

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

رقم:

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير

فرع: علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
إعداد الطلبة:
- زبيري حميدة
- فايد سميحة

تحت عنوان:

دور الشبابيك (النوافذ) الإسلامية في تحسين رضا
الزبون

دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د.....

مشرفا ومقررا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د. رحماني سناء

مناقشا

جامعة محمد بوضياف المسيلة

د.....

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على
أشرف الخلق سيدنا محمد بن عبد الله النبي
الكريم وعلى آله وصحبه أجمعين.

لقد كان من عظيم فضل الله تبارك وتعالى
علي، أن هيا الأسباب لي لأكون من تعداد
الطلبة الذين أشرفت عليهم الدكتور رحمانى
سناء مشرفة ومعلمة، وأنه لمن دواعي
سروري أن أتقدم بوافر الشكر والتقدير إلى
بنك السلام الذي يبخل علينا بالمعلومات
الكافية لإنجاز هذه المذكرة.

ومن جوهر الواجب أن تقدم بوافر الشكر
والتقدير والاحترام إلى قامات العلم
والمعرفة، والذين رفعوا على كاهلهم أمانة
العلم والتعليم، والنهوض والرقى بـ
الأمة البشرية والإدارية، من: أساتذتي طوال
سنوات ومراحل تعليمي وإلى أعضاء هيئة
التدريس بالكلية، والأساتذة المحكمين لأدوات
القياس، وإلى كل من قدم لي النصـ
ح والتوجيه والمعونة، ومد لي يد العون في
إنجاح هذه الدراسة، وإنجازها وفقاً لمتطلبات
البحث العلمي من عينة الدراسة.

وختاماً أتمنى من الله عز وجل أن تكون
دراستي هذه محل قبوله وعون لعبادته ونفع
الله بها البلاد والعباد.

إهداء

الحمد لله الذي أنار لي طريقي وكان خير عون لي الحمد لله
أهدي ثمرة جهدي إلى من حصد الأشواك ليمهد لي طريق العلم
والمعرفة إلى القلب الكبير أطال الله عمره وألبسه
ثوب الصحة والعافية (أبي).

إلى من مجبها رعتي وعلى الفضائل ربتي إلى من كان
دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي، فكانت
الشمعة التي أضأت لي دربي أعز الناس على قلبي
عسى يحفظها لي ربي (أمي).

إلى من دفعني إلى إتمام مشواري الدراسي وكان سنداً
لي في عملي هذا وفي حياتي حفظه الله لي ولأولادي (زوجي)
إلى أولادي رزق الله، أنس، أنيس.

إلى من أحبهم إلى آخر نبض في حياتي إخوتي وأخواتي
إلى كل الأهل والأقارب

إلى كل الزميلات والأساتذة التي كانت عوناً لنا في هذا العمل.

فايد سميحة

الإهداء

إلى الجزائر الحبيبة وشعبها العظيم

إلى منبر العلم والمعرفة ومدرسة التربية والأخلاق الأولى....

الوالدين الكريمين

إلى من انتظر هذه اللحظات وبذل الغالي والنفيس أياماً وسنوات

إلى من تراود مسامعي عباراته، ومن تتحسس أناملتي مصافحة يده،

وتلتبس تضاريس وجهه، ومن تشعر بروحي بوهج حبه وعطفه.

إلى روح والدي الطاهرة.

سائلاً الله عز وجل له الرحمة والمغفرة وأن يسكنه الفردوس الأعلى صحبة

النبي الكريم والشهداء والصحابه والصديقين وحسن أولئك رفيقاً.

وإلى من تترقب عودتي، ونذرت عمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر،

وطررتها في ظلام الدهر على سراج الأمل بلا فتور أو ملل من أجل

فرحتي ولم تبخلني بالدعاء

إلى والدي الغالية أطل الله عمرها وقدرني على طاعتها.

وإلى من أنستني غربتي في دراستي وشاركتني همومي تذكراً وتقديراً

إلى من سارت معي نحو الحلم... خطوة بخطوة

بذرنه معاً... وحصدناه معاً.

إلى أختي العزيزة

وسنبقى معاً..... بإذن الله

ولدي سيرين وعبد الحميد

إلى سند ظهري وعزوتي ورياحين حياتي إخواني، جمعني الله وإياكم

على حبه وطاعته وقدرنا على رضاه ثم رضا والدينا

والدعاء لوالدنا بالرحمة والمغفرة.

وإلى جميع أصدقائي ورفاقي ممن تخرذا كرتي بمواقفهم المشرفة وصحبهم

المنثمرة إلى كل من ساعدني في مسيرتي العلمية وفي إنجاز هذا العمل.

مع فائق التقدير والاحترام أهديكم رسالتي هذه.

فہرست المحتویات



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وعرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول والأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للشبابك الإسلامية ورضا الزبون	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: النوافذ الإسلامية
08	المطلب الأول: مفهوم النوافذ الإسلامية
11	المطلب الثاني: أهداف النوافذ الإسلامية وخصائصها
14	المطلب الثالث: دوافع فتح النوافذ الإسلامية
15	المطلب الرابع: المنتجات المقدمة في النوافذ الإسلامية
18	المطلب الخامس: تحديات النوافذ الإسلامية.
22	المبحث الثاني: رضا الزبون
22	المطلب الأول: تعريف رضا العميل المصرفي
25	المطلب الثاني: خصائص رضا الزبون
27	المطلب الثالث: مراحل رضا الزبون
29	المطلب الرابع: أساليب قياس رضا الزبون
33	المطلب الخامس: السلوكيات الناجمة عن رضا الزبون
الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: تقديم مؤسسة محل الدراسة الميدانية
37	المطلب الأول: لمحة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية
42	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
47	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
47	المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

59	المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات
59	المطالب الأول: نتائج الدراسة الميدانية
66	المطلب الثاني: اختبار الفرضية العامة للدراسة
69	خلاصة الفصل
71	الخاتمة
74	قائمة المراجع
–	الملاحق
–	الملخص

فہرست المجردات



فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	48
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	48
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	49
04	توزيع أفراد العينة حسب متغير قطاع النشاط	50
05	توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك	50
06	درجات مقياس رنسيس ليكارت (Rensis Likert) الخماسي	52
07	محاور الاستبيان وأبعاده	52
08	المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.	55
09	الاتساق الداخلي لعبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية	55
10	الاتساق الداخلي لعبارات رضا الزبون	56
11	نتائج اختبار ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة.	57
12	نتائج اختبار Guttman Split-Half Coefficient	58
13	نتائج اختبار Shapiro-Wilk	60
14	المحك المعتمد في الدراسة للاستبيان.	60
15	العبارات المتعلقة بمحور خدمات النوافذ الإسلامية	61
16	العبارات المتعلقة رضا الزبون	63
17	نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج)	66
18	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (معنوية معالم النموذج)	67

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
28	مراحل رضا الزبون	01
31	مختلف أدوات التوجيه للزبائن	02
33	استجابات السلوكية والانفعالية للرضا	03
46	الهيكمل التنظيمي العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR	04

مقرنة

مقدمة

شهد الربع الأخير من القرن العشرين توجه العديد من البنوك إلى إنشاء نوافذ أو شبابيك تقدم خدمات وصيغ تمويلية وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية، وانتشرت بشكل كبير خاصة بعد الأزمة المالية الاقتصادية التي اجتاحت العالم سنة 2008، ثم نمت وتطورت النوافذ أو الشبابيك الإسلامية حتى أصبحت لها أهمية لا تعد.

حيث عرفت ظاهرة فتح النوافذ أو الشبابيك الإسلامية في البنوك الربوية انتشاراً واسعاً خصوصاً بعد النجاح الكبير الذي حققته البنوك الإسلامية في مختلف أرجاء العالم، وبهذا أصبح من الضروري على البنوك التقليدية في الجزائر مسايرة هذا التطور من أجل المساهمة في تعبئة أكثر للمدخرات المالية وفتح المجال أمام الأفراد للاستفادة من خدمات الصيرفة الإسلامية.

حيث تعد النوافذ أو الشبابيك الإسلامية خطوة تمهيدية لممارسة البنوك التقليدية للعمل المصرفي الإسلامي، فقد أسهمت بشكل جيد في الصناعة المالية الإسلامية بشكل يتناسب مع البنوك التقليدية، التي لم تقرر بعد التحول بشكل كامل إلى النظام المصرفي الإسلامي وترغب في المحافظة على العملاء الحاليين وجذب المزيد من العملاء الجدد.

تكمن أهمية إنشاء النوافذ أو الشبابيك الإسلامية في تطوير وزيادة حجم التمويلات والاستثمارات الإسلامية والسيطرة على حصة السوق المصرفية وتحقيق أرباح إضافية ولا ننسى حاجة شريحة كبيرة من العملاء الذين يدون التعامل بصيغة تمويلية مطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية.

إن التوجه البنوك التقليدية إلى آلية النوافذ أو الشبابيك الإسلامية يعتبر اعترافاً ضمناً لاستقرار وتفوق البنوك الإسلامية، لكن تعتبر مسألة تطوير النوافذ أو الشبابيك

إلى فروع مستقلة، وفروع إلى بنوك إسلامية وصولاً إلى نظام مصرفي إسلامي يستوجب من الباحثين إبراز كفاءة العمل بالصيغ الإسلامية، وتبين وتوضح القواعد والأسس التي تضبط سيرورة عمل هاته النوافذ أو الشبابيك مع توفير كل التسهيلات من المسؤولين والجهات المعنية، ومن هذا المنطلق يمكن طرح إشكالية الدراسة كالتالي:

1- إشكالية البحث:

عرفت ظاهرة فتح النوافذ أو الشبابيك الإسلامية في البنوك الربوية خلال نهاية القرن الماضي إنتشاراً واسعاً، خصوصاً بعد النجاح الكبير الذي حققته البنوك الإسلامية في مختلف أرجاء العالم وبهذا أصبح من الضروري على البنوك الربوية التقليدية في الجزائر مسايرة هذا التطور من أجل المساهمة في تحسين رضا الزبون ورفع ثقته في هذه الفروع.

وعليه وتبعاً لما تم ذكره سابقاً يمكن معالجة موضوع البحث من خلال طرح السؤال الرئيسي كالتالي:

ما هو دور النوافذ الإسلامية أو الشبابيك في تحسين رضا الزبون؟

ويتفرع على هذا الإشكال الرئيسي تساؤلات أخرى من أهمها:

1- ما هو مفهوم فتح النوافذ الإسلامية وما الخصائص التي تضبطها.

