية لتنفيذها من طرف البنوك والمؤسسات المالية:

وردت التعليمة في 60 مادة وركزت خاصة على تفصيل المادة 04 من النظام 02-20 المؤرخ في 15 مارس2020 المعرفة للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية، وعرجت في مضمونها على مايلي:[1]

أعادت التعليمة التأكيد على ضرورة حصول البنك أو المؤسسة على شهادة المطابقة للمنتوجات وضمانات المتعلقة بها لأحكام الشريعة الإسلامية تسلم له من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية قبل طلب الترخيص من بنك الجزائر لتسويق تلك المنتوجات في حين أن النظام 02 – 20 خصص لكل صيغة من صيغ التمويل الإسلامي مادة واحدة لشرحها بينما هذه التعليمة وبحكم طبيعتها التفصيلية كانت أكثر تفصيلا في جوانب تطبيق كل صيغة وما يتعلق بها.

حيث جاء في المادة 19 من التعليمة وفي تعريف المضاربة بأنها هي عقد يقدم بموجب بنك أو مؤسسة مالية، المسمى المقرض للأموال "رب المال"، رأس المال اللازم للمقاول "المضارب" الذي يقدم عمله في مشروع من أجل تحقيق الربح.

أما المادة 20 من التعليمة والخاصة بالمضاربة جاء النص صراحة على أنه لا يحق للبنك أو المؤسسة المالية أن يشارك في إدارة الأموال، وهذا صحيح لأنه من أحكام المضاربة ثم جاء في نفس المادة أنه يمكن للبنك أو المؤسسة المالية أن يقوم بالرقابة والتحقق في حسابات المضاربة والوثائق ذات الصلة التي يمسكها المضارب.

1- بعوش سعاد وزعنون سهام، تجربة الصيرفة الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية- دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت 540-، مذكرة ماستر، جامعة إبن خلدون -تيارت-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022-2023، ص 54

وجاء في المادة 53 ما يلي : إن الموارد الموكلة للبنك في شكل ودائع تحت الطلب وودائع الإدخار، يمكن استثمارها من طرف البنك في عملية الصيرفة الإسلامية يبقى شباك الصيرفة الإسلامية خاضعة للالتزام بإعادة الأموال للزبون بناء على طلب وبدون أي زيادة .

المطلب الثالث : متطلبات وشروط فتح نوافذ إسلامية بالبنوك التقليدية:

إذا من خلال التشريعات الصادرة عن السلطات النقدية بالجزائر، يقتضي فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية توافر مجموعة من المتطلبات الضرورية، والتي نميزها فيما يلي:

أولا : متطلبات فتح نوافذ إسلامية بالبنوك التقليدية:

1-متطلبات قانونية :

تتمثل في الإجراءات التشريعية التي ينبغي الالتزام بها وهي: [1]

- صدور قرار الترخيص عن الجمعية العمومية للبنك التقليدي يتضمن الموافقة على فتح نافذة إسلامية ومن ثم مناقشة التعديلات الأساسية في عقد تأسيس النافذة الإسلامية(عدم التعامل بالربا ومخالفة الشرعة الإسلامية، الفصل بين عمل البنك التقليدي والنافذة الإسلامية في الأنشطة والأهداف والمنتجات المصرفية)

- الحصول على الموافقة الرسمية للجهات القائمة على البنك التقليدي ممثلة في البنك المركزي والذي قد يضع شروط على البنك التقليدي يجب الالتزام بها (كإجراء دراسة جدوى لفتح نافذة إسلامية، إعداد لجنة لمتابعة الإجراءات والخطوات.....)

- تكليف إدارة الشؤون القانونية بدراسة الجوانب القانونية لعملية التحول، الآثار القانونية المترتبة والعقبات القانونية المحتملة.[2]

1- قلي أسماء وتازير ندى، فعالية الشبابيك الإسلامية لدى البنوك التقليدية من خلال عمليات التمويل والاستثمار-دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماستر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف-ميلة-، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2019-2020، ص 59

2- خطوي منير ولسلوس مبارك، النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 02، جامعة البليدة -الجزائر، 2020، ص 927

2- متطلبات شرعية :

تتمثل أهم المتطلبات الشرعية فيما يلي: [1]

- تعيين هيئة فتوى ورقابة شرعية متخصصة تشرف على تنفيذ فتح النافذة الإسلامية؛
- تعيين مدققين شرعيين داخليين للتأكد من تطبيق أهداف الرقابة الشرعية الداخلية؛
- إلغاء المعاملات المخالفة للشريعة الإسلامية في جميع صورها وأشكالها؛
- الفصل بين الموارد المالية المشروعة، وغير المشروعة.

3- متطلبات إدارية:

يتم الأخذ بالإجراءات الإدارية لفتح النافذة الإسلامية بعد تحقق المتطلبات القانونية والشرعية، وللشروع في ذلك يجب توفر المتطلبات الإدارية التالية: [2]

- تعديل عقد المصرف ونظامه الأساسي ليكون مشروعاً؛
- تعيين لجنة لإدارة عملية فتح النوافذ والتحول؛
- التهيئة المبدئية لكل العاملين بطبيعة العمل المصرفي الإسلامي؛
- تأهيل العاملين بتصميم برامج تدريبية متخصصة في العقود الشرعية، وصيغ التمويل الإسلامي، ومعايير هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.

ومن المتطلبات الإدارية الأخرى في تأسيس نافذة إسلامية ضرورة ملائمة نظام المحاسبة وطبيعة العمليات المصرفية الإسلامية من حيث الموارد والاستخدامات وتنوع الأدوات الاستثمارية، أما عن المدة الزمنية المحددة لفتح نافذة إسلامية فهي تتراوح بين بضعة أشهر إلى حدود عام على الأكثر بين(3، 6، 12 شهر) تبعا للظروف القانونية والإدارية للبنك المتحول.[3]

1- خطوي منير ولسلوس مبارك، النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مرجع سابق، ص 927

2- المرجع نفسه، ص ص 927، 928

3- قلي أسماء وتازير ندى، فعالية الشبابيك الإسلامية لدى البنوك التقليدية من خلال عمليات التمويل والاستثمار-دراسة حالة الجزائر، مرجع سابق، ص 60

ثانيا : شروط إنشاء النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية

وعليه نحدد أهم الشروط لاعتماد النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية الجزائرية على النحو التالي:[1]

1- موافقة بنك الجزائر:

يتعين على كل بنك أو مؤسسة مالية يرغب في تقديم منتجات مالية تشاركية عليه الحصول على ترخيص مسبق من بنك الجزائر لهذا الغرض، وهذا من خلال تقديم المعلومات التالية:

- بطاقة وصفية للمنتوج؛
- رأي مسؤول رقابة المطابقة داخل المصرف أو المؤسسة المالية؛
- تبيين الإجراء الواجب اتباعه لضمان الاستقلالية الإدارية والمالية للشباك عن باقي أنشطة المصرف أو المؤسسة المالية.

2- مطابقة المنتوج لأحكام الشريعة الإسلامية :

بعد الحصول على الترخيص المسبق من طرف بنك الجزائر، يتعين على المصرف أو المؤسسة المالية الحصول على شهادة المطابقة لأحكام الشريعة مسلمة من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية، وهنا يلاحظ:

أن التنظيم هنا يشير إلى أن الرقابة تقتصر على اعتماد المنتوج في البداية فقط، وأنها لا تشمل الرقابة أثناء التطبيق ولا ما بعد التطبيق، أي دون متابعة سلامة التنفيذ والذي يعرف بالتدقيق الشرعي.

3- تخصيص رأسمال مستقل ومعروف المصدر:

نص هذا النظام على ضرورة الاستقلالية المالية للنوافذ الإسلامية عن باقي فروع البنك، من خلال الفصل المالي والمحاسبي لأنشطة هذه النوافذ عن باقي أنشطة البنك، بما في ذلك إعداد ميزانية تبرز أصول وخصوم النوافذ الإسلامية، وكذا مداخيله ونفقاته ذات الصلة، بغية

1- خطوي منير ولسلوس مبارك، النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مرجع سابق، ص ص 930، 931

إبعاد أية شبهة لاختلاط رأسمال النافذة الإسلامية برأسمال البنك التقليدي الذي تفتح فيه، وتعزيزا للجانب الشرعي في الموضوع وتكريساً لعنصر الحل في تعاملات هذه النوافذ

المبحث الثاني : منهجية الدراسة الميدانية وأدواتها.

سنحاول في هذا المبحث توضيح المنهج المتبع في الدراسة والمجتمع عينة الدراسة ثم الإشارة إلى وأدواتها ومجمل الأساليب التي تم العمل عليها في المعالجة.

المطلب الأول : منهج ومجالات الدراسة.

بداية سنحاول توضيح المنهج المعتمد في الدراسة والمجالات التي شملها

أولا : منهج الدراسة

وفق الدراسة والأهداف المراد تحقيقها المتمثلة في معرفة مدى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، فإن المنهج المناسب في دراسة هذا الظاهرة هو المنهج الوصفي التحليلي، وذلك للوصول إلى تحقيق المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول المشكلة، كما يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي عليه في الواقع، وتحقيق فهم أفضل وأدق للظواهر عن طريق تحليلها وتفسيرها للوصول إلى النتائج.

ثانيا: مجالات الدراسة

تشمل مجالات الدراسة ما يلي:

– **الحدود المكانية:** تمت هذه الدراسة بالنوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية؛

– **الحدود الزمنية:** أجريت هذه الدراسة في الزمن التي تمت فيه وهو السنة الجامعية 2023-2024؛

– **الحدود الموضوعية:** العمل على تركيز استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية ؛

– **الحدود البشرية:** الموظفون في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية والتي بلغ عددهم 37 موظف؛

المطلب الثاني : مجتمع وعينة الدراسة

أولا :مجتمع الدراسة.

بما أن الهدف من الدراسة هو معرفة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر استهدفت الدراسة الأشخاص العاملين في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية .

ثانيا :عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من موظفي النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، حيث تم اختيار هذه العينة الميسرة، بتوزيع 48 استبيانا واسترجاع 37 استبيان. لذا فقد بلغ عددها 37 موظف

المطلب الثالث :أدوات وأساليب الدراسة.