2- ما هي الدوافع والاسباب الكامنة وراء فتح نوافذ إسلامية؟

3- ما هي التحديات التي تواجه آلية فتح النوافذ أو الشبابيك الإسلامية؟

4- هو يؤدي فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية إلى تحسين رضا الزبون؟

5- ما هي أساليب قياس رضا الزبون؟

6- ماهي السلوكيات الناجمة عن رضا الزبون؟

7- ما هي أهم الصيغ التمويلية الممارسة على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" ؟

2- فرضيات الدراسة:

1. تساهم النوافذ أو الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون.
2. الخدمات المالية توفرها النوافذ أو الشبابيك الإسلامية ترقى إلى المستوى المطلوب في بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR".
3. إن الأخذ بأسلوب النوافذ الإسلامية هي خطوة مشجعة نحو التحول إلى بنك إسلامي قائم.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في حرص الكثير من المؤسسات المصرفية والمالية التقليدية على تبني عمل المصرفي الإسلامي، بعد أن لاحظت الإقبال الكبير على التعامل به، وذلك من خلال التواجد في أسواقه وبأشكال متعددة وإحساس البنوك التجارية التقليدية بقوة التيار المطالب بأسلمة التعاملات المصرفية، وحرصها على منافسة البنوك الإسلامية في جذب الودائع واكتساب قاعدة أكبر من العملاء، فقامت بفتح فروع أو شبابيك أو نوافذ لتقديم الخدمات المصرفية وفق أحكام الشريعة الإسلامية، وقد تزايد عدد هذه الفروع باستمرار طيلة سنوات الماضية في ظل المنافسة والعولمة حتى في الدول الغربية ذلك لخدمة عملائها من العرب والمسلمين.

4- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إيضاح وتحليل النقاط التالية:

- توضيح مفهوم النوافذ الإسلامية والأسباب والدوافع لإنشائها.
- توضيح مفهوم رضا وخصائص الزبون، وأساليب قياس رضا الزبون.
- الاطلاع على آلية عمل هاته النوافذ على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR".

5- أسباب اختيار موضوع:

- إن اختيار موضوع الدراسة يرجع إلى الأسباب التالية:
- 1- الأهمية الكبيرة التي يحظى بها الموضوع.
 - 2- حداثة الموضوع وقلة الدراسة في هذا المجال.
 - 3- بعد الموضوع البنوك التقليدية والنوافذ الإسلامية من المواضيع الهامة في الوقت الراهن.
 - 4- موضوع العمل بآلية النوافذ الإسلامية في الجزائر هو توجه نادت به بعض الجهات الرسمية والمتخصصون في الاقتصاد.

6- حدود الدراسة:

لهذه الدراسة حدود مكانية وزمنية تتمثل في:

- 1- الحدود المكانية: بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR".
- 2- الحدود الزمانية: فترة الدراسة من فيفري 2022 إلى غاية 11 جوان 2022.
- 7- منهج الدراسة:

من أجل معالجة وتحليل إشكالية موضوع دراستنا اعتمدنا على:

- المنهج الوصفي: وهذا المنهج هو أكثر استعمالا في الفصل الأول نظراً لمتابعة التعريفات الواردة في النوافذ الإسلامية ورضا الزبون وكذا الخصائص الضابطة لها ووصف آلية عملهم.
- المنهج التحليلي: وهذا عند إيراد وتحليل النتائج ويظهر هذا المنهج متجليا في الفصل الثاني.

8- هيكل البحث:

لمعالجة الإشكالية فقد تناولنا في بحثنا بعنوان دور النوافذ أو الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون، فصلين وقد قسمنا الفصل الأول إلى مبحثين؛ المبحث الأول يتحدث عن النوافذ الإسلامية والمبحث الثاني يتحدث عن رضا الزبون. أما الفصل الثاني؛ فتطرقنا فيه إلى الجانب التطبيقي. أنهيت الدراسة بخاتمة تتضمن ملخصاً عاماً حول الموضوع وفي الأخير نرجو أن نكون قد أصبنا ووفقنا ولو بالقدر القليل في اختيارنا لهذا الموضوع ومعالجته.



الفصل الأول الإطار النظري

للتبائين الإسلامية ورضا الزبوي

تمهيد

تزامنا مع مرحلة إنتشار البنوك الإسلامية، قامت العديد من البنوك التجارية بإنشاء وحدات إسلامية متخصصة، وفتح نوافذ أو شبابيك لتقديم منتجات تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية إلى جانب المنتجات التقليدية لعدة دوافع بغية التفوق على نظيرتها البنوك التقليدية وافتكاك حصص سوقية، وهو ما استوجب على صانعي السياسات المصرفية في البنوك التقليدية صياغة خطة تحول نحو العمل المصرفي الإسلامي والمتطلبات الواجب توفرها، والتي تختلف بحسب البيئة القانونية والتنظيمية من دولة لأخرى، إذا سنتطرق في المبحث الأول من الفصل الأول إلى مفاهيم عامة حول النوافذ الإسلامية

المبحث الأول: النوافذ الإسلامية

تعتبر النوافذ الإسلامية خطوة تمهيدية لممارسة البنوك التقليدية العمل المصرفي الإسلامي، وبغض النظر عن دوافع البنوك التقليدية الرغبة في العمل بالنوافذ الإسلامية إلا أنها أسهمت بشكل جيد في الصناعة المالية الإسلامية وبشكل يتناسب مع البنوك التقليدية، التي لم تقرر بعد التحول بشكل كامل إلى النظام المصرفي الإسلامي، وترغب بالمحافظة على العملاء الحاليين وجذب المزيد من العملاء الجدد.

المطلب الأول: مفهوم النوافذ الإسلامية

1- لغة: نافذة من نفذ، النفاذ والجواز وجواز الشيء والخلوص منه، تقول نفذت أي جزت، وقد نفذ ينفذ نفاذاً ونفوذاً، ورجل نافذة في أمره ونفوذ ونفاذ: ماض في جميع أمره، وأمره نافذ أي مطاع، وفي الحديث بر الوالدين الاستغفار لهما وإنفاذ عهدهما أي إمضاء وصيتهما وما عهد اليه قبل موتهما، ومنه الحديث المحرم: إا أصاب أهله ينفذان لوجههما، ابي يمضيان على حالهما ولا يبطلان حجهما، يقال رجل نافذ في أمره أي ماض، ونفذ السهم فيها ينفذها نفذاً ونفاذاً: خالط جوفها ثم خرج طرفه من الشق الآخر وسأره فيه، ويقال نفذ السهم الرمية ينفذ نفاذاً، ونفذ الكتاب إلى فلان نفاذاً ونفوذاً، وأنفذته أنا، وتنفيذه مثله، وطعنه النافذة، منتظمة الشقين.

2- اصطلاحاً:

تعددت التعاريف حول مفهوم النوافذ الإسلامية، فقد عرفها البعض بأنها الفروع التي تنتمي إلى البنوك التجارية وتمارس جميع الأنشطة المصرفية طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية¹.

ويعرفها البعض بأنها قيام البنك التجاري بتخصيص جزء أو حيز من الفرع التجاري لكي يقدم المنتجات المصرفية الإسلامية إلى جانب ما يقدمه هذا الفرع من منتجات التقليدية².

¹ حسين حسين شحاتة، الضوابط الشرعية للفروع والمعاملات الإسلامية بالبنوك التقليدية، مجلة الاقتصاد الإسلامية، بنك دبي الإسلامي، الإمارات، العدد 240، يونيو 2001، ص 33.

² رحمانى أحمد، جبور محمد، النوافذ الإسلامية كآلية للتوجه نحو الصيرفة الإسلامية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، تلمسان، العدد 1، 2020، ص 74-75.

الفصل الأول — الإطار النظري للشبابك الإسلامية ورضا الزبون

يمكن أن تكون النافذة الإسلامية بحكم التعريف دائرة أو قسم أو حتى شركة تمويل منفصلة أنشأتها مؤسسة مالية تقليدية تقدم منتجات وخدمات إسلامية للعملاء الذين يفضلون التمويل الإسلامي على التمويل التقليدي.

كما عرفت بأنها " إدارات مستقلة داخل مؤسسات الصيرفة التقليدية ذات هيئات شرعية تقوم بإجازة منتجاتها ومراقبتها".

ويلاحظ من هذا التعريف تركيزه على الاستقلال الإداري لهذه النوافذ في ل إدارة المصرف التقليدي ورقابة الهيئات الشرعية المختصة فضلا عن ضرورة الإشارة إلى خضوعه لأحكام وقوانين النافذة.

وعرفها بعضهم أنها " وحدات إسلامية في الفروع التقليدية أو مقار رئيسية، تكون متخصصة في بيع المنتجات والخدمات الإسلامية دون غيرها".

تعني النوافذ الإسلامية عموماً أن تقوم البنوك التجارية بتخصيص جزء أو مساحة في الفروع التجارية لتقديم الخدمات المصرفية الإسلامية، وكذلك تقديم الخدمات التقليدية؛ تهدف هذه الطريقة في المقام الأول إلى تلبية احتياجات بعض العملاء الذين يرغبون في التعامل مع النظام المصرفي الإسلامي حتى لا تتحول إلى صفقة مع البنوك الإسلامية¹.

من التعاريف السابقة يمكن تحديد مفهوم النوافذ الإسلامية بأنها كيان مالي مملوكة لبنك تقليدي، مستقلة في نشاطها عن نشاطات البنك الأم، تقوم بجذب المدخرات واستثمارها وتقديم الخدمات المصرفية طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية تحت رقابة هيئات شرعية مختصة وفي ظل القوانين النافذة.

ومن هذه التعاريف نستطيع أن نستكشف عناصر النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية بشكل عام وهذه العناصر هي:

¹ سندس ربحان باهي، دراسة واقع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2017-2018، ص 44.

الفصل الأول _____ الإطار النظري للشبابيك الإسلامية ورضا الزبون

- تكوين النافذة لقسم أو شعبة أو وحدة تابعة إداريا للبنك أو لفرعه التقليدي وهذا العنصر يبرز كذلك من الناحية المكانية في النافذة إذ يتطلب أن تكون النافذة مرتبطة مكانيا بالبنك.
- تخصيص مبلغ معين ليكون رأسمال النافذة أو لمجموعة النوافذ في البنك التجاري، بحيث تستطيع النافذة تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية بهامش من الاستقلالية عن رأسمال البنك التجاري.
- ممارسة الصيرفة الإسلامية، ويشمل هذا العنصر قيام النافذة الإسلامية بكافة أعمال البنوك الإسلامية المعروفة، حيث تتصرف من حيث تقديم الخدمات كأنها بنك إسلامي مستقل.
- الخضوع لرقابة وإشراف هيئة رقابة شرعية خاصة بالنافذة التي يتم تشكيلها من قبل البنك التجاري الذي تتبعه النافذة، بغض النظر عن عدد أعضاء الهيئة مادام يزيد على ثلاثة أشخاص من المختصين في الأمور الشرعية ومن الذين لهم الخبرة في المجالات المصرفية.
- الخضوع لأحكام القانون، إذ ينبغي أن تكون النافذة خاضعة وملتزمة بأحكام القوانين النافذة في البلاد التي تعمل فيها دون أن تخالف أحكام الشريعة الإسلامية في تعاملها المصرفي وهذا العنصر ضروري لإضفاء الصفة القانونية على عمل النافذة وعدم تعرضها للمسائلة القانونية¹.