أولا : أداة الدراسة:

لمناقشة اشكاليتنا والسعي لمعرفة مدى توافق الجانب النظري مع ما هو مطبق في أرض الواقع استعملنا تقنية الاستبيان الذي يعد من أكثر أدوات البحث شيوعا في مجال الدراسات والبحوث المسحية، كما قمنا بتصميمه في ضوء الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع.

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها، وبناءً على ما استفدنا منه من أدبيات الدراسة (الإطار النظري واستبيانات الدراسات السابقة) قمت بتصميم استبيان للدراسة طبقا للمحاور الأساسية المحددة في الدراسة، وقد قسمت الاستبيان إلى جزئيين نعرضها كاللاتي:

الجزء الأول يتوفر على أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة، من حيث الجنس، السن، المستوى الدراسي، الخبرة المهنية، مدى معرفة الموظف بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

كما تضمن الجزء الثاني عبارات الاستبيان ولتي تم تقسيمها إلى ثلاث محاور، حيث نجد:

➢المحور الأول متعلق استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية(المتغير المستقل)، حيث اشتمل (09) عبارات.

➢المحور الثاني متعلق بالأداء النافذة الإسلامية(المتغير التابع)، حيث اشتمل (13) عبارات.

➢المحور الثالث متعلق بمدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية حيث اشتمل (06) عبارات.

اشتمل الاستبيان ككل على (**28**)عبارات، تم صياغتها بالأسلوب الثابت الايجابي، وهذا حتى يمكن معالجتها وفقا للأساليب الإحصائية والسلم المستخدم.

- **المقياس المستخدم.**

وحتى يمكن قياس اتجاهات أفراد العينة تم إعطاء نقاط لهذه الاختيارات، بحيث أعطيت الدرجة (5) للاستجابة موافق بشدة، والدرجة (4) للاستجابة موافق، والدرجة (3) للاستجابة محايد، والدرجة (2) للاستجابة غير موافق، والدرجة (1) للاستجابة غير موافق بشدة، وتم تقسيم السلم إلى خمسة مجالات لتحديد درجة الموافقة كما يوضحه الجدول الأتي:

الجدول رقم : (3-1) مقياس ليكارت الخماسي.

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر : مراد فليون، القيادة التحويلية في تطوير مهارات الموظفين، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2018، ص 142.

ثانيا :أساليب الدراسة.

استخدمت برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: **S.P.S.S** (الإصدار 21) للقيام بعملية التحليل الإحصائي للبيانات والتوصل إلى الأهداف الموضوعة في إطار هذه الدراسة،

كما تم اعتماد مستوى دلالة (0.05) الذي يقابله مستوى ثقة (0.95) لتفسير نتائج كل الاختبارات التي تم إجراؤها.

واستخدمنا الاختبارات المعلمة لأنها اختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس **ليكارت** المستخدم في الدراسة يعتبر مقياسا ترتيبيا، كما اعتمدنا على الأساليب الإحصائية التالية:

1- اختبار التوزيع الطبيعي. Kolmogorov-Smirnov

2- قياس معامل الثبات Cronbach Alpha .

3- إختبار صدق الاتساق الداخلي Spearman .

4- التحليل الوصفي للبيانات الشخصية.

5- إختبار الفرضيات.

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية لعينة الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى تحليل العينة المأخوذة والتأكد من صحة الفرضيات من خلال مجموعة من الاختبارات.

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي وتقييم صدق الاتساق وثبات الاستبيان

عندما نقوم بجمع البيانات العملية باستعمال الاستبيان علينا التحقق من بعض المسائل المتعلقة بجمع البيانات ومن أهم هذه المسائل مايلي :

أولا : اختبار التوزيع الطبيعي

قبل أن أشرع في الدراسة قمت بتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، قمت باستخدام اختبار **كولمجروف سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov test (K-S))** وهو اختبار ضروري في حالة استخدام الاختبارات المعلمية مثل اختبار الانحدار البسيط، حيث يشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، وحتى تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حسب هذا الاختبار فلابد أن يكون مستوى الدلالة لمحاور الدراسة أكبر من (0.05) والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار.

الجدول رقم : (3-2) اختبار Kolmogorov-Smirnov للتحقق من التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

المتغير	معامل(K-S) Kolmogorov-Smirnov test	مستوى الدلالة Sig
محور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	0.123	0.168
محور أداء النوافذ الإسلامية	0.092	0.200*
محور تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	0.107	0.200*

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيم معاملKolmogorov-Smirnov لجميع محاور الاستبيان كانت قيم مرتفعة أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يؤكد أن جميع محاور الإستبيان تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما يعطي مؤشرا لإمكانية استخدام الاختبارات الإحصائية المعلمية لهذه لدراسة

ثانيا : اختبار صدق الاتساق الداخلي

نقيس مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، وفي هذا الصدد قام الطالب بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة باستخدام معاملات الارتباط **سبيرمان** Spearman بين كل عبارة من عبارات المحاور والدرجة الكلية للمحور نفسه.

- **اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول**

الجدول رقم (3-3): اختبار صدق الاتساق الداخلي لمحور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية

الرقم	العبارات	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة(SP)
1	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به	0.495**	0.002
2	يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية	0.356*	0.031

3	يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان	0.610*	0.000
4	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر	0.353*	0.032
5	يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	0.547**	0.000
6	يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة	0.632**	0.000
7	يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية	0.199	0.238
8	يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة	0.575**	0.000
9	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت	0.455**	0.005
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.		1.000	/
***:P<0.001 **:P<0.01 *:P<0.05			

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط للعبارات محصورة بين (0.632**) و(0.199) عند مستوى معنوية أقل من (0.05) الذي يعني وجود دلالة إحصائية قوية، تدل على وجود ارتباط بين جميع عبارات محور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية أما العبارة (7) كان معامل الارتباط عندها أكبر من (0.05) الذي يعني وجود دلالة إحصائية ضعيفة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وعليه فإن المحور الأول للاستبيان له معامل ارتباط مرتفع وذو دلالة إحصائية، حيث أن مستوى الدلالة (SP) أقل من مستوى المعنوية (0.05) ما يدل على وجود صدق اتساق داخلي مرتفع للاستبيان

- **اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني**

الجدول رقم (3-4): التحقق من صحة الاتساق الداخلي لمحور أداء النافذة الإسلامية.

الرقم	العبارات	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة (SP)
البعد الإستراتيجي			
1	الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز	0.554**	0.000
2	تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة	0.703**	0.000
3	تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة	0.644**	0.000
البعد التسويقي			
1	تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي	0.613**	0.000
2	تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين	0.798**	0.000
3	تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها	0.750**	0.000
4	تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها	0.893**	0.000
البعد المالي			
1	تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي	0.349*	0.035
2	تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات	0.701**	0.000
3	تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية	0.757**	0.000
البعد التجاري			
1	تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة	0.688**	0.000
2	تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد	0.790**	0.000
3	تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية	0.262**	0.117
محور أداء النافذة الإسلامية		1.000	/

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يوضح الجدول أعلاه أن المحور الثاني للاستبيان والخاص بأداء النافذة الإسلامية كذلك أن جميع معاملات الارتباط عالية وذات دلالة إحصائية حيث أن مستوى الدلالة **(Sig)** أقل من مستوى المعنوية (0.05)، أما العبارة (3) من البعد التجاري كان معامل الارتباط عندها أكبر من (0.05) الذي يعني وجود دلالة إحصائية ضعيفة في أداء النافذة الإسلامية وهذا يدل على وجود علاقة طردية بين كل العبارات وهذا يدل على صدق الاتساق الداخلي.

- **اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث**

جدول رقم (3-5) التحقق من صحة الاتساق الداخلي لمحور مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية

الرقم	العبارات	معامل الإرتباط	مستوى الدلالة(SP)
1	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية	**0.663****	**0.000**
2	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية	**0.778****	**0.000**
3	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية	**0.618****	**0.000**
4	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء	**0.786****	**0.000**
5	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية	**0.855****	**0.000**
6	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية	**0.786****	**0.000**
مدى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية		**1.000**	/

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن المحور الثالث للاستبيان والخاص بمدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية هو الآخر أن جميع

معاملات الارتباط مرتفعة وذات دلالة إحصائية وذلك راجع إلى مستوى الدلالة (**SP**) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، بعلاقة طردية بين كل العبارات ومنه يدل على صدق الاتساق الداخلي مرتفع للاستبيان.

ثانيا : اختبار ثبات الاستبيان

يقصد بالثبات قدرة المتغير أو المقياس على إعطاء نفس النتائج إذا تم تكرار القياس عدة مرات على المستجوبين وفي نفس الظروف، وهنالك عدة طرق إحصائية لقياس الثبات ومن أكثرها شيوعاً والتي سيتم اعتمادها في الدراسة الحالية هي طريقة ألفا كرونباخ (**Cronbach Alpha**)، والذي يعتبر من أشهر مقاييس الثبات الداخلي، الذي يستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة، حيث تتراوح قيمة معامل الثبات بين (0) و(1) وكلما اقتربت من الواحد كلما دل على ثبات عالٍ للمتغير أو المقياس، وكلما اقترب من الصفر دل على عدم وجود ثبات. ويوضح الجدول التالي نتائج معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة

جدول رقم(3-6) اختبار قيم معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات المتغيرات والدرجة الكلية لمحاور الاستبيان

ترتيب المحاور	عنوان المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	محور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	**9**	**0.557**
2	محور أداء النوافذ الإسلامية	**13**	**0.898**
3	محور مدى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	**6**	**0.831**
الثبات العام للاستبيان		**28**	**0.901**

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يبين الجدول أعلاه أن قيم معامل الثبات **ألفا كرونباخ** كانت مرتفعة، حيث تراوحت بين (**α**= 0.557) لعبارات محور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى (**α**= 0.898) عبارات محور أداء النوافذ الإسلامية، و(**α**= 0.831) لمحور مدى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية، أما على مستوى الدرجة الكلية للاستبيان(جميع عبارات الاستبيان فقد بلغ معامل الثبات (**α**= 0.901) وهذا يؤكد أن أداة

الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات والاستقرار وتقيس ما وضعت لقياسه، وبالتالي فهي تفي بأغراض الدراسة.

المطلب الثاني: وصف الخصائص الديمغرافية

بغرض التعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، يتناول الجزء الأول من التحليل بعض البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة، وهي الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية، مدى معرفتهم بالخدمات المصرفية الإلكترونية، وبعد هذا يتم إجراء تحليل وصفي للإجابات حيث يتم اعتماد تكرارات، النسب المئوية والرسومات البيانية للتعبير عن خصائص أفراد العينة، ثم نقوم باختبار فرضيات الدراسة.

أولا: متغير الجنس

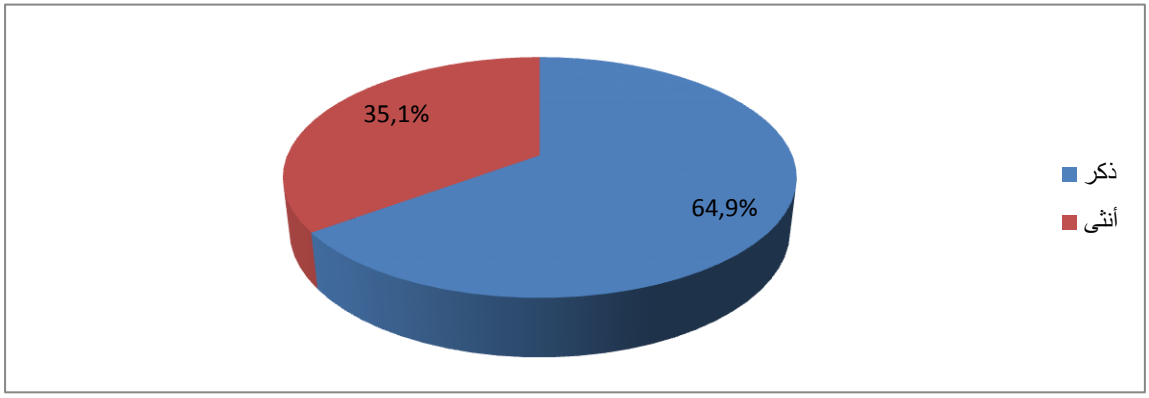
يمثل الجدول التالي تلخيصا للنتائج المتعلقة بتوزيع أفراد من عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجدول رقم (3-7) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	24	%64.9
أنثى	13	%35.1
المجموع	37	100%

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم(3-1): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، أن (24) من ذكور يمثلون ما نسبته (64.9%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، و(13) منهم يمثلون ما نسبته (35.1%) من إجمالي أفراد العينة هم الإناث وهذا ما يدل على وجود الذكور بنسبة أكبر عبر مستويات هذا القطاع مقارنة بالإناث مجال التوظيف .

ثانيا: متغير السن

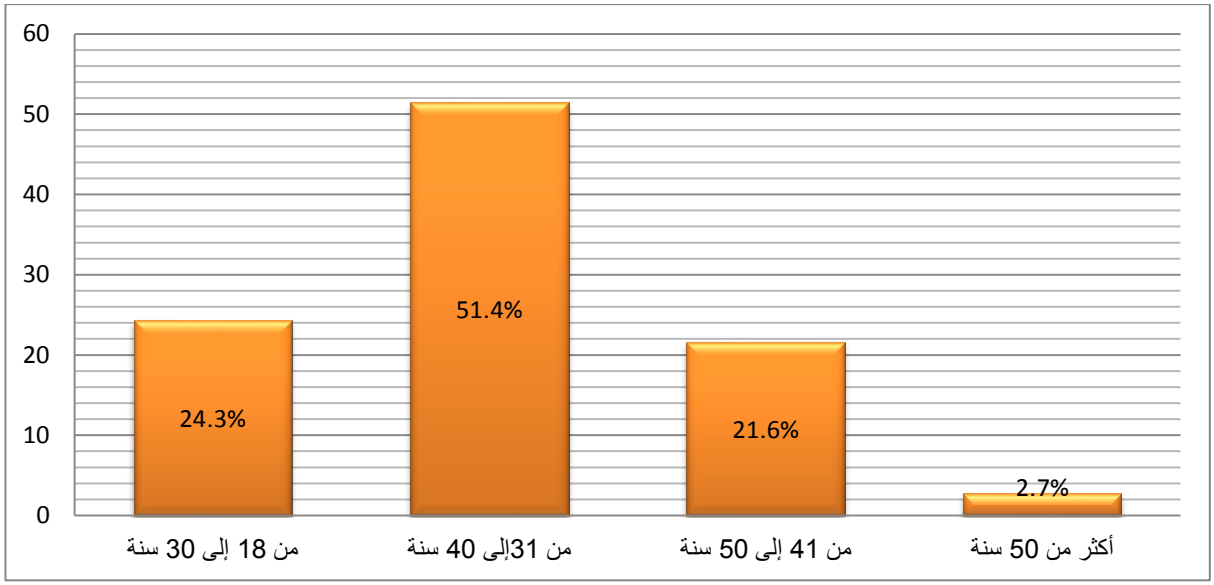
يمثل الجدول أدناه، توزيع أفراد العينة حسب متغير السن إلى أربعة فئات.

الجدول رقم: (3-8) : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
من 18 إلى 30 سنة	9	%24.3
من 31إلى 40 سنة	19	%51.4
من 41 إلى 50 سنة	8	%21.6
أكثر من 50 سنة	1	%2.7
المجموع	37	%100

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم (3-2): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية [31_40 سنة]، حيث بلغ عددهم(19) موظف وبنسبة مقدارها 51.4%، يليهم الأفراد من الفئة العمرية [18_ 30 سنة] حيث بلغ عددهم (9) موظفين وبنسبة بلغت 24.3%، ثم الأفراد الذين ينتمون إلى الفئة العمرية [41_50 سنة] بمجموع (8) موظفين وبنسبة مقداره 21.6 %، أما نسبة 2.7% فكانت للموظفين من ذوي الفئة العمرية [أكثر من 50 سنة] والمتمثل في موظف واحد (1)

وعلى ضوء هذه النتيجة تتضح الفئات العمرية المختلفة لأفراد عينة الدراسة، وإن كانت الغالبية تتراوح أعمارهم [31 _ 40 سنة]، بمعنى فئة الشباب هي الغالبة حيث يقوم هذا قطاع بتوظيف الفئات الشبابية، وهذا يعتبر عامل ايجابي إذا يعني إمكانية الاستفادة من اختلافات الفئات العمرية في تحديد استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثره على الأداء النوافذ الإسلامية حيث يعكس اختلاف الشرائح العمرية، تنوع في الاتجاهات والمعارف والقدرات والمستويات الوظيفية والخبرات، مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

ثالثا: المستوى الدراسي

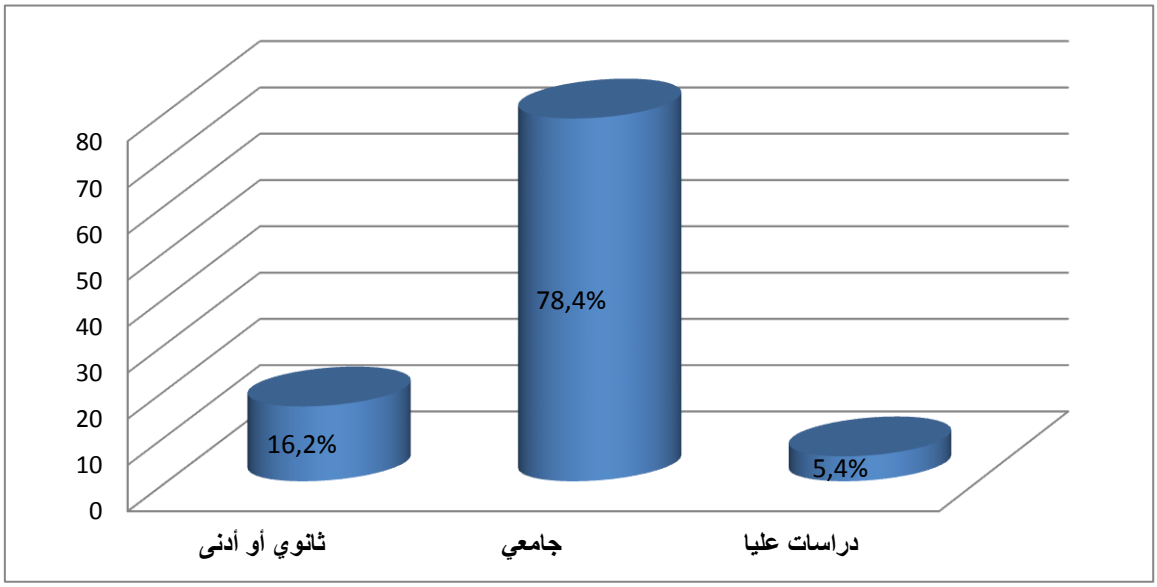
تم توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي إلى أربع فئات يلخصها في الجدول التالي:

جدول رقم (3-9): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي أو أدنى	6	%16.2
جامعي	29	%78.4
دراسات عليا	2	%5.4
المجموع	37	%100

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم (3-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن فئة مستوى **الجامعي** من الموظفين المتقصين شكلوا الفئة الأكبر في عينة الدراسة، حيث يمثلون نسبة 78.4 % من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

وعلى هذا الأساس يمكن القول، أن الموظفين الذين لهم شهادة جامعية يترجمون المستوى الدراسي الغالب على عينة الدراسة فقد بلغ عددهم(29) موظف وبنسبة مئوية بلغت 78.4%، يليهم الموظفين من حاملي شهادة الثانوي أو أدني الذي بلغ عددهم(6) موظفين بنسبة 16.2% ليأتي بعدها الموظفين حاملي شهادة دراسات عليا الذي بلغ عددهم (2) حيث يمثلون ما نسبته 5.4%، فأن غالبية الموظفين الذين يمثلون عينة الدراسة هم من حاملي شهادات الجامعية ذلك أن البنوك الإسلامية تعتمد في سياسة التوظيف على هذه النخبة من الموظفين هذا من جهة.