¹ أحمد خلف حسين الدخيل، النوافذ الإسلامية في المصارف الحكومية العراقية، دراسة اقتصادية إسلامية، المجلد 19، العدد 3، ص 53-54.

المطلب الثاني: أهداف النوافذ الإسلامية وخصائصها

1- أهداف النوافذ:

يمكن إجمال أهم أهداف النوافذ الإسلامية، كما بينها الكثير من الباحثين فيما يلي:

- العناية بمقاصد الشريعة من إعمار الأرض وتحقيق التوزيع العادل للثروة حتى لا تكزن دولة بين الأغنياء.
 - استبدال الحلال بالحرام في المعاملات المصرفية.
 - توسيع قاعدة المشاركة في الاقتصاد.
 - إعادة النظام الإسلامي للحياة الاقتصادية.
 - تحقيق الربح وفق منهج المشاركة ووفق التوجه الإسلامي.
 - تشجيع الاستثمار ومحاربة الاكتناز عن طريق إيجاد فرص عدة للاستثمار وصيغ تتناسب مع الأفراد والشركات.
 - تحقيق تضامن فعلي بين أصحاب الفوائض المالية وأصحاب المشروعات المستخدمين لتلك الفوائض، وذلك بربط عائد المودعين بنتائج التوظيف الأموال لدى هؤلاء المستخدمين ربحاً أو خسارة، وعدم قطع المخاطرة وإلقائها على طرف دون آخر.
 - مساعدة المتعاملين معها على أداء فريضة الزكاة على أموالهم والقيام بدورها في المشاركة التنموية الاقتصادية.
 - تنمية القيم العقائدية والأخلاقية في المعاملات وتنشيتها لدى المعاملين والمتعاملين معها.
- وتتنوع الأهداف والدواعي للبنوك التي ترغب بفتح فروع إسلامية ومن هذه الأهداف ما يلي:

- نجاح المصارف الإسلامية أدى فتح باب المنافسة بينها وبين المصارف التقليدية التي دخلت هذا السوق من أجل تحقيق أرباح وجذب الموارد محاولة جذب عملاء جدد للبنك بتطبيق هذه الآليات والمحافظة على عملاء البنك السابقين.
- اختيار تجربة المصارف الإسلامية وتقويمها من خلال إنشاء فروع إسلامية في البنوك التقليدية.
- إتباع سياسة التدرج في التجول من النظام المصرفي التقليدي إلى النظام المصرفي الإسلامي¹.

2- خصائص النوافذ الإسلامية:

- تتميز الفروع الإسلامية في المصارف التقليدية ببعض الخصائص التي تميزها عن باقي الفروع التقليدية في تلك المصارف ومن أهم الخصائص ما يلي²:
- 1- يخضع العديد من الفروع الإسلامية لمراقبة شرعية أو هيئة رقابة شرعية أو ما يسمى أحيانا بالمستشار الشرعي والذي يجب أن يطمئن من سلامة كل المعاملات ويعطي شهادة بذلك تنشر مع قوائم المالية.
 - 2- حسابات الاستثمار في الفروع الإسلامية تتضمن تنظيم العلاقة بين الفرع الإسلامي والعميل على أساس عقد المضاربة الشرعية، أما في الفروع التقليدية فالعلاقة بين الفرع والعميل علاقة دائن ومدين.
 - 3- تمارس فروع المعاملات الإسلامية جميع الأنشطة المصرفية ومنها على سبيل المثال: الخدمات المصرفية الاستثمارات والتمويل ويضاف إليهما أنشطة الخدمات الاجتماعية مثل تحصيل الزكاة وصرفها، ومنح القروض الحسنة والمساهمة في التنمية الدينية والدعوة الإسلامية.

¹ نجيب سمير حريس، النوافذ الإسلامية في البنوك الربوية من منظور الإسلامي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 14، العدد 2، الأردن، 2014، ص 146.

² فهد الشريف، الفروع الإسلامية التابعة للمصارف الربوية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، مؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي جامعة لأم قرى، مكة المكرمة، 30 ماي - 02 جوان 2005، ص 14.

- 4- التبعية للبنوك التجارية من حيث التكيف القانوني والملكية، حيث تظهر ضمن إطار الخريطة التنظيمية للبنك التجاري والذي يملك كذلك فروعاً تعمل وفقاً للطريقة التقليدية.
- 5- طبيعة عمل الفروع الإسلامية وجميع الأنشطة التي تقوم بها يراعي فيها أن تكون متفقة مع أحكام الشريعة وكذلك الفتاوى والقرارات والتوصيات الصادرة عن هيئات ومجالس ومجامع الفتوى المعاصرة المعنية بالمصارف الإسلامية.
- 6- تهدف فروع المعاملات الإسلامية إلى تحقيق مجموعة من الأغراض المختلفة والتي يمكن إيجازها في الآتي:

- تطبيق أحكام ومبادئ الشريعة في مجال الأعمال المصرفية.
- جذب شريحة من المتعاملين والمحافظة على المتعاملين.
- المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- اكتساب الخبرات في المجالات المصرفية الإسلامية.

- 7- يجب أن يلتزم العاملون في فروع المعاملات الإسلامية بالقيم الإيمانية واستشعار أن عملهم عبادة وطاعة ورسالة وليست وظيفة تقليدية لأنهم يطبقون شرع الله عز وجل، كما يجب أن يتحلوا بالأخلاق الفاضلة مثل الأمانة والصدق والإخلاص والعفة والنزاهة والعزة والعزيمة والمروءة والتسيير والتسهيل، لأن ذلك من خلف المسلم في كل أعماله منها عمله في الفرع الإسلامي، كما يضاف إلى ما سبق أن يكون سلوكهم حسناً منبعثاً من الحب والآخرة والتعاون على البر والتقوى¹.

¹ حسين حسين شحاتة، مرجع سابق، ص 150-151.

المطلب الثالث: دوافع فتح النوافذ الإسلامية

1- دوافع عقائدية:

تطلق البنوك الإسلامية على أساس عقائدي يختلف عن البنوك التجارية، حيث يقوم على مبدأ الاستخلاف بأن ملكية المال هو الله سبحانه وتعالى وللإنسان بالوكالة، ويعتبر العمل بأحكام الشريعة الإسلامية جزء من الإيمان وترك الربا والتخلص منه من أهم الأسباب تحول البنوك التقليدية إلى بنوك إسلامية لتحقيق الإيمان بهذا المفهوم، فالبنوك تستمد أساسها العقائدي من الشريعة الإسلامية وهو ما يعني أنها لها ايدولوجية تخلف عن البنوك التقليدية في إطار عام بحكمها الالتزام بالشريعة الإسلامية¹.

2- دوافع شرعية:

يعتبر سعر الفائدة كعامل ديني هو الدافع المباشر في تنمية الوعي الإسلامي الذي ساهم في انتشار الصيرفة الإسلامية في البلدان العربية الإسلامية وغير الإسلامية وتحول أعمل المصرفية من الربوي إلى الإسلامي بما يتوافق والشريعة الإسلامية ومثال ذلك تحويل النظام المصرفي في السودان بأكمله إلى النظام الإسلامي.

3- دوافع اقتصادية:

إضافة على الدوافع العقائدية والشرعية لتأسيس البنوك التقليدية نوافذ المعاملات الإسلامية هناك دوافع أخرى اقتصادية تتمثل في النقاط التالية:

- تلبية احتياجات العملاء من المنتجات المصرفية وأساليب الاستثمار المتوافقة وأحكام الشريعة الإسلامية.

- انخفاض معدل المخاطرة وتحقيق أرباح إضافية خاصة وأن العمل المصرفي الإسلامي يمثل مصدرا لمضاعفة الربحية من عوائد عمليات التمويل مقارنة بالتمويل التقليدي².

¹ عبد اللطيف جناحي، استراتيجية البنوك الإسلامية وأهدافها، بحوث مختارة من المؤتمر العام الأول للبنوك الإسلامية، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، ط1، مصر، ص13.

² سامر مظهر نطنجي، صناعة التمويل في البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، دار شعاع للنشر والعلوم، حلب، سوريا، ص166.

- ضعف تدخل البنوك التقليدية في السوق المصرفية وعجزها عن مواجهة منافسة البنوك الأخرى وتحول العديد من العملاء عنها نحو البنوك الإسلامية، مما زاد من انتشار المؤسسات الإسلامية بشكل كبير، حيث بلغت إجمالي أصول البنوك الإسلامية عالمياً بين عامي (2006-2010) نسبة 24% مقابل 15% للمصرفية التقليدية وزادت قروض البنوك الإسلامية بنسبة 25% مقابل 15% للمصارف التقليدية وارتفعت ودائعها بنسبة 21% مقابل 17% للتقليدية¹.
- تزايد أخطار عولمة صناعة المصرفية التي لها أثر سلبي كبير على أداء البنوك التقليدية أين ستظهر إلى مواجهة أحد ثلاثة الاحتمالات التالية:

- * الإغلاق تجنباً للخسائر الفادحة المتوقعة أو الإفلاس.
- * الاندماج مع بعض البنوك المحلية أو الإقليمية أو العالمية.
- * التحول في اتجاه أسلمة معاملاتها والالتزام بأحكام وقوانين البنوك الإسلامية.

المطلب الرابع: المنتجات المقدمة في النوافذ الإسلامية

أولاً: جميع أعمال التمويل والاستثمار الموافقة للشريعة وتقف في مقدمة الأعمال التي أجازها المشرع للنوافذ الإسلامية صفقات التمويل والاستثمار في مختلف المشاريع والأنشطة والقطاعات عن طريق التمويل بما يأتي²:

1/ المشاركة: وهي شركة بمال وعمل على أن يكون ربح العمل جزءاً مشاعاً معلوماً كالنصف وغيره حسب اتفاق الطرفين وأن يكون ضمان المال إذا هلك أو تمت خسارته على صاحب المال.

2/ السلم: وهو شراء الأجل لسلع موصفة وصفاً عاماً مقابل ثمن مدفوع مقدماً بالكامل، ويمثل السلم مصدراً مهماً من مصادر أو وسائل التمويل الإسلامي خاصة فيما يتعلق

¹ بدون ذكر المؤلف، البنوك الإسلامية، مجلة إتحاد البنوك العربية، بيروت، لبنان، العدد، 737 كانون الأول 2011، ص 11.

² بدرة بن تومي: أثر تطبيق المعايير المحاسبية الدولية على العرض والافصاح في القوائم المالية للمصارف الإسلامية، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص دراسات مالية ومحاسبة معقدة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2019، ص 8.

الفصل الأول — الإطار النظري للشبابيك الإسلامية ورضا الزبون

بالمنتجات الزراعية ك شراء الثمار ودفع ثمنها للمزارع قبل نضجها، ومع ذلك فإن يثير الكثير من المشاكل في التطبيق.

3/ الاستصناع: وهو عقد وارد على العمل والعين في الذمة، وهو أنواع إما أن يشترط المصرف المستعمل عمل من استعمله ولا يعين ما يعمل منه، أو أن يشترط المصرف عمل من استعمله ولكن يعين ما يعمل منه، أو أن لا يشترط المصرف عمل من استعمله ولكنه لا يعين ما يعمل منه وهو من العقود التي لها تطبيقات واسعة في الوقت الحاضر.

4/ الإجازة: وهي قيام النافذة أو المصرف الإسلامي بشراء الآلات أو الأدوات التي يحتاجها مشروع معين من أجل زيادة طاقته الإنتاجية على أن يقوم المشرع باستئجارها من المصرف أو النافذة مقابل مبلغ محدد يدفع بصورة دورية ولمدة معينة وبعد إنتهاء مدة الإيجار إما يمتلك المشروع الأدوات الموجودة أو تلقي في ملكية المصرف أو النافذة الإسلامية.

5/ المساومة: وهو نوع من أنواع البيوع به مبادلة السلعة المباعة بما يتراضى العاقدان بصرف النظر عن الثمن الأول الذي اشترت به السلعة وهو من البيوع التي شاع استخدامها في المصارف الإسلامية، إذ يطلب فيه العميل من المصرف أو النافذة الإسلامية شراء سلعة معينة له فيقوم المصرف أو النافذة بشرائها من طرف الثالث بسعر يتم تحديده من خلال التفاوض والمساومة بين المصرف وصاحب السلعة دون تدخل من العميل، ويقوم العميل بعد انتهاء الصفقة بشراء السلعة من المصرف (المالك الجديد لها) ودفع ثمنها بالتقسيط للمصرف¹.

6/ الوكالة: وهي عقد يقيم الموكل بمقتضاه شخصاً آخر مقام نفسه في تصرف جائز معلوم، والوكالة أنواع تتوفر بعض تطبيقاتها المعروفة في الفقه الإسلامي في تعاملات المصارف ونوافذ الإئتمان والكمبيالة أو التطهير التوكيلي والصرف بشكل جزئي أو بمعدلات منخفضة في الاعتماد المستندي وخصم الأوراق التجارية والاعتماد بالقبول والتحويلات المصرفية.

¹ حميدي حنان: النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية: مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019-2020، ص 43.

7/ الحوالة: وهي عملية مصرفية بناءً على طلب المصدر يتم فيها نقود أو رصيد من حساب إلى آخر للأمر نفسه أو لمستفيد آخر في المصرف نفسه، أو في مصرف آخر وما يتبع ذلك من تحويل العملة إلى عملة أخرى أو أمر بدفع يصدره وسيط بقصد تنفيذ أمر وارد، وتنقسم الحوالة المصرفية على قسمين الحوالة الصادرة والحوالة الواردة، وبصرف النظر عن التكيف الفقهي لهذه الحوالات فإنها تعد من أهم العمليات المصرفية في يومنا هذا.

ثانياً: إبرام العقود والاتفاقيات سواء مع الأفراد أو الشركات أو المؤسسات والهيئات في داخل أو خارج¹.

ثالثاً: النافذة واحتياطاتها

رابعاً: المساهمة في رؤوس أموال المصارف الإسلامية داخل البلاد أو خارجه بشرط استحصال موافقة البنك المركزي.

يبدو أن هذه العملية تخص المصارف الإسلامية المستقلة دون النوافذ الإسلامية التي ليس لها الشخصية المعنوية المستقلة عن المصرف الأم².

خامساً: ملكية الأموال المنقولة بل حتى العقارية إذا كانت الملكية لأغراض تنفيذ مشاريع الاستثمار التي تدخل في تحقيق أهدافها أو لغرض تأجيرها على أن تتخلص من الأموال العقارية حال الانتهاء من الغرض الذي تم تملكها من أجله.

سادساً: أعمال الوكالة والأمين وتعيين الوكلاء في الأعمال المباحة شرعاً.

سابعاً: تأسيس محافظ وصناديق الاستثمار وفقاً لتعليمات البنك المركزي.

ثامناً: تمويل الأنشطة التجارية الداخلية والخارجية والمساهمة في المشاريع التنموية للقطاعات كافة من زراعية وصناعية واستراتيجية وعمرانية وإسكانية وغيرها من المشروعات ذات المردود الاقتصادي والاجتماعي.

تاسعاً: تمويل الحرف الصغيرة والأعمال والصناعات البسيطة والمساهمة في تطويرها اقتصادياً.

عاشراً: تمويل عمليات شراء العملات الأجنبية.

¹ حمدي حنان، المرجع السابق، ص 44.

² المرجع نفسه، ص 45.

حادي عشر: إنشاء شركات صرافة لل عملات الأجنبية ومكاتب الخدمات المالية الخاصة بها.

ثاني عشر: قبول الأوراق التجارية والمالية لحفظها وتحصيل الحقوق المترتبة عليها لأصحابها ودفع وتحصيل الصكوك وأوامر وأذونات الصرف ما لم تكن متضمنة فوائد ربوية أو أية مبالغ محصورة شرعاً.

المطلب الخامس: تحديات النوافذ الإسلامية.

واجه العمل المصرفي الإسلامي خلال المرحلة الماضية العديد من التحديات الصعبة التي كان لا بد له من مواجهتها والتغلب عليها لتبقى على مصداقيتها واستمرار ربحيتها ونموها وهي التحديات التي نذكر أهمها فيما يلي:

1. غياب النظم الرقابية المناسبة لطبيعة النشاط المصرفي الإسلامي:

عدم وضوح أو ربما عدم وجود علاقة بين المصارف الإسلامية أو ممارسة العمل المصرفي الإسلامي والمصارف المركزية المنظمة للصناعة المصرفية والمراقبة عليها، ففيما عدا حالات قليلة نجد أن المصارف المركزية لديها نظام واحد للتعامل مع المصارف العاملة في دور لها، دون تفرقة بين العمل المصرفي الإسلامي والعمل المصرفي التقليدي، الأمر الذي يرجع في حقيقته إلى أن بعض هذه الدول لا تسمح نظاماً بالترخيص للبنوك فيها بتسمية نفسها بنوكاً إسلامية، كما لا تتوفر لها الأدوات المقبولة إسلامياً للاستفادة من التسهيلات المصرفية التي تنتجها عادة للبنوك التقليدية وهو الأمر الذي يضع المصارف الإسلامية في وضع لا يسمح لها بالتنافس على قدم المساواة مع المصارف التقليدية¹.

2. ضعف ونذرة الموارد البشرية:

أن توفر العنصر البشري المناسب يمثل أحد أهم أسباب النجاح لأي منشأة أو مؤسسة خاصة مع التقدم التقني الكبير القائم حالياً والقادم مستقبلاً والمصارف الإسلامية ليست استثناء من ذلك فنجاحها في رسالتها سوف يتوقف كثيراً على مدى نجاحها في استقطاب الكوادر المؤهلة والمدربة للعمل فيها، ليس فقط من الناحية الفنية للعمل ولكن أيضاً من حيث

¹ رفيق علاء الدين، النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية، مذكرة الماستر، 2017-2018، ص19.

صدق القناعة لديها بالعمل المصرفي الإسلامي، صحيح أن المصارف الإسلامية لا تدخر جهداً في تحقيق ذلك ولكن الواقع يشير إلى النقص النسبي في المعروض منها مقارنة بالطلب عليها¹.

3. اختلاف معايير تطبيق المنتجات الإسلامية:

في الوقت الذي تم فيه إلى حد كبير معالجة مشكلة محدودية المنتجات الإسلامية من خلال تطوير العديد من منتجات التمويل والاستثمار الإسلاميين فإنه لا تزال تواجه المصارف الممارسة للعمل المصرفي الإسلامي صعوبة أخرى لا تقل أهمية، ألا وهي مشكلة تعدد طرق وقواعد تطبيقها في الواقع العملي فمع تعدد المصارف الإسلامية واستخدامها لعدد من صيغ التمويل الإسلامية فغنها لم تتمكن حتى الآن من توحيد قواعد تطبيقها فنجد بنوكاً مختلفة تقدم نفس صيغة التمويل ولكن بطرق مختلفة، الأمر الذي قد يؤدي إلى كثير من البلبلة والشك في أذهان المتعاملين مع المصارف الإسلامية من حيث سلامة التطبيق والمصادقية².

4. ضعف إمام المراجعين الشرعيين بالمنتجات المصرفية التقليدية:

بينما يكون للنصح الشرعي الذي توفره هيئات الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية دوراً حيوياً لضمان سلامة التطبيق إلا أن ذلك يجب ألا ينفي أن المعرفي الجيدة لأعضاء هذه الهيئات الشرعية بدقائق الأدوات والأسواق المالية الحديثة لا يقل أهمية عن معرفتهم بالجوانب الفقهية للتعامل خاصة في ظل التداخل والتشابك الكبير بين أسواق المال الدولية، ومن هنا تأتي أهمية مدى كفاية وكفاءة الرقابة والمراجعة الشرعية في معرفة كل الأبعاد ذات الصلة بالعمل المصرفي الإسلامي وليس الجانب الفقهي منها فقط، وهو الأمر الذي يصعب توفره في معظم الحالات في الوقت الحاضر نظراً للحدثة النسبية في العمل المصرفي الإسلامي في طوره المعاصر، أن مثل هذا القصور يشترك ضلاله على مسيرة وسلامة العمل المصرفي الإسلامي بصفة عامة.

¹ رفيق علاء الدين، المرجع السابق، ص 19.

² المرجع نفسه، ص 20.

5. ضعف أو عدم وجود أسواق مال متطور:

إن عدم وجود أسواق مال متطورة في الكثير من الدول الإسلامية يمثل عائقاً كبيراً أمام المصارف الإسلامية لاستثمار أموالها في استثمارات طويلة الأجل يمكن أن تسبب مشكلة سيولة لهذه المصارف إذا لم تتمكن من تحويلها إلى أوراق مالية يمكن تسيلها عند الحاجة، ومن ثم فإن عدم وجود أسواق مالية متطورة في الكثير من الدول الإسلامية يشكل بحد ذاته تحدياً كبيراً أمام المصارف الإسلامية، وأن تطوير مثل هذه الأسواق يعتبر شرطاً ضرورياً لقيام المصارف الإسلامية بدورها في تجميع مدخرات المسلمين واستثمارها في المشاريع المتوسطة والطويلة الأجل التي تحتاجها عملية التنمية الاقتصادية في الدول الإسلامية.

6. التخوف من عدم توفر الشفافية:

لما كان مبدأ المشاركة في الربح هو الأساس في صناعة الصيرفة الإسلامية، فإن ذلك سيتبع بالضرورة أن يقوم التعامل بين كل الأطراف المشاركة في المشروع على أسس واضحة للإفصاح والشفافية عن النتائج المالية لهذا المشروع محل المشاركة فقد يكون هناك نوع من التخوف أن يلجأ " المضارب " مثلاً في عقد المضاربة الإسلامية بممارسة نوع من الأنشطة غير المقبولة من صاحب رأس المال " رب المال " أو أن يقوم " المضارب " بعدم الإفصاح السليم عن حجم الأرباح التي يحققها المشروع وهو السلوك الذي سيؤدي بالضرورة إلى تخفيض ربحية البنك الإسلامي " رب المال " وإلى إضعاف الثقة في النظام ككل وإدراكاً لأهمية هذه المشكلة عندما يتعلق الأمر بالمصرف كمضارب، تم تأسيس هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية AAOIFI في مملكة البحرين بغرض وضع المعايير المحاسبية اللازمة لضمان سلامة ممارسة العمل المصرفي الإسلامي وشفافيته مقارنة بمثيلاتها " اتفاقية بازل " للبنوك التقليدية ولحس الطالع أخذت المؤسسة نقد البحرين وعدد من المصارف الممارسة للصيرفة الإسلامية في الدول الأخرى بتطبيق هذه المعايير.