ومن جهة أخرى يمكن القول أن البيانات المتحصل عليها تعتبر صادقة في تحديد استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية على اعتبار أن حاملي الشهادات الجامعية يمتلكون المعرفة الكافية التي تخولهم الإجابة على عبارات الاستبيان مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

رابعا: متغير الوظيفة

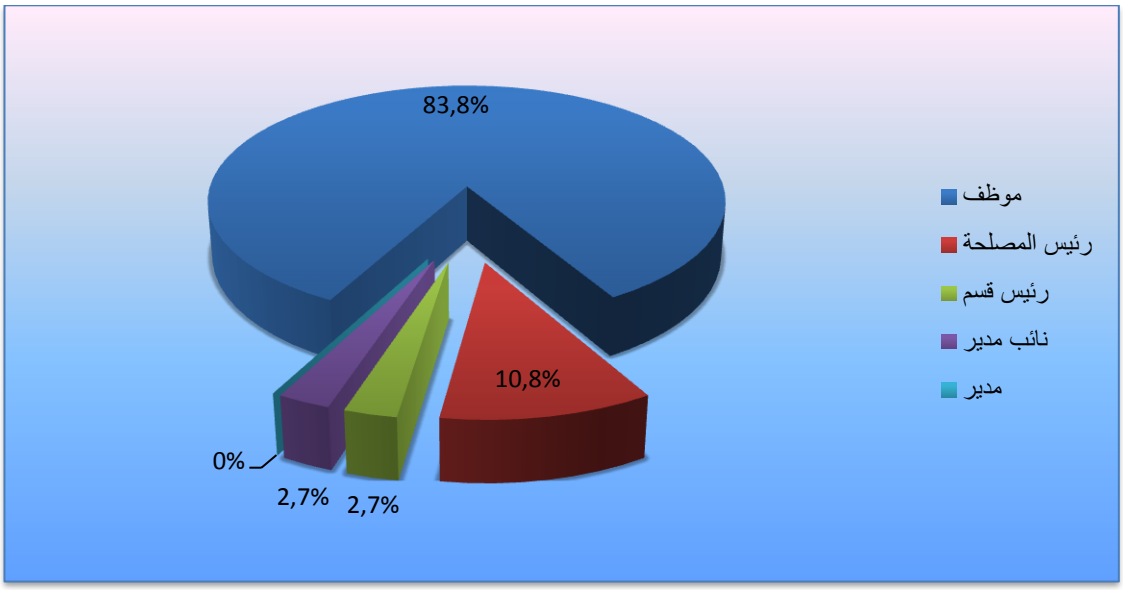
تم توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة أو المنصب إلى خمسة فئات يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم: (3-10) :توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة
موظف	31	%83.8
رئيس المصلحة	4	%10.8
رئيس قسم	1	%2.7
نائب مدير	1	%2.7
مدير	0	%0
مجموع	37	%100

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم (3-4): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

من الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يمثلون فئة الموظف حيث بلغ عددهم (31) موظف وبنسبة مقدارها 83.8%، يليهم الموظفين من فئة

رئيس مصلحة بمجموع (04) موظفين وبنسبة مقدارها 10.8%، في حين بلغ عدد الموظفين من فئة رئيس قسم ونائب المدير 01 موظف لكل فئة وبنسبة مقدارها 2.7 % من إجمالي حجم العينة مع انعدام فئة المدير

وعلى ضوء هذه النتيجة تتضح أن الوظيفة مختلفة لأفراد عينة الدراسة، وإن كانت الغالبية وظيفتهم تتمثل في موظف، وهذا دليل على وجود مختلف الوظائف بمعنى الفئة المثقفة هي الغالبة وهذا ما يعني إمكانية الاستفادة من اختلافات الوظيفة في تحديد استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية، حيث يعكس اختلاف الوظيفة تنوع في الاتجاهات والمعارف والقدرات والمستويات الوظيفية والخبرات، مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

خامسا: متغير الخبرة المهنية

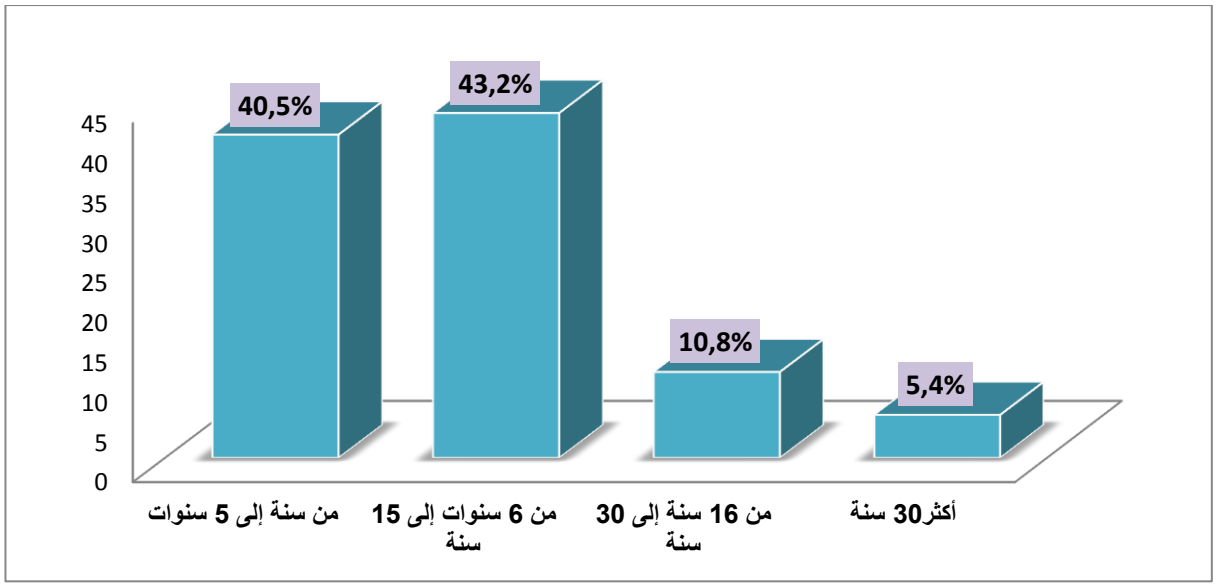
تم توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية إلى أربع فئات يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-11) :توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
من سنة إلى 5 سنوات	15	%40.5
من 6 سنوات إلى 15 سنة	16	%43.2
من 16 سنة إلى 30 سنة	04	%10.8
أكثر 30 سنة	02	% 5.4
المجموع	37	%100

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم (3-5) :تمثل أفراد عينة حسب متغير الخبرة المهنية.



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يمتلكون خبرة مهنية [من6 سنوات إلى 15سنة] حيث بلغ عددهم (16) موظف أي بنسبة مقدارها 43.2 %، يليهم الموظفين الذين تراوحت خبرتهم [من سنة إلى 5 سنوات]، حيث قدر عددهم بـ (15) موظف وبنسبة مقدارها 40.5%، ثم الموظفين الذين بلغت سنوات خبرتهم [من 16 إلى 30 سنة] إذ بلغ عددهم (4) موظفين وبنسبة 10.8 % في حين بلغ عدد الموظفين الذين يمتلكون سنوات خبرة [أكثر من 30 سنة] موظفين (02) بنسبة 5.4%

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية الأفراد الذين يمثلون عينة الدراسة في النوافذ الإسلامية محل الدراسة يمتلكون خبرة مصرفية لا بأس بها؛ بحيث يتم الاعتماد على إجاباتهم لاستخراج النتائج الدقيقة كون إجابتهم على العبارات لن تكون عشوائية بل بطريقة علمية وفهم عميق لكل عبارة من عبارات الاستبيان.

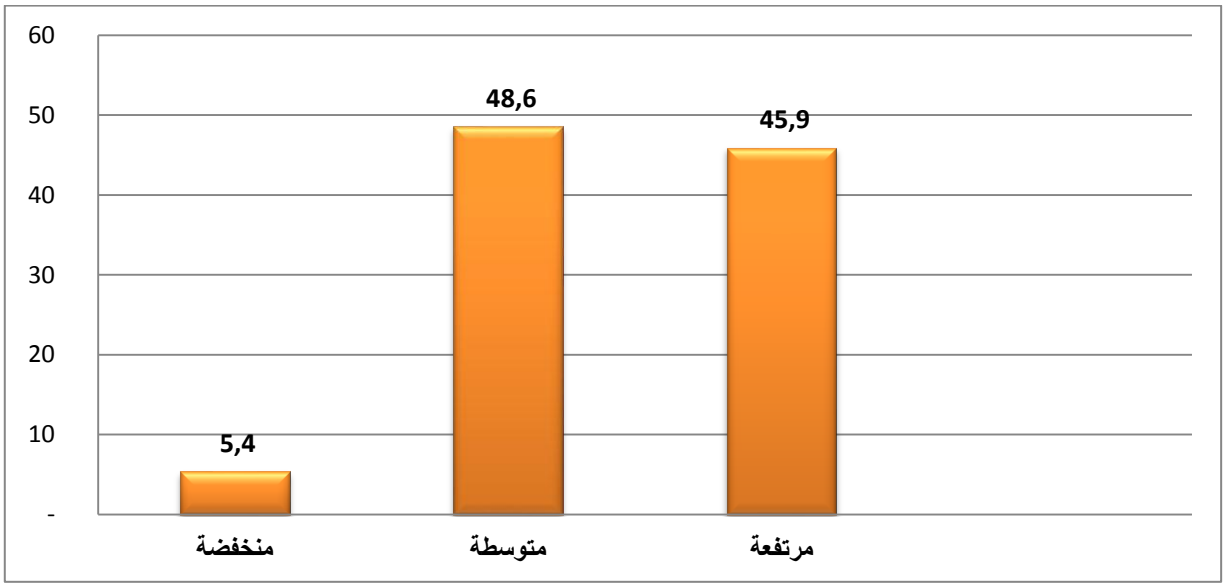
سادسا: متغير المعرفة بالمعاملات الالكترونية

الجدول رقم (3-12) :توزيع أفراد العينة حسب متغير المعرفة بالمعاملات الالكترونية.