7. البطة في توحيد المعايير المحاسبية:

إن تطوير نظام محاسبي مناسب للعمل المصرفي الإسلامي تتفق عليه المصارف الإسلامية يعتبر أمراً هاماً من الناحية العملية لضمان سلامة كل من نظم الرقابة الداخلية (داخل البنك) والرقابة الخارجية (المصارف المركزية) وعلى الرغم من قيام بنك التنمية الإسلامي بالمشاركة مع عدد من المؤسسات المهنية والمؤسسات المالية الإسلامية بإنشاء " هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية" التي مقرها البحرين وعلى الرغم من قيام مؤسسة النقد في دولة البحرين بتطوير نظام محاسبي خاص بالمصارف الإسلامية فيها فغنه يبدو أنه لا يوجد حتى الآن استعداد كاف من المصارف الإسلامية لتبني مثل هذا النظام الموحد والعمل بمقتضاه¹.

8. صغر حجم المصارف الإسلامية:

لا شك إن صغر حجم المصارف والوحدات الممارسة للعمل المصرفي الإسلامي يعتبر من المعوقات الرئيسية لنموها والحد من كفاءتها التشغيلية، فمن المعروف في الأدبيات المصرفية أن هناك حداً أدنى لحجم المصرف يتم بعده جني ثمار ما اصطلح على تسميته اقتصادياً بـ " وفورات الحجم" وهي الوفورات التي تحدث آثارها الإيجابية على كفاءة التشغيل، وبالتالي على مستوى ربحية المصرف ومن ثم على قدرته على توفير الاستثمارات اللازمة لتنمية موارده البشرية وتقنياته المصرفية وهما العنصران اللذان لا غنى عنهما للمصارف الإسلامية لمواجهة المنافسة القادمة لا محالة من البنوك الأجنبية في ظل ما أصبح ما يعرف بنظام العولمة الجديد، الأمر الذي يفرض على المصارف الإسلامية الإسراع بالدخول في اندماجات مدروسة تعالج بها مشكلة صغر أحجامها وتحسين كفاءتها التشغيلية التسويقية عامة، كما أننا نرى أن يكون للجهات الرقابية (البنوك المركزية وماشبهها) دور في تشجيع وتحفيز المصارف الإسلامية للأخذ بهذا التوجه الذي أصبح ضرورياً وملحاً².

¹ رقيق علاء الدين، المرجع السابق، ص 21.

² سعيد بن سعد المرطان، ضوابط تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية في البنوك التقليدية- تجربة البنك الأهلي التجاري بالسعودي للجنة الاقتصادية، الكويت، ماي 1999، ص 33.

المبحث الثاني: رضا الزبون

المطلب الأول: تعريف رضا العميل المصرفي

1. تعريف رضا العميل المصرفي:

اهتمت المصارف ككل المنظمات بموضوع رضا العميل عن خدماتها واعتبرته مجالاً من أهم مجالات الاستثمار نظراً لأن:

- العميل الراضي هو أفضل قناة ترويجية خاصة للأصدقاء والمقربين وسيكون محل تصديق لعدم وجود مصلحة شخصية وراء تقديمه الإيجابي للمصرف وه ما يفوق أكثر حملات الترويج.

- العميل الراضي لا يحمل المصرف أي تكاليف مقابل إسهاماته الترويجية فهو بعد بمثابة إعلان غير مدفوع الأجر.

- إن رضا العميل لم يعد من المهام المنوطة بالإدارة التسويقية فقط وإنما إمتد إلى كل العاملين، فوجود المصرف وتطوره صار مرتبطاً برضا العميل عن الخدمات المصرفية المقدمة له بصورة تفوق ما يقدمه المنافس¹.

- تركز المصارف على جذب عملاء جدد مع إهمال الاحتفاظ بالعملاء الحاليين الذي يمثلون قطاعاً مربحاً خاصة وأن تكلفة الاحتفاظ بالعميل الحالي أقل من تكلفة استقطاب عامل جديد، وبالتالي فالاحتفاظ بالعميل لا يتم إلا بالرضا عن الخدمة المصرفية المقدمة في إطار منظمة متكاملة من الجهود التي تبدأ في معرفة احتياجات ورغبات العميل وتستمر بعد تقديم الخدمة بالتركيز على رد فعل العميل بعد شراء الخدمة ومدى استجابته للجهود.

وبالتالي فمن المهم دراسة رضا العميل المصرفي والبحث عن تحسين رضاه عن الخدمات المقدمة للوصول على الولاء.

¹ فيروز قطاف: تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 2010-2011، ص 182.

تعددت التعاريف التي قدم من لرضا العميل والتي من أهمها:

- عرف كل من (Howard , Sheth1969): الرضا بأنه حالة إدراك المشتري لكفاية/ عدم كفاية القيمة التي حصل عليها مقارنة بحجم التضحية التي تحملها¹.
- كما يعرف الرضا بأنه: الفرق بين المزيج الفعلي ويعتبر كل من التوقع والمثالية هو الأداء المعياري مقابل الأداء الفعلي والذي يقيس الرضا ويقارن التوقع بالأداء المدرك حسياً من أجل الوصول إلى التقييم².
- كما اتفق كل من (Churchill. IR , Supremant1982) و (Tse.Wulton1988) وآخرون على أنه يمكن التعبير عن رضا العميل كدالة في التوقعات قبل الشراء والأداء المدرك بعد الشراء للخدمة، أي أن الرضا هو دالة للفرق بين الأداء والتوقعات.
- ويرى (Oliver) أن رضا العميل يعبر عن المشاعر الوجدانية الإيجابية ومشاعر السرور التي تصاحب المستهلك خلال حياة المنتج واستخدامه، وما يترتب عن مدى تطابق الأداء المدرك للمنتج مع التوقعات المسبقة عنه، وأن هذه المشاعر المؤقتة سرعان ما تتحول إلى اتجاه عام نحو المنتج، لذلك ينصح (Oliver) بضرورة قياس رضا العميل مباشرة بعد الاستخدام قبل أن يتحول على اتجاه قد لا يعكس حقيقة مستوى رضا العميل عن المنتج³.

2. أهمية رضا الزبون:

تشير الدراسات إلى أن التطابق بين الجودة الفعلية للسلعة أو الخدمة وتوقعات الزبون من هذه الجودة من العوامل المؤدية إلى نجاح المؤسسة وبالتالي رضا الزبون الذي تسعى

¹ سيف الإسلام شوية، سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية، اقتراح نموذج للتطوير، مختبر التربية، الإنحراف والجريمة في المجتمع، جامعة عنابة، الجزائر، 2006، ص 21.

² فيزرو قطاف، المرجع السابق، ص 154.

³ طلعت اسعد عبد الحميد، ياسر عبد الحميد الخطيب، طارق محمد خزندار: " إدارة البنوك التجارية الإستراتيجية والتطبيق"، دار النشر، بيروت، 1996، ص111.

الفصل الأول _____ الإطار النظري للشبابيك الإسلامية ورضا الزبون

جميع المؤسسات إلى تحقيق سواء كانت هذه المؤسسات تنتج سلعاً أو خدمة وتكمن أهميتها فيما يلي:

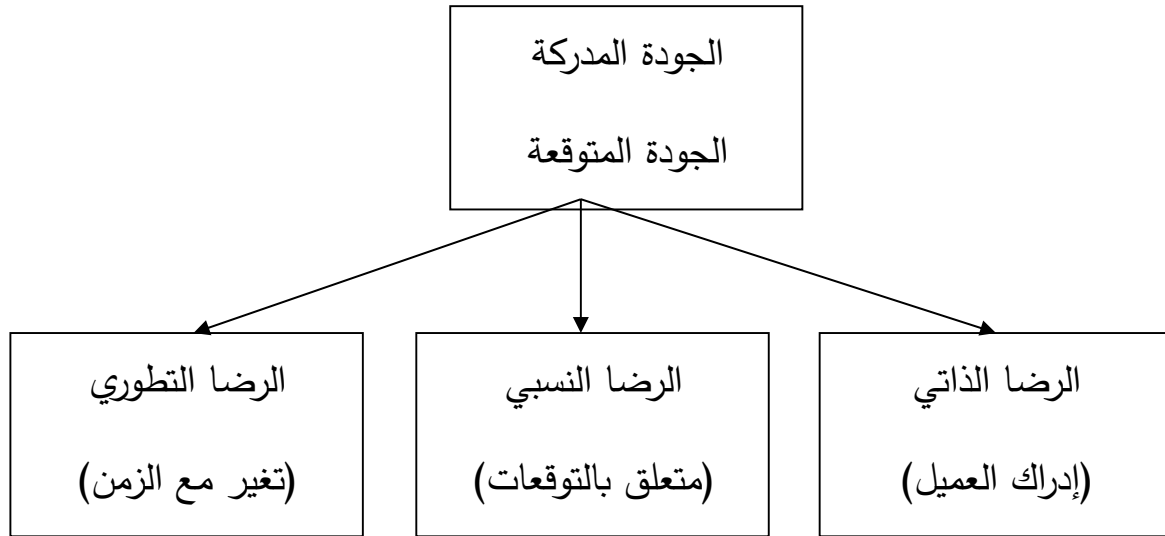
- يساعد فهم وقياس رضا الزبون في تحديد تصرفاته الشرائية سلباً أو إيجاباً في المستقبل وامكانيته تحويله إلى سلعة أو خدمة أخرى بديلة.
- يساعد إدارة المؤسسة في تطوير جودة السلعة أو الخدمة التي تنتجها وهذا بدوره يؤدي إلى خلق ميزة تنافسية لهذه المؤسسة وضمان قدرراً على المنافسة.
- اهتمام المؤسسات برضا الزبون ووضعها السوء بالنسبة لمنحنى التكاليف مما يدفعها إلى تطبيق مفهوم الجودة الشاملة للحد من الفارق في التكلفة لإرضاء الزبون وخلف ولاء له تجاهها، ويمكن قياس مدى قدرة المؤسسة للمحافظة على عملائها عن طريق معدل نمو المبيعات، ومعدل نمو الحصة التسويقية لهذه المؤسسة.
- يعد رضا الزبون من الأصول المهمة لمؤسسة بالإضافة إلى الهدف من السياسة التسويقية هو رضا الزبون.
- يعتبر رضا الزبون تقويماً عاماً للمؤسسة وذلك بالاعتماد على مشتريات منها خلال فترات زمنية عديدة.
- أن زيادة حد المنافسة بين المؤسسات أصبح من المهم لكل مؤسسة تطوير منتجاتها وتقوية مركزها التنافسي في الأسواق، وهذا لا يتحقق إلا بالربط بين خصائص المنتج والمنافع التي يتوقع العميل الحصول عليها من هذا المنتج وهذا لا يتحقق إلا بوضع استراتيجية معينة لتطويره.
- فهنا أيضاً فالمؤسسات الخدماتية تهتم بضمان استمرارية العلاقة مع الزبون والعمل على زيادة معدل طلبت الخدمة وهذا لا يكون إلا برضا الزبون عن الخدمة.
- فتطوير المؤسسات لمنتجاتها وخدماتها يؤدي إلى زيادة رضا عملائها وبالتالي زيادة أرباحها في المستقبل.

- رسم وتطوير برنامج وخطط العمل بالمؤسسة.
- خلق نوع من التفاعل والولاء بين العميل والمؤسسة التي تحقق رضاه، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة مشترياته من سلع أو خدمات¹.

المطلب الثاني: خصائص رضا الزبون

يمكن التعرف علىبيعة رضا الزبون من خلال الخصائص الثلاث الموضحة في الشكل

التالي



1- الرضا الذاتي²: يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالعميل الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأحسن من الخدمات المنافسة يراها عميل آخر بأقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق، هنا تظهر

¹ سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2013-2014، ص 31.

² بوغان نورالدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكر ماجستير، قسم علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 115.

أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على (الجودة - المطابقة) إلى النظرة الخارجية التي تعتمد على (الجودة - الرضا)، فالمؤسسة يجب أن لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وغنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل.

إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدماتية أي جعل العناصر المعنوية للخدمة الملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية ومن أجل إظهار الرضا الخفي لدى العميل.

2- الرضا النسبي:

لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وغنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظراته لمعايير السوق، بالرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع ففي حالة عميلين يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماماً لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة، فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقاً مع توقعات العملاء، من هنا يمكن أن نفهم بشكل أفضل الدور المهم لتقسيم السوق في مجال التسويق، فليس هدف تحديد القطاعات السوقية وإنما تحديد التوقعات المتجانسة للعملاء من أجل تقديم خدمات تتوافق مع هذه التوقعات¹.

3- الرضا التطوري:

يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطوراً نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطو المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة وذلك بسبب زيادة المنافسة، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضاً تطوراً خلال عملية تقديم الخدمة، إن قياس رضا العميل أصبح يتبع نظاماً يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة.

¹ سلمان فاطمة، مرجع سابق، ص 33.

المطلب الثالث: مراحل رضا الزبون

إن الهدف الأساسي للمؤسسة هو الوصول على كسب الزبون ولكن ليس بالسهل الوصول إلى هذا المبتغى، حيث توجد مراحل أساسية يجب على المؤسسة أخذها بجدية تتمثل أهم المراحل للحصول على رضا الزبون فيما يلي¹:

1- فهم حاجات ورغبات الزبون:

إن المعيار الأساسي لكسب رضا الزبون هو معرفة وفهم حاجات ورغبات الزبون والعمل على إرضائها، إذ أن هذه الحاجات والرغبات متباينة بين شخص وآخر، واعتماداً على عدة متغيرات منها مستوى التعليم، العمر، المستوى الثقافي، المهنة... إلخ، وهذا يتطلب من المدراء أن يركزوا على التغيير في الحاجات والرغبات لدى الزبائن وترجمة ذلك إلى واقع عملي ملموس، ويجب على المؤسسة مراقبة السمات التي يهتم بها الزبون والبقاء دائماً في حالة يقظة نحو كافة العناصر الجديدة التي يمكن أن تؤثر في رضاه.

2- الحصول على التغذية العكسية:

تعد الخطوة الثانية لتحقيق رضا الزبون المتمثلة بوسائل المسوقين لتعقب آراء الزبائن في الأداء الحالي للمنظمة، لمعرفة مدى تلبيتها لتوقعات الزبائن باستعمال الأدوات التالية²:

أ. **نظام الشكاوي والاقتراحات:** كخطوة الهواتف المباشرة والمجانية والتي تعمل باستمرار وكذا صناديق الشكاوي والمقترحات التي تضعه المنظمات في صالة الانتظار أو في ممراتها، فضلاً عن تخصيص صفحات في الانترنت وفي البريد الالكتروني لتسهيل الإتصال ثنائي الاتجاه.

¹ يوسف حجيم سلطاني الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 230-227.

² زريط خال، دور التسويق بالعلاقات في كسب رضا الزبون، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، 2014-2015، ص 44.

الفصل الأول _____ الإطار النظري للشبابك الإسلامية ورضا الزبون

ب. استبيان رضا الزبون: حيث تقوم المنظمة بتوزيع استمارات استبيان لعينة عشوائية من الزبائن الحاليين تطرح من خلال الأسئلة التي تريد اجابات عليها ومن خلال ذلك سوف تحصل على معلومات مرتدة من الزبائن التي ستساعدها في الوصول على رضا زبائنهم.

ج. التسويق الخلفي: بعض المنظمات تقوم بتأجير أشخاصاً يمثلون الزبون، يقومون بزيارة أماكن بيع منتجات المؤسسة للشراء منها وكذا الشراء من عند المنافسين لغرض تأشير نقاط القوة والضعف القائمة في عملية الشراء لدى المؤسسة ومنافسيها، ويقوم هؤلاء الأشخاص بافتعال مشكلة أو إبداء تضرر وذلك كي يختبروا كيف تتم معالجة الأمر من الموظفين، وقد يفعل المديرون نفس الشيء¹.

3- قياس رضا الزبون:

تبنى هذه العملية على مراجعة المعلومات المتعلقة بالزبون وقد يكون تجميع هذه المعلومات نشاطاً خاملاً، لذا على الإدارة معرفة إذا كان هناك مصادرة كثيرة لهذه المعلومات وينبغي عليها إنشاء عمليات ذات كفاءة وفاعلية لتجميع المعلومات وتحليلها واستخدامها في تحسين الأداء، وكذلك ينبغي عليها تحديد مصادر معلومات المتعلقة بالزبون المتاحة وسنتطرق لاحقاً على كيفية قياس رضا الزبون.

الشكل رقم 01: يوضح مراحل رضا الزبون



المصدر: يوسف حجيم سلطاني وهاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سابق ذكره، ص 227.

¹ زريط خالد، مرجع سابق ذكره، ص 45.

المطلب الرابع: أساليب قياس رضا الزبون

هو تلك الجهود المنهجية التي تقوم به المؤسسة للوقوف على مدى رضا زبائنها عما تقدمه لهم من خدمات وبرامج بهدف إجراء تعديلات المؤسسية والبرمجية اللازمة، بحيث تصبح أكثر استجابة لاحتياجات وتطلعات أفراد المجتمع التي تخدمهم.

وهناك العديد من الأساليب المتعلقة بقياس رضا الزبون والتي تتمثل في القياسات الدقيقة والقياسات التقريبية، وإن هذه الأخيرة تتكون من البحوث الكيفية والبحوث الكمية.

أ- **القياسات الدقيقة:** إن القياسات الدقيقة متعددة يمكن ذكر البعض منها:

1. **الحصة السوقية:** إن قياس الحصة السوقية نسبياً سهل إذا كانت مجموعة الزبائن، فهناك من يقيس هذه الحصة بتحديد عدد الزبائن إلا أن نجاح هذه الحالة يكون في المدى القصير أين هدف المؤسسة هو نمو رقم أعمالها، المردودية عوائد رأس المال مقابل تقديم أسعار تنافسية أي أن عدد الزبائن لا يعبر عن حقيقة الحصة السوقية وهناك من يقيس هذه الأخيرة من خلال الزبائن الذين لهم علاقة طويلة مع المؤسسة، إن قياس الحصة السوقية مرتبط بقدر الأعمال المنجزة مع عملائها وتنوعها بالنسبة لكل زبون، حيث أن هذا المقدار يمكن أن يتقلص في حالة شعور الزبون بحالة عدم الرضا كما قد يرتفع في الحالة التي يكون فيها راضي عما تقدمه المؤسسة له¹.

وعليه يمكن قياس الحصة السوقية من خلال عدد الزبائن، رقم الأعمال سواء الإجمالي أو الخاص بكل زبون، كمية المشتريات.

2. **معدل الاحتفاظ بالزبون أقدمية الزبون:** إن أحسن طريقة للحفاظ أو نمو الحصة وهي الاحتفاظ بالزبائن الحاليين، يعتمد قياس الرضا أو عدم الرضا على الزبائن من خلال معدل نمو مقدار النشاط المنجز مع الزبائن الحاليين، كما قد يكون هذا القياس بصفة نسبية أو مطلقة وهي تعبر عن الزبائن الذين احتفظت المؤسسة بعلاقات دائمة معهم.

¹ كشيدة حسبية، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2005، ص ص 72-73.

3. جلب زبائن جدد: من اجل نمو مقدار النشاط تبذل المؤسسة جهدها لتوسيع قاعدتها من الزبائن لكسب أكبر عدد من الزبائن.

4. المردودية: إن المقاييس السابقة لا يمكن من خلالها معرفة مردودية الزبون التي بدورها تعبر عن رضاه وعدم رضاه الذي ينتج عن توافق أو عدم توافق الأداء الفعلي للخدمات مع توقعات الزبائن، إن معدل الرضا المرتفع والحصة السوقية المهمة ما هي إلا وسائل لنمو الأرباح لذا فلا ينبغي على المؤسسات قياس مقدار الأعمال التي تتجزأها مع زبائنهم فقط وإنما تتم بمردودية هذه الأنشطة، ويمكن حساب المردودية من خلال قياس الربح الصافي الناتج عن كل زبون أو صنف من الزبائن¹.

5. عدد المنتجات المستهلكة من قبل الزبون: إن كان الزبون يقتني أكثر من منتج للمؤسسة في ظل سوق غير احتكارية فهذا خير دليل على أنه راضي عن المؤسسة وخدماتها.

6. تطوير عدد الزبائن: يمكن اعتبار تطوير عدد الزبائن أداة للتعبير عن رضاهم فإن كل عدد زبائن المؤسسة في تزايد هذا يعني أن الخدمات تلي أو تفوق توقعات الزبائن مما ينتج عنها الشعور بالرضا، إن هذا الشعور يؤثر بالإيجاب على عدد الزبائن خاصة المرتقين من خلال الصورة الجيدة التي تنقل لهم عن المؤسسة وخدماتها، أي أن هذه الصورة ستسمح بجلب زبائن جدد بالإضافة إلى الاحتفاظ بالزبائن الحاليين².
كما أن هناك مقاييس أخرى بخلاف المقاييس السابقة ومنها:

- معدل إعادة الشراء.
- معدل الوفاء.
- عدد شكاوى الزبائن.
- قيمة وكمية المردودات.