الخبرة	التكرار	النسبة
منخفضة	2	%5.4
متوسطة	18	%48.6
مرتفعة	17	%45.9
المجموع	37	%100

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

الشكل رقم (3-6) :توزيع أفراد العينة حسب متغير المعرفة بالخدمات المصرفية الالكترونية



المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، أن أعلى نسبة من أفراد عينة الدراسة يمتلكون معرفة بالخدمات المصرفية الالكترونية حيث بلغ عددهم (18) موظف أي بنسبة مقدارها 48.6% بدرجة متوسطة، ويليهم بفارق خفيف الموظفين الذين معرفتهم بالخدمات المصرفية الالكترونية مرتفعة حيث قدر عددهم بـ (17) موظف وبنسبة مقدارها 45.9%، ثم الموظفين الذين بلغت معرفتهم بدرجة منخفضة هم البالغ عددهم (2) من موظفين أي بنسبة 5.4%، يعني أنه جاء توزيع أفراد العينة فيما يخص متغير المعرفة بالخدمات المصرفية الالكترونية بدرجة عالية

ومتوسطة بنسبة 94.5%، مما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم معرفة مقبولة بالخدمات المصرفية الالكترونية، وهذه الميزة تعطي صورة صادقة وايجابية نحو تجسيد الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة وفعالية

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

بعد الانتهاء من مناقشة النتائج لإجابات موظفي عينة الدراسة ننتقل الآن إلى اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة الميدانية

أولا: اختبار الفرضية الأولى:

الفرضية الأولى: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية من وجهة نظر موظفي النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية

لمعرفة واقع استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية من وجهة نظر موظفي النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على موظفين أفراد العينة، تحصلنا على إجاباتهم كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (3-13): اختبار صحة الفرضية الأولى باستخدام نموذج اختبار T للعينة الواحدة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة Sig
1	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به	3.73	0.902	موافق	4.920	2.006	0.000
2	يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية	3.70	1.051	موافق	4.069	2.006	0.000
3	يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان	4.08	0.795	موافق	8.271	2.006	0.000
4	استخدام الخدمات المصرفية	3.89	0.614	موافق	8.837	2.006	0.000

	الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر						
5	يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	3.73	0.838	موافق	5.295	2.006	0.000
6	يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة	3.89	0.994	موافق	5.458	2.006	0.000
7	يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية	3.27	1.097	محايد	1.499	2.006	0.143
8	يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة	3.86	0.976	موافق	5.388	2.006	0.000
9	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت	4.32	0.626	موافق بشدة	12.868	2.006	0.000
محور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية		3.8318	0.41872	موافق	12.084	2.006	0.000

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يتضح لنا من نتائج الجدول السابق أن نتيجة اختبار **T** للمحور الأول (12.084)، جاءت أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05) بمتوسط حسابي قدره (3.8318) وبدرجة موافق، وهذا ما يؤكد أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية تطبق عبر النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية إلى مستويات مقبولة جدا من وجهة نظر الموظفين ويرجع ذلك إلى امتلاك المؤسسة بنية تحتية من حواسيب، برامج، شبكات، وسائل تواصل لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية واستعمال المؤسسة موقعها على شبكة الانترنت لتوفير المعلومات.

أما على مستوى عبارات المحور الأول، كانت نتيجة اختبار **T** لعبارة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به**) بقيمة (4.920) أكبر بكثير من **T**

الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.73) وبدرجة موافق، مما يدل على أن يتم الاعتماد على **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية** في النوافذ الإسلامية من وجهة نظر الموظفين.

جاءت نتيجة اختبار **T** لعبارة **(يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية)** بقيمة (4.069) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.70) وبدرجة موافق، مما يدل على أنه **يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية** للجميع من وجهة نظر الموظفين.

في حين أن العبارة الثالثة **(يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان)** جاءت نتيجة اختبار **T** بقيمة (8.271) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (4.08) وبدرجة موافق، مما يدل على أنه **يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان** ومنه يتم التمكن من إدارة أعمال بحجم أكبر من العادي من وجهة نظر الموظفين.

تليها العبارة الرابعة **(استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر)** كانت نتيجة اختبار **T** لها بقيمة (8.837) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.89) وبدرجة موافق، مما يدل على أنه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الخامسة **(يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية)** كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (5.295) كذلك أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.73)

وبدرجة موافق، وهذا ما يؤكد أن **يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية** أي أنه هناك قبول عام من وجهة نظر الموظفين.

تتمثل العبارة السادسة **(يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة)**، وقد كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (5.458) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.89) وبدرجة موافق، بقصد أنه **يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة**، هذا ما يسمح باستغلال الخدمات الإلكترونية، وينعكس ايجابيا على رفع مستوى الثقة من وجهة نظر الموظفين.

كما أن العبارة السابعة **(يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية)** وقد كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (1.499) أقل من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أكبر من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.27) وبدرجة محايد، وعليه لا **يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية** أي ضمان الحماية المتطورة لمختلف معلومات المؤسسة من وجهة نظر الموظفين.

العبارة الثامنة **(يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة)** قد كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (5.388) اكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.86) وبدرجة موافق، وبالتالي **يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة** فتحقق السرعة المطلوبة وتوفير الوقت والجهد وتحقيق رضا العملاء.

العبارة التاسعة **(استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت)** قد كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (12.868) أكبر بكثير من T الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أكبر مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (4.32) وبدرجة موافق بشدة، مما يدل على أن **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت** من وجهة نظر الموظفين.

بناءا على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين.

ثانيا: اختبار الفرضية الثانية

الفرضية الثانية: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين.

لاختيار صحة الفرضية قام الباحث باستخدام نموذج اختبار **T** للعينة الواحدة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (3-14): اختبار صحة الفرضية الثانية باستخدام نموذج اختبار للعينة الواحدة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة Sig
البعد الاستراتيجي							
1	الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز	3.38	1.089	محايد	2.113	2,006	0.042
2	تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة	3.97	0.799	موافق	7.409	2,006	0.000
3	تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة	3.84	0.928	موافق	5.490	2,006	0.000
البعد التسويقي							
1	تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي	3.97	0.957	موافق	6.184	2,006	0.000
2	تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة	3.84	0.986	موافق	5.167	2,006	0.000

	بالمنافسين						
3	تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها	4.05	0.743	موافق	8.625	2,006	0.000
4	تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها	3.81	0.995	موافق	4.954	2,006	0.000
البعد المالي							
1	تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي	3.95	0.880	موافق	6.537	2,006	0.000
2	تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات	3.70	0.968	موافق	4.416	2,006	0.000
3	تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية	3.92	0.894	موافق	6.254	2,006	0.000
البعد التجاري							
1	تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة	4.11	0.774	موافق	8.708	2,006	0.000
2	تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد	3.78	0.976	موافق	4.886	2,006	0.000
3	تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية	4.19	0.569	موافق	12.702	2,006	0.000
محور أداء النافذة الإسلامية		3.8857	0.60314	موافق	8.932	2,006	0.000

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يتضح لنا من نتائج الجدول السابق أن نتيجة اختبار **T** للمحور الثاني (8.932) جاءت أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.8857) و بدرجة موافق، وهذا ما يؤكد وجود تحسين في مستوى الأداء النافذة الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية

بمستويات مقبولة من وجهة نظر الموظفين، ويرجع ذلك إلى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إكساب العاملين مهارات ومؤهلات لتحسين الأداء ومساهمة على رفع كفاءة أداء النافذة الإسلامية وسعيها إلى تحسين وتطوير أدائها المالي.

أما على مستوى عبارات المحور الثاني، فيما يخص البعد الإستراتيجي كانت نتيجة اختبار **T** لعبارة **(الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز)** بقيمة (2.113) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.38) ويصنف بدرجة موافق نوعا ما، هذا ما يبين ما مدى مساهمة **الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز** من وجهة نظر الموظفين.

تليها العبارة الثانية **(تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة)** قد كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (7.409) أكبر بكثير من T الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.97) وبدرجة موافق، وبالتالي تسعى النافذة الإسلامية إلى تحسين وتطوير أدائها من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الثالثة **(تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة)** كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (5.490) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.84) وبدرجة موافق، ومنه **تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الأولى من فيما يخص البعد التسويقي **(تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي)** كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (6.184) أكبر بكثير من **T** الجدولية(2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.97) وبدرجة موافق، ومنه **تحرص إدارة النافذة**

الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي من وجهة نظر الموظفين.

وتتمثل العبارة الثانية **(تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين)** وكانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (5.167) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.84) وبدرجة موافق، وعليه **تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين** من وجهة نظر الموظفين.

كما أن العبارة الثالثة **(تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها)** وكانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (8.625) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (4.05) وبدرجة موافق، ومنه **تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها** من وجهة نظر الموظفين.

وتتمثل العبارة الرابعة **(تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها)** فكانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (4.954) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.81) وبدرجة موافق، وعليه **تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الأولى من البعد المالي لهذا المحور **(تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي)** فكانت نتيجة اختبار**T** بقيمة (6.537) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة **(Sig P-Value)** كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.95) وبدرجة موافق، ومنه **تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الثانية (**تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (4.416) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.70) وبدرجة موافق، وبالتالي **تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات** من وجهة نظر الموظفين.

وتتمثل العبارة الثالثة (**تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (6.254) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.92) وبدرجة موافق، أي فعلا **تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الأولى من البعد التجاري لعبارة (**تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة**) فكانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (8.708) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (4.11) وبدرجة موافق، ومنه **تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة** من وجهة نظر الموظفين.

وجاء في العبارة الثانية (**تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (4.886) أكبر من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.78) وبدرجة موافق، أي أنه **تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد** من وجهة نظر الموظفين

وفي الأخير بخصوص العبارة (**تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (12.702) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006)، كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي

قدره (4.19) وبدرجة موافق، أي فعلا **تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية** من وجهة نظر الموظفين

بناءا على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية تحسين مستوى الأداء النافذة الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين.

ثالثا: اختبار الفرضية الثالثة:

الفرضية الثالثة: يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين.

لاختيار صحة الفرضية قام الباحث باستخدام نموذج اختبار **T** للعينة الواحدة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-15): اختبار صحة الفرضية الثالثة باستخدام نموذج اختبار T للعينة الواحدة.