¹ كشيدة حبيبة، مرجع سابق ذكره، ص 73.

² سلمان فاطمة، جودة الخدمات المصرفية واثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكر ماست في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2013-2014، ص36.

الفصل الأول _____ الإطار النظري للشبابك الإسلامية ورضا الزبون

ب- القياسات التقريبية: إن القياسات التقريبية تعتمد على نوعين هما:

1- البحوث الكيفية: إن الزبون أصبح يمثل نقطة ارتكاز ولقد ظهرت عدة شعارات

تؤكد هذا مثل " الزبون أولاً"، " الزبون دوماً على حق " وضع الزبون في المركز "

وفي هذا الإطار فالقياسات الدقيقة لا تعبر عن حقيقة شعور الزبون بالرضا أو عدم

الرضا لأنها تأخذ بعين الاعتبار توقعاته وهي تتجزأ بعيداً عن الزبائن، أما القياسات التقريبية

فهي تعتمد على انطباعات الزبائن من خلال الاستماع لهم وهي تتمثل في:

- تسيير شكاوى الزبائن¹.

- بحوث حول الزبائن.

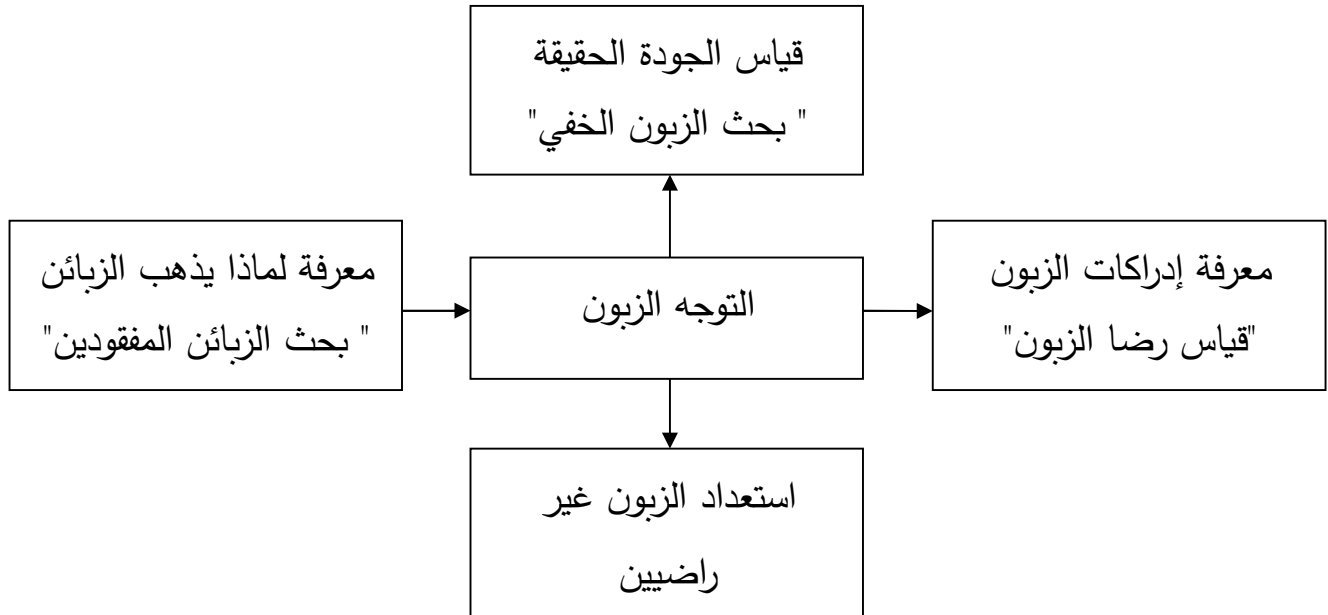
- بحوث حول الزبائن المفقودين.

- بحوث الزبائن الخفي.

- بحوث قياس رضا الزبون.

ويمكن توضيح مختلف الادوات المواجهة للإستماع للزبون من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 02: يوضح مختلف أدوات التوجيه للزبائن



المصدر: كشيدة حبيبة: استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة،

2005، ص 69.

¹ سلمان فاطمة، مرجع سابق ذكره، ص 37.

من الشكل أعلاه نستنتج بأن:

1- **تسيير شكاوى الزبائن:** إن الشكاوى هي أداة للتصعيد التلقائي لصوت الزبائن كما تعتبر الشكاوى أحد الوسائل التي لا يمكن إهمالها، فهي لم تعد وسيلة إزعاج وإنما هدية أو منجم ذهب بالنسبة للمؤسسة، فالزبون الذي يشتكي يبقى دوماً زبون إذا استطاعت المؤسسة إرضائه والاحتفاظ به، وهذا من خلال معالجة شكواه بشكل صحيح وإذا كان هدف المؤسسة هو تحقيق رضا الزبون من أجل تجنب المؤثرات السلبية لزبون مفقود، لدى فإن عليها تحديد بدقة منهم الزبائن غير راضين وما هي المبادئ الدافعة لعدم الرضا.

2- **بحوث حول الزبائن المفقودين:** إن التقدم في مجال الرضا وضبط الزبائن يستوجب فهم ظاهرتين متكاملتين:

- ما هي دوافع الرضا الأكثر حسماً والمرتبطة بالمنتجات المعروضة؟ أي لماذا تفضل مؤسسة عن مؤسسة.

- لماذا ينقطع بعض الزبائن عن التعامل مع المؤسسة؟

ومن خلال اسم بحوث الزبون المفقود نستنتج أن هذا النوع من البحوث يهتم بالنقطة الثانية وهي تحليل الزبائن المفقودين عن طريق تحليل أسباب توافقهم عن التعامل مع المؤسسة ومحاولة إزالة الأسباب والعمل على تحقيق رضاهم من خلال الاتصال بالزبائن الذين تحولوا عن التعامل مع المؤسسة.

3- **الزبون الخفي:** الزبون الخفي هي تقنية أخرى يستعان بها في قياس رضا الزبون، بما أن إدراك الزبون ومنه إرضاءه مرتبطة بجودة الخدمات، فبحوث الزبون الخفي تعمل على مطابقة الشروط المثلى التي ترضي الزبون مع تلك المتوفرة أي الغرض منها ليس معرفة أو عدم رضا الزبون بصفة مباشرة¹.

2- **البحوث الكمية:** وتعتبر سجل الشكاوى والاقتراحات غير الكافية لإعطاء قياس دقيق عن رضا الزبون، حيث هناك نسبة كبيرة من الزبائن غير راضين لا يفضلون التعبير عن

¹ فاطمة سلمان، مرجع سابق ذكره، ص 38.

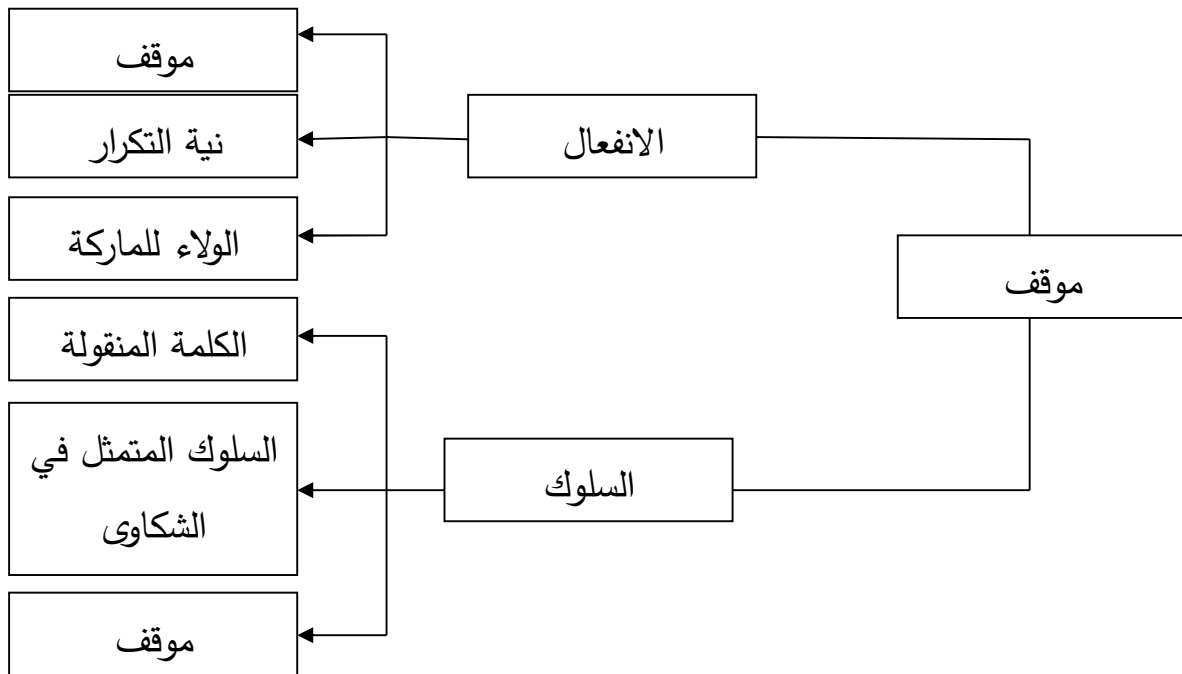
الفصل الأول _____ الإطار النظري للشبابيك الإسلامية ورضا الزبون

عدم رضاهم، وعلى المؤسسة استعمال طرق قياس الكمية والتي تجسد في استخدام بحوث الرضا من خلال الاستقصاء لمعرفة مدى رضا الزبون عن جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.

المطلب الخامس: السلوكيات الناجمة عن رضا الزبون

يظهر الزبون الراضي مجموعة من الاستجابات تترجم حالة ومستوى الرضا الذي حققه من اقتناء المتبع أو العلامة والشكل التالي يوضح السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدمه.

الشكل رقم 03: يوضح استجابات السلوكية والانفعالية للرضا



Source: Peter Mudie, Angela Pirrie, Services marketing, third edition, india, chennai, 2006

P240.

وتتمثل هذه السلوكيات في ¹:

1- سلوك تكرار الشراء: يختلف سلوك تكرار الشراء عن سلوك الولاء، فسلوك تكرار الشراء لا يشترط أن يكون الشراء متتالي، في حين أن الولاء يتطلب ذلك إضافة إلى أن

¹ سامعي رجاء، المزيج التسويقي للخدمات السياحية كأداة لتحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة سطيف، 2010-2011، ص 96.

الفصل الأول — الإطار النظري للشبابك الإسلامية ورضا الزبون

الدراسات أثبتت أنه يوجد ارتباط كبير بين مستوى الرضا وظهور نوايا تكرار شراء لدى الزبون لاحقاً.

يعتبر تأثير الرضا على تكرار الشراء أكبر من تأثير الجودة لأن إدراك الجودة مرتفعة لا يقود بالضرورة إلى تكرار الشراء إن لم تؤدي هذه الجودة إلى تحقيق مستوى معين من الرضا وهذه العلاقة الأخيرة لا تعتبر قطيعة، لأن الجودة ليست ضمان الوحيد لرضا الزبون¹.