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة	T المحسوبة	T الجدولية	مستوى الدلالة Sig
1	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية	3.54	0.869	موافق	3.783	2,006	0.001
2	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية	3.73	0.902	موافق	4.920	2,006	0.000
3	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية	3.97	0.645	موافق	9.177	2,006	0.000
4	استخدام الخدمات المصرفية	3.95	0.780	موافق	7.379	2,006	0.000

	الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء						
5	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية	3.89	0.843	موافق	6.438	2,006	0.000
6	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية	4.03	0.799	موافق	7.820	2,006	0.000
محور مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية		3.8514	0.59678	موافق	8.677	2,006	0.000

المصدر : من إعداد الطالب بناءا على نتائج برنامج (SPSS 21)

يتضح لنا من نتائج الجدول السابق نتيجة اختبار **T** للمحور الثالث (8.677) جاءت أكبر من **T** الجدولية (2,006) وأن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.8514) وبدرجة موافق، نستنتج وجود تأثير لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية مطبقة عبر النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية بمستويات عالية ومقبولة من وجهة نظر الموظفين ويعود ذلك إلى مساهمة توفير المؤسسة لأجهزة الحاسوب وملحقاته وتحديثها في المكاتب وكذلك مساهمة توفير المؤسسة للبرمجيات الخاصة بالتسيير وتقديم النوافذ الإسلامية لكوادرها البشرية دورات تدريبية في مجال الحاسوب ومختلف تطبيقاته في تحسين الأداء لها.

أما على مستوى عبارات المحور الثالث كانت نتيجة اختبار **T** لعبارة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية**) بقيمة (3.783) أكبر من **T** الجدولية (2,006) وأن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.54) وبدرجة موافق، مما يدل على **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات**

داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية من وجهة نظر الموظفين.

تليها العبارة الثانية (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية**) فكانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (4.920) أكبر من **T** الجدولية (2,006) كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.73) وبدرجة موافق، ومنه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية** من وجهة نظر الموظفين.

أما العبارة الثالثة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (9.177) أكبر بكثير من **T** الجدولية (2,006) كما أن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.97) وبدرجة موافق، وعليه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية** من وجهة نظر الموظفين.

تليها العبارة الرابعة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (7.379) أكبر من **T** الجدولية (2,006) وأن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.95) وبدرجة موافق، وعليه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء** من وجهة نظر الموظفين.

ثم العبارة الخامسة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (6.438) أكبر من **T** الجدولية (2,006) وأن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (3.89) وبدرجة موافق، وعليه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية** من وجهة نظر الموظفين

أما العبارة السادسة والأخيرة (**استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية**) كانت نتيجة اختبار **T** بقيمة (7.820) أكبر من **T** الجدولية (2,006) وأن مستوى الدلالة (**Sig P-Value**) كانت أقل من مستوى الدلالة (0,05)، بمتوسط حسابي قدره (4.03) وبدرجة موافق ، ومنه **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية** من وجهة نظر الموظفين.

بناءا على ما تقدم فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لمدى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية في تحسين مستوى الأداء للنوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين.

خلاصة:

تطرقت في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، وذلك بعد التوصل إلى النتائج عن طريق إتباع منهج وأدوات القيام بهذه الدراسة وجمع مختلف البيانات اللازمة من طرف أفراد عينة الدراسة والمتمثلة في استمارة الاستبيان ومعالجتها إحصائيا بواسطة **SPSS**، حيث تم القيام بتحليل وتفسير نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات والتحقق منها والخروج بمجموعة من النتائج وهي أنه يتم استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين، كما توصلت إلى أنه يتم تطبيق أبعاد الأداء في النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين .

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المالي النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية بمستويات مقبولة من وجهة نظر الموظفين ويعود ذلك إلى مساهمة النوافذ الإسلامية توفير مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية والأجهزة اللازمة منها الحاسوب وملحقاته، وقيام بدورات تكوينية للموظفي النوافذ الإسلامية في كيفية التعامل مع الخدمات المصرفية الإلكترونية ووسائله لتحسين أداء النوافذ الإسلامية.

الخاتمة

أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال في تنشيط البنوك، حيث نشأ نتيجة التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، كما أثار هذا الموضوع العديد من الدراسات والأبحاث التي توصلت إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية نظام شامل يسعى إلى تحويل من نظام الخدمة المصرفية التقليدية إلى نظام الخدمات الإلكترونية الحديثة، الذي كان له انعكاس على مختلف المعاملات التجارية والصناعة المصرفية التي يقوم بها القطاع البنكي خاصة، وبالتالي لابد من أن نؤكد على أن الاندماج في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية ضرورة لابد منها.

وعالجت هذه الدراسة إشكالية مدى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر، حيث تعد الخدمات المصرفية الإلكترونية أهم مكونات البنية التحتية للعمل البنكي، يسعى لتحقيق الهدف المنشود وهو تحسين الأداء البنكي، وذلك من خلال عملية التقييم التي من خلالها يتم اكتشاف نقاط القوة والضعف وتحديد أي وجود للانحرافات وتفسيرها تفسيرا واضحا وتحديد طرق العلاج منها، حيث يوجد علاقة وثيقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والأداء الحسن في تطوير البنوك الإسلامية حتى تستطيع بلوغ أهدافها.

أولا :نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

الفرضية الأولى: تم إثبات صحة الفرضية الأولى التي نصت أنه يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية من وجهة نظر موظفي النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، فقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية من خلال الفصل الثالث، يدل أن إدارة النافذة الإسلامية توفر الإمكانيات اللازمة واستخدام أجهزة ذات تقنيات عالية ووسائل دفع حديثة، ولديها موظفين مؤهلين لاستخدام التكنولوجيا في العمليات المصرفية.

الفرضية الثانية: تم إثبات صحة الفرضية الثانية التي نصت على أنه يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية

من وجهة نظر الموظفين، فقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية من خلال الفصل الثالث أيضا، تدل أن تطبيق أبعاد أداء في النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية فهو عبارة عن مقياس ومؤشرات تستعمل لقياس الأهداف الرئيسية المتوقع تحقيها، كما أن تطبيق أبعاد أداء النوافذ الإسلامية هو انعكاس لكيفية استخدام هذه الأخيرة للموارد المادية والبشرية واستغلالها بأقل التكاليف لتحقيق أهدافها المالية والاجتماعية.

الفرضية الثالثة: تم إثبات صحة الفرضية الثالثة التي نصت على انه :يوجد مستوى ذو دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية من وجهة نظر الموظفين، فقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية من خلال الفصل الثالث، حيث تبين أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وأداء النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية باستعمال برنامج الإحصائي **spss** ووصلنا إلى أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحسين أداء النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، توجد علاقة طردية بينهما.

ثانيا :نتائج الدراسة.

-الخدمات المصرفية الإلكترونية تهدف إلى سرعة في إنجاز العمليات البنكية.

-تسعى النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية إلى تطوير منظومته ومواكبة التطورات في مجال الاتصال والمعلومات.

-يبقى عامل الثقة هو الحلقة المفقودة في التعامل مع المصارف الإسلامية.

- تعتمد النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية على الخدمات المصرفية الإلكترونية المتاحة في تعاملاتها المصرفية.

- هناك غموض في استقلالية المالية والمحاسبية للنوافذ الإسلامية عن البنك التقليدي الذي ينتمي إليه

-وجود علاقة طردية بين كل من الخدمات المصرفية الإلكترونية وأداء النوافذ الإسلامية بفروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية، مما يدل على أنه هناك تأثير إيجابي وفعال بينهما.

ثالثا :اقتراحات الدراسة.

من خلال ما تم التطرق له ضمن هاته الدراسة وبعد التعمق فيه، سنحاول تقديم مجموعة من المقترحات تتمثل في:

- تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية وعصرنة النوافذ الإسلامية بأحدث وسائل الدفع والتسوية الحديثة لتتمكن من الحصول على أفضل خدمة للعملاء بصفة سريعة ودقيقة.

- العمل على نشر الوعي المصرفي بين العملاء لأنه يلعب دور كبير في تفعيل دور الخدمات المصرفية الإلكترونية.

- ضرورة وضع آليات حديثة ومتطورة لتحسين أداء البنوك الإسلامية في ظل نهج الصيرفة الإلكترونية

- تنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية والاهتمام بتفعيلها لتلبة رغبات الزبائن وكسب رضاهم

- ضرورة تفعيل الظوابط الرقابية وتكييف القوانين لتأمين العمليات المصرفية الإلكترونية مع إنشاء جو من الطمأنينة والثقة لعملاء بأنه لا يوجد خطر على أموالهم عند استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.

- ضرورة ترقية المستوى التكويني لمواردها البشرية والإطارات من خلال ضمان التدريب والتأهيل

رابعا : أفاق الدراسة:

إن مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية واسع ولا يزال الكثير من الغموض بخصوص هذا المجال، وعلى ضوء نتائج الدراسة المقدمة والمقترحات، يمكن الطالب من الآفاق هذه الدراسة مايلي:

– إجراء الدراسة باستخدام طرق وأساليب أخرى من أجل ضبط نتائج الدراسة بخصوص دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك والنوافذ الإسلامية؛

– دراسة الموضوع في بيئة مالية مفتوحة ومختلفة عن بيئة الدراسة الحالية، وبمعايير تقييم للأداء في ظل تطورات الخدمات المصرفية الإلكترونية تمتاز بنوع من الوضوح؛

– السعي إلى تعميم آليات الخدمات المصرفية الإلكترونية لتسهيل الاستفادة من الخدمات المصرفية الإلكترونية لتحسين الأداء البنوك أو النوافذ الإسلامية وبأكثر واقعية.

قائمة المصادر

والمراجع

القرآن الكريم :

1. سورة البقرة

أولا : الكتب :

2. إبراهيم الكراسنة، البنوك الإسلامية : الإطار المفاهيمي والتحديات، معهد السياسات الاقتصادية، صندوق النقد العربي، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2013.

3. أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، – لبنان، 2006.

4. أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، مصر، 2018.

5. قادري محمد الطاهر وجعيد البشير وكاكي عبد الكريم، المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول، الطبعة الأولى، مكتبة حسن العصرية، للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2014.

6. محمد محمود العجلواني، البنوك الإسلامية أحكامها، مبادئها، وتطبيقاتها المصرفية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2008.

7. مراد فيلون، القيادة التحويلية في تطوير مهارات الموظفين، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2018.

8. مسلم في صحيحه

9. شهاب أحمد سعيد العزعزي، دارة البنوك الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن ط3، 2011.

10. وسيم محمد الحداد وشقيري نوري موسى ومحمود إبراهيم نور وطالح طاهر الزرقان، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،الأردن، 2012

ثانيا : المجلات والدوريات:

11. إبراهيم أوراغ ومحمد السعيد مزياني، أنواع العمليات المصرفية التقليدية والإلكترونية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 5، العدد 03، جامعة باتنة –الجزائر–،2018.

12. إيمان بومود وعواطف مطرف وشافية شاوي، ابتكارات التكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء البنوك الإسلامية العربية، مجلة رؤى الاقتصادية، المجلد 10، العدد01، جامعة باجي مختار، عنابة،– الجزائر–، أوت 2020.

13. العياطي جهيدة ومحمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية–تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر–، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد 03، المجلد 02، جامعة محمد بوضياف –المسيلة، – الجزائر–،2017.

14. بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا العدد 03، جامعة الشلف– الجزائر–.

15. بلمهدي يوسف، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية، المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي، العدد 03،– الجزائر–، 2018 .

16. حلايلي نريمان وبن بوزيان محمد، دور خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17، العدد 01،– الجزائر–، 2022.

17. حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى، الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمات المصرفية–دراسة إستطلاعية لعيينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية–، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد 07، العدد01،– الجزائر–، 2021.

18. خطوي منير ولسلوس مبارك، النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 13، العدد 02، جامعة البليدة –الجزائر، 2020

19. دحاك عبد النور، إشكالية إنشاء شبابيك الصيرفة الإسلامية في البنوك الجزائرية: بين الوضعية البنكية والمعيارية الشرعية، مجلة إقتصاد شمال إفريقيا، المجلد 18، العدد 28، جامعة تيزي وزو– الجزائر–، 2022.

20. ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلد 17، العدد26، جامعة الشلف– الجزائر–، 2021.

21. زكي محلوس وحنان بقاط و دوه محمد يزيد، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط–بنك–وكالة الوادي، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة الوادي – الجزائر–،2021.

22. سهى مفيد أبو حفيظة وأحمد سفيان تشي عبد الله، إنشاء النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية في فلسطين"الفرص والتحديات'، مجلة بيت المشورة، العدد11،–قطر– أكتوبر 2019.

23. سوسن زيرق وسارة علالي، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر– دراسة ميدانية–، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد04، العدد1، جامعة الشهيد حمة الاخضر بالوادي– الجزائر–، جوان 2019.

24. طهراوي أسماء، تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية الجزائرية واقع وتحديات، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة أبو بكر بلقايد –تلمسان، المجلد 05، العدد 02،– الجزائر–، ديسمير 2022.

25. عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، العدد 01– الجزائر–، نوفمبر 2001.

26. عمارية بختي وكمال بن موسى، البنوك الإسلامية في الجزائر بين العائد والمخاطرة، دراسة مقارنة بين بنك السلام الجزائر وبنك دبي الإسلامي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، جامعة جيجل–الجزائر–، أكتوبر 2018.

27. فرج الله أحلام وحمادي مراد، دراسة واقع وآفاق تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر وفق الإصلاحات المصرفية 2018–2020، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السابع ، العدد 01، جامعة سطيف –الجزائر، أفريل 2021

28. محمد الأمين باكو ومناد خديجة، تحديات النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية–حالة الجزائر–، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 05، العدد 02، جامعة الجيلالي ليابس– الجزائر–، 2022.

29. محمد تقرورت، متطلبات تنشيط العمل المصرفي الإلكتروني في الدول العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد07، جامعة الشلف– الجزائر–، سبتمبر 2012.

30. محمد عبد الحليم عمر، معايير تقويم أداء البنوك الإسلامية، مجلة كلية العلوم الإسلامية – الصراط–، جامعة الأزهر، السنة السادسة، العدد 11، 2005.

31. مخوخ رزيقة، أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، المجلد 07، العدد 02،جامعة المسيلة– الجزائر–، 2022.

ثالثا : الأطروحات والرسائل:

●الأطروحات :

32. بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر(دراسة الواقع و الأفاق)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011–2012.

33. دغنوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، حالة البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016–2017

34. رعد حسن الصرن، طريقة جديدة لدراسة جودة الخدمات في القطاع المصرفي (دراسة مقارنة بين بعض المصارف السورية والأردنية)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة دمشق.

35. رمضاني زينب/ مومني، إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2018-2019.

36. عبد الرحمان عبد القادر، فعالية نظام التمويل الإسلامي في مواجهة آثار الأزمة المالية العالمية، أطروحة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، 2016.

●الرسائل :

37. رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، رسالة ماجيستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.

38. سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء-دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة، رسالة ماجيستار، كلية علوم الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر -فلسطين-، 2015.

39. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجيستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016.

●مذكرات:

40. إبراهيم كريمة وتامري فاطمة، تحليل وتقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية الجزائرية-دراسة حالة بنك السلام الجزائر-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبن خلدون -تيارت-، 2021-2022.

41. إسحاق تواتي وعبد الباسط دهيمي، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة سطيف، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج-2020-2021.

42. إيناس عروال وسلمى رحيل حلوي، تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 - قالمة، 2022-2023.

43. بعوش سعاد وزعنون سهام، تجربة الصيرفة الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية- دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت 540-، مذكرة ماستر، جامعة إبن خلدون -تيارت-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022-2023

44. بكوش صديق، دراسة واقع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية الجزائرية-دراسة حالة في بنك BDL، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2018-2019.

45. بن عبد الله سندس، دور الصيرفة الإسلامية في استقطاب الأموال بالبنوك العمومية الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020-2021.

46. حجابي إيناس وسلطاني هالة، دور الخدمات البنكية في تحسين أداء البنوك التجارية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة قالمة- مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2020-2021.

47. حنان دويدة وسماح بعداش، دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك الخليج الجزائر-وكالة جيجل-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل،2018-2019.

48. خالد حمزة، النوافذ الإسلامية كآلية لتبني الصيرفة الإسلامية -دراسة تحليلية واستشرافية للقطاع المصرفي الجزائري، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف-ميلة، 2020-2021.

49. خولة جفال وصبرينة ناجح، واقع وأفاق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير، جامعة العربي تبسي-تبسة، 2019-2020.

50. رتيبة بركبية، تقييم أداء البنوك التقليدية والإسلامية-دراسة مقارنة بطريقة العائد والمخاطرة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة الجزائري-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-، 2013-2014.

51. ريغي أم الخير، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر -الطور الثاني-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، 2021-2022.

52. شكيرو أميرة وعزيز راوية، تقييم أداء البنوك الإسلامية وفق نظام CANELS –دراسة حالة مقارنة بين بنك دبي ومصرف الإمارات، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة، 2020-2021.

53. عثماني صبرينة ولكتيلة حنان، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في الرفع من أداء البنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف – المسيلة–، 2021-2022.

54. عربي مروى وعبد الرزاق خديجة، تطوير الخدمات المصرفية كآلية لزيادة رضا الزبون– دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة –زريبة الوادي–، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، 2021-2022.

55. قلي أسماء وتازير ندى، مذكرة ماستر، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف–ميلة–، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2019-2020.

56. مالكي عبد الكريم وبن صالح مبارك، آليات تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية–حالة بنك البحرين الإسلامي خلال الفترة (2011-2016)، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية –أدرار–، 2016-2017.

57. مورادي سعيدة، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمؤمول–دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية–وكالة أدرار–، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية –أدرار، 2018-2019.

58. نبيل بلقيدوم ومحمد الطاهر بنين وعبد الغاني بنين، تقييم أداء النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية –دراسة حالة : القرض الشعبي الجزائريCPA (وكالة الوادي 322)، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي.2021-2020.

59. نصيرة بن شهيدة، مؤشرات تقييم الأداء في البنوك الإسلامية –دراسة حالة بنك البركة الجزائري–، مذكر ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم–، 2014-2015.

60. هارون مسعودي، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2011-2012 .

الملاحق

الملحق رقم 01 الاستبيان الموجه لعينة الدراسة

سيدي المحترم/ سيدتي المحترمة، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

يقوم الطالب بانجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " **استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر– دراسة حالة النوافذ الإسلامية في فروع البنوك العمومية الجزائرية لولاية المدية –**"، وللوصول إلى نتائج دقيقة للبحث قام الطالب بتصميم هذا الاستبيان، لذا نأمل في تعاونكم بتعبئة هذا الاستبيان فضلا وليس أمرا، بكل موضوعية وحيادية حتى يؤدي الغرض المعد من أجله، ويساعدنا على الوصول إلى تحديد **مدى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لتحسين أداء البنوك الإسلامية في الجزائر** ،كما نعلمكم بأن هذا الاستبيان لا يحوي معلومات شخصية، ضمانا للحيادية وإبداء الرأي بحرية.

في الأخير تقبلوا أسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام.

ملاحظة: يرجى بوضع إشارة (×) في المربع الذي يتفق مع رأيكم.

من إعداد الطالب : **تحت إشراف الأستاذ:**

- بلحياني محمد **– د. بن لكحل محمد أمين**

الجزء الأول : بيانات عامة.

1– الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2– السن :

18 -30 سنة ☐ 31-40 سنة ☐ 41- سنة 50 ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3– المستوى الدراسي:

ثانوي أو أدنى ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

4– الوظيفة :

موظف ☐ رئيس مصلحة ☐ رئيس قسم ☐ نائب مدير ☐ مدير ☐

5– الخبرة المهنية:

من سنة إلى 5 سنوات ☐ من 6 إلى 15 سنة ☐ من 16 إلى 30 سنة ☐ أكثر من 30 سنة ☐

6– مدى معرفة الموظف بالخدمات المصرفية الإلكترونية :

منخفضة ☐ متوسطة ☐ مرتفعة ☐

الجزء الثاني: فقرات الاستبيان

	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
المحور الأول: استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية						
01	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به					
02	يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية					
03	يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان					
04	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر					
05	يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية					
06	يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة					
07	يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية					
08	يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة					
09	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت					
المحور الثاني: أداء النافذة الإسلامية						
البعد الاستراتيجي						
01	الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز					
02	تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة					
03	تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة					
البعد التسويقي						
01	تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي					
02	تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين					
03	تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها					
04	تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها					
البعد المالي						
01	تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي					
02	تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات					
03	تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية					
البعد التجاري						
01	تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة					
02	تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد					
03	تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية					
المحور الثالث: مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية						
01	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية					
02	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية					
03	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية					
04	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء					
05	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية					
06	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية					

الملحق رقم 02: جدول اختبار التوزيع الطبيعي

Tests of Normality

المحاور	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور الأول: استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	,123	37	,168	,941	37	,049
المحور الثاني: أداء النافذة الإسلامية	,092	37	,200*	,969	37	,379
المحور الثالث: مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	,107	37	,200*	,958	37	,172

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

الملحق رقم 03: اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول:

المحور الأول: استخدام بالخدمات المصرفية الإلكترونية			
Spearman's rho	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به	Correlation Coefficient	,495**
		Sig. (2-tailed)	,002
		N	37
	يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية	Correlation Coefficient	,356*
		Sig. (2-tailed)	,031
		N	37
	يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان	Correlation Coefficient	,610**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر	Correlation Coefficient	,353*
		Sig. (2-tailed)	,032
		N	37
	يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	Correlation Coefficient	,547**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة	Correlation Coefficient	,632**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية	Correlation Coefficient	,199
		Sig. (2-tailed)	,238
		N	37
	يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة	Correlation Coefficient	,573**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت	Correlation Coefficient	,455**
		Sig. (2-tailed)	,005
		N	37

	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	37

الملحق رقم 04: اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني:

المحور الثاني: أداء النافذة الإسلامية			
Spearman's rho	الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز	Correlation Coefficient	,554**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة	Correlation Coefficient	,703**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة	Correlation Coefficient	,644**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي	Correlation Coefficient	,613**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين	Correlation Coefficient	,798**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها	Correlation Coefficient	,750**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها	Correlation Coefficient	,893**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي	Correlation Coefficient	,349*
		Sig. (2-tailed)	,035
		N	37
	تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات	Correlation Coefficient	,701**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية	Correlation Coefficient	,757**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة	Correlation Coefficient	,688**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37

	تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد	Correlation Coefficient	,790**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية	Correlation Coefficient	,262
		Sig. (2-tailed)	,117
		N	37
	أداء النافذة الإسلامية	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	37

الملحق رقم 05 :اختبار صدق الاتساق الداخلي للمحور الثالث:

المحور الثالث: مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية			
Spearman's rho	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية	Correlation Coefficient	,663**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية	Correlation Coefficient	,778**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية	Correlation Coefficient	,618**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء	Correlation Coefficient	,786**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية	Correlation Coefficient	,855**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية	Correlation Coefficient	,786**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	37
	مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	37

الملحق رقم 06 :اختبار ثبات الاستبيان

المحور الاول: استخدام بالخدمات المصرفية الإلكترونية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,557	9

المحور الثاني: أداء النافذة الإسلامية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	13

المحور الثالث: مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	6

الاستبيان

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	28

الملحق رقم 07: وصف الخصائص الديمغرافية

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	24	40,0	64,9	64,9
	أنثى	13	21,7	35,1	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من 18 –30 سنة	9	15,0	24,3	24,3
	من 31–40 سنة	19	31,7	51,4	75,7
	من 41– سنة 50	8	13,3	21,6	97,3
	أكثر من 50 سنة	1	1,7	2,7	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

المستوى الدراسي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي أو أدنى	6	10,0	16,2	16,2
	جامعي	29	48,3	78,4	94,6
	دراسات عليا	2	3,3	5,4	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

الوظيفة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موظف	31	51,7	83,8	83,8
	رئيس مصلحة	4	6,7	10,8	94,6
	رئيس قسم	1	1,7	2,7	97,3
	نائب مدير	1	1,7	2,7	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

المهنية الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	من سنة إلى 5 سنوات	15	25,0	40,5	40,5
	من 6 إلى 15 سنة	16	26,7	43,2	83,8
	من 16 إلى 30 سنة	4	6,7	10,8	94,6
	أكثر من 30 سنة	2	3,3	5,4	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

مدى معرفة الموظف بالخدمات المصرفية الإلكترونية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	منخفضة	2	3,3	5,4	5,4
	متوسطة	18	30,0	48,6	54,1
	مرتفعة	17	28,3	45,9	100,0
	Total	37	61,7	100,0	
Missing	System	23	38,3		
Total		60	100,0		

الملحق رقم 08: اختبار الفرضية الأولى

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به	37	3,73	,902	,148
يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية	37	3,70	1,051	,173
يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان	37	4,08	,795	,131
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر	37	3,89	,614	,101
يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	37	3,73	,838	,138
يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة	37	3,89	,994	,163
يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية	37	3,27	1,097	,180
يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة	37	3,86	,976	,161
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت	37	4,32	,626	,103
استخدام بالخدمات المصرفية الإلكترونية	37	3,8318	,41872	,06884

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يتطلب جهدا ذهنيا في التعامل به	4,920	36	,000	,730	,43	1,03
يوجد خوف من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها حديثة التقنية	4,069	36	,000	,703	,35	1,05
يتم الاستفادة من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي وقت وفي أي مكان	8,271	36	,000	1,081	,82	1,35
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سهل لا يحتاج مساعدة من شخص آخر	8,837	36	,000	,892	,69	1,10
يوجد شعور بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	5,295	36	,000	,730	,45	1,01
يوجد شعور بالثقة أكثر عند استخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة	5,458	36	,000	,892	,56	1,22
يوجد خوف من التعرض للسرقة والقرصنة الإلكترونية	1,499	36	,143	,270	-,10	,64
يوجد إقبال كبير على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية في الآونة الأخيرة	5,388	36	,000	,865	,54	1,19
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يسهل المعاملات التجارية عبر الأنترنت	12,868	36	,000	1,324	1,12	1,53
استخدام بالخدمات المصرفية الإلكترونية	12,084	36	,000	,83183	,6922	,9714

الملحق رقم 09: اختبار الفرضية الثانية

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز	37	3,38	1,089	,179
تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة	37	3,97	,799	,131
تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة	37	3,84	,928	,153
تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي	37	3,97	,957	,157
تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين	37	3,84	,986	,162
تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها	37	4,05	,743	,122
تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها	37	3,81	,995	,164
تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي	37	3,95	,880	,145
تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات	37	3,70	,968	,159
تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية	37	3,92	,894	,147
تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة	37	4,11	,774	,127
تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد	37	3,78	,976	,160
تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية	37	4,19	,569	,094
أداء النافذة الإسلامية	37	3,8857	,60314	,09916

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الظروف المحيطة والوسائل المساعدة متوفرة أمام القيام بأداء جيد ومتميز	2,113	36	,042	,378	,02	,74
تحرص النافذة الإسلامية على استقطاب كفاءات من الأفراد لتوفير بيئة عمل مناسبة	7,409	36	,000	,973	,71	1,24
تقوم النافذة الإسلامية بالإبداع والتطوير من جودة الخدمات المصرفية عن طريق أفكار إبداعية وفريدة	5,490	36	,000	,838	,53	1,15
تحرص إدارة النافذة الإسلامية على عقد دورات تدريبية للعاملين لتعرفيهم بأهمية الإبداع التسويقي	6,184	36	,000	,973	,65	1,29
تستخدم النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تقديم خدماته مقارنة بالمنافسين	5,167	36	,000	,838	,51	1,17
تقوم النافذة الإسلامية بدراسة خدماتها المقدمة بغرض تطويرها	8,625	36	,000	1,054	,81	1,30
تتبع النافذة الإسلامية أساليب حديثة في تسويق الخدمات المصرفية بطرق إبداعية تجعل الزبون وفيا لها	4,954	36	,000	,811	,48	1,14
تأخذ النافذة الإسلامية بعين الاعتبار أرباحها عندما يقوم بتقييم أدائها مالي	6,537	36	,000	,946	,65	1,24
تسعى النافذة الإسلامية لتقليل تكاليف إجراء العمليات	4,416	36	,000	,703	,38	1,03
تسعى النافذة الإسلامية إلى زيادة النمو الإجمالي في العوائد السنوية	6,254	36	,000	,919	,62	1,22

تسعى النافذة الإسلامية لتقديم تقارير واضحة ودقيقة	8,708	36	,000	1,108	,85	1,37
تسعى النافذة الإسلامية للاستجابة لمتطلبات الزبائن من حيث النوع في الوقت المحدد	4,886	36	,000	,784	,46	1,11
تسعى النافذة الإسلامية لتوفير السرية والأمان في معاملاتها التجارية	12,702	36	,000	1,189	1,00	1,38
أداء النافذة الإسلامية	8,932	36	,000	,88565	,6846	1,0868

الملحق رقم :10: اختبار الفرضية الثالثة:

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية	37	3,54	,869	,143
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية	37	3,73	,902	,148
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية	37	3,97	,645	,106
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء	37	3,95	,780	,128
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية	37	3,89	,843	,139
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية	37	4,03	,799	,131
مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	37	3,8514	,59678	,09811

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من المعاملات داخل النافذة الإسلامية ذات التكلفة العالية، وإمكانية تلفها وضياعها يسبب مشاكل النافذة الإسلامية	3,783	36	,001	,541	,25	,83
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة أرباح النافذة الإسلامية السنوية	4,920	36	,000	,730	,43	1,03
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في تنويع وتطوير الخدمات المصرفية	9,177	36	,000	,973	,76	1,19
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء	7,379	36	,000	,946	,69	1,21
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في زيادة القدرة التنافسية للنافذة الإسلامية	6,438	36	,000	,892	,61	1,17
استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساهم في الحفاظ على السرية والأمان في المعاملات التجارية	7,820	36	,000	1,027	,76	1,29
مدي تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء النوافذ الإسلامية	8,677	36	,000	,85135	,6524	1,0503