2- التحدث بكلام إيجابي: يعد سلوك التحدث بالكلام إيجابي أحد أهم سلوكيات ما بعد الشراء المترتبة على الرضا، حيث هذا الأخير يعد مقدمة هامة لسلوك التحدث الإيجابي عن المنتج أو الخدمة، إن رضا العميل ينتج عنه إحساس إيجابي يخزن في ذاكرة العميل، قد يستخدم في الحالة التي يكون فيها العميل جماعة مرجعية تؤثر في السلوك الشرائي للأفراد من خلال التأثير على اعتقاداتهم واتجاهاتهم وقيمهم وسلوكهم بالإيجاب.

¹ سامعي رجاء، مرجع سبق ذكره، ص 96.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنت

الفلاحة والسّمية الريفية **BADR**

بوكالة المسيلة

تمهيد

خصص هذا الفصل للدراسة الميدانية لمعرفة دور الشبابيك (النوافذ) الإسلامية في تحسين رضا الزبون -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة، وقصد التعرف على خصائص العينة واختبار الفرضيات وتحقيق أهداف وأغراض الدراسة، تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المؤسسة محل الدراسة وتم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة، وتمت المعالجة الإحصائية والتحليل لآراء عينة الدراسة عن طريق البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعية SPSS.V26.

لتغطية متغيرات الدراسة والإلمام بعرض وتحليل ومناقشة النتائج، قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث أساسية:

المبحث الأول: تقديم مؤسسة محل الدراسة الميدانية

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة محل الدراسة الميدانية

المطلب الأول: لمحة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة الريفية وسيلة من وسائل سياسة الحكومة التي ترمي إلى تنمية القطاع الفلاحي وتنمية الريف وسنتطرق من خلال هذا المبحث إلى نشأته والتعريف به وبالوكالة محل الدراسة، إضافة إلى إبراز خصائصه.

أولاً: نشأة وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

1- نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

عرفت المنظومة المصرفية الجزائرية سلسلة من الإصلاحات أثمرت ميلاد بنوك كان لها دور في تفعيل المهنة المصرفية منها بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي عرف النور بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري وذلك بمقتضى المرسوم رقم (82-106) الصادر في 11 جمادى الأولى 1402 هـ الموافق لـ: 11 مارس 1982 حيث أعتبر آنذاك وسيلة من الوسائل الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الزراعي وترقية الريف.

2- تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

هو مؤسسة اقتصادية مالية وطنية لها قانونها الأساسي التجاري بمقتضى المرسوم السابق الذكر أعلاه، وهو تابع لوزارة المالية، مقره الاجتماعي 17 شارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة، وهو كمؤسسة خدماتية ذات طابع تجاري وشركة ذات مساهمة برأس مال 22.000.000.000 دج، ومنذ سنة 1990 ارتفع رأسماله إلى 33.000.000.000 دج. ويعتبر زبونه الشخص الطبيعي والمعنوي وينظمه كباقي البنوك القانون (90-10) المتعلق بقانون النقد والقرض.

وبنك الفلاحة والتنمية الريفية هو بنك تجاري حيث يمكنه جمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل، ويمثل أيضا بنك تنمية باعتباره يستطيع أن يقوم بمنح قروض متوسطة وطويلة الأجل هدفها تكوين رأس المال الثابت. أوكلت له مهمة التكفل بالقطاع الفلاحي، ومع مرور السنوات تعددت نشاطاته. بدءا بتدعيم فروعه على مستوى التراب الوطني حيث

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

حقق ما كان يصبو إليه إذ بلغ عدد وكالاته سنة 1985 إلى 269 وكالة منها 6 رئيسية و 31 فرع، أما في يومنا هذا فقد أصبح عدد وكالاته 290 وكالة و 41 مديرية جهوية تشغل حوالي 7000 عامل ما بين إطار و موظف.

ونظرا لكثافة نشاطه ومستواه فقد صنف بنك الفلاحة الريفية من قبل قاموس مجلة البنوك BANKERS ALMANACH لطبعة 2001 في المركز الأول في الجزائر و 668 عالميا من أصل 4100 بنك.¹

ثانيا: أهداف وخصائص بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

1- أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يحتم المناخ الاقتصادي الجديد الذي شهدته الساحة المصرفية المحلية والعالمية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يلعب دورا أكثر ديناميكية وأكثر فعالية في تمويل الاقتصاد الوطني من جهة. وتدعيم مركزه التنافسي في ظل المتغيرات الراهنة من جهة أخرى وبذلك أصبح لزاما على القائمين على البنك وضع استراتيجية أكثر فعالية لمواجهة التحديات التي تفرضها البيئة المصرفية.

ومن أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة البنك ما يلي:¹

➤ توسيع تنوع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة.

➤ تحسين نوعية وجودة الخدمات.

➤ تحسين العلاقات مع الزبائن.

➤ الحصول على أكبر حصة من السوق.

تطور العمل المصرفي قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية.

¹-www. badr-bank. net

¹ - BADR.INFOS.N°28. 1999.P32-33.

2- خصائص بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنك أولي، بنك تنمية، وسيلة للتخطيط، ووسيلة للمراقبة:

✓ **بنك أولي:**

حيث يقوم بما يلي:

- معالجة جميع العمليات البنكية من قروض وصرف وخزينة.

- فتح حسابات لكل شخص يتقدم بهذا الشأن.

- استلام الودائع لأجل وتحت الطلب من كل شخص يتقدم إليه.

- المشاركة في جمع التوفير والاحتياط.

زيادة على ذلك يتمتع باحتكار العمليات المالية والمصرفية والنشاطات المتعلقة بالنشاط الفلاحي.

✓ **بنك للتنمية:**

حيث تكمن مهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تنمية وترقية مجموع النشاطات الفلاحية، الفلاحية الصناعية، الصناعات التقليدية.

✓ **وسيلة للتخطيط:**

إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يسهر على تنفيذ المخططات والبرامج المقدره لصالح الهياكل والنشاطات الفلاحية بفضل اختصاصه في تمويل الفلاحة.

✓ **وسيلة للمراقبة:**

حيث يراقب بالاتصال مع السلطات المعنية الحركات المالية للمؤسسات مع المخططات والبرامج المتعلقة بها، ويقوم دوريا بتحليل وضعيتها وتسييرها المالي، ويحيط البنك السلطات العامة علما عن اختتام عمليات الحصيلة بتقديرات بشأن :

- سير الحملات الفلاحية.

- النتائج الإنتاجية والمالية ودراسات مالية.

- تحقيق الاستثمارات وتأثيرها الاقتصادي والمالي.

ثالثا: مهام وأهم الوظائف التي يقوم بها بنك الفلاحة والتنمية الريفية:¹

1- مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال المصرفي فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالمهام التالية:

- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض، الصرف والصندوق.
- فتح حسابات لكل شخص طالب لها واستقبال الودائع.
- المشاركة في جميع الادخارات. وتحديد ضمانات متصلة بحجم القروض.
- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى.
- تأمين الترقيات الخاصة بالنشاطات الفلاحية وما تعلق بها.
- تطوير الموارد والتعاملات المصرفية وكذا العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة.
- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والاستثمار.
- تطوير شبكته ومعاملاته النقدية. وتطوير قدرات تحليل المخاطر.
- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة التجار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

➤ الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي مع إعادة تنظيم القروض.

2- اهم الوظائف التي يقوم بها بنك الفلاحة و التنمية الريفية:²

أ- وضع سياسة اتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال:

✓ العمل على مواجهة مخاطر الصرف على القروض الخارجية بصفة عقلانية.

¹ - وثائق مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

² - بوخالفة سارة، سياسة وإجراءات منح القروض البنكية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، علوم تجارية، جامعة الجزائر، 2004، ص66.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

✓ تطوير مستوى هيئة الموظفين و إعطاء الأولوية لحاملي الشهادات.

✓ إعطاء الدعم الإعلامي.

ب - عرض المنتجات والخدمات الجديدة من خلال:

✓ تصفية المشاكل المالية.

✓ أخذ الضمانات الملائمة وتطبيقها ميدانيا.

✓ تمويل التجارة الخارجية.

✓ الاستقبال الجيد للزبائن واحترامهم والرد على طلباتهم بجدية.

✓ دراسة معمقة لكل الملفات الخاصة بالقروض للمتعاملين الاقتصاديين.

✓ التعامل الإداري والحسابي لجميع العمليات التجارية للمتعاملين الاقتصاديين سواء بالدينار أو بالعملات الصعبة.

✓ تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.

ج- تطبيق الخطط والبرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة وهذا ل:

✓ تطوير الموارد والعمل على رفعها وتحسين تكاليفها.

✓ الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.

✓ مسايرة التطور الحاصل في عالم المهنة المصرفية وتقنياتها.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

أولاً: الهيكل التنظيمي العام لـ BADR:

الهيكل التنظيمي العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:⁽¹⁾

يتكون الهيكل التنظيمي العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من 4 هياكل وهي موزعة كالآتي:

هياكل التسيير: تتكون هياكل التسيير من:

المديرية العامة: والتي بدورها تتكون من:

- الرئيس المدير العام (PDG): المشرف على إدارة البنك قواه محددة من طرف قوانين المؤسسة ومن طرف مجلس الإدارة.

- ثلاث مدراء عامون بالنيابة: ويساعدون الرئيس المدير العام في إدارة البنك.

- مدير فرعي: يدير العلاقات البنكية الدولية.

المديريات المركزية: تدار من طرف مديرين مركزيين يساعدهم نائبي مديرين مركزيين.

الدور: الدور الأساسي لهياكل تسيير البنك هو الحماية والحفاظ على مصالح المؤسسة وتحقيق السياسة العامة للبنك وتطبيق الإستراتيجية المحددة من طرف مجلس الإدارة والمديرية العامة والتحسين المستمر لنوعية الخدمات المقدمة للزبائن و السهر على تحقيق المردودية العامة للمؤسسة.

الرئيس المدير العام يدير البنك وفقاً للسلطات المفوضة له من طرف مجلس الإدارة وينشط المديرون العامون المساعدون و يراقبون الهياكل المركزية و الفروع الموضوعة تحت سلطتهم، كل منهم يرأس على مستوى مجموعات المهام المتكفل بها "مجلس التنسيق" مكون من المديرين المركزيين للمجموعة. وهي تضم ما يلي:

¹ - المصدر: بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

– المديرية العامة المساعدة : (موارد، قروض وجبائية):

وتتكون من مديرية تمويل المؤسسات الكبرى ومديرية تمويل المؤسسات المتوسطة والصغرى ومديرية تمويل الأشغال الفلاحية ومديرية دراسة السلع والأسواق ومديرية المتابعة والتحصيل.

– المديرية العامة المساعدة (الإعلام الآلي، محاسبة و خزينة):

وتتكون من مديرية الإعلام الآلي المركزية ومديرية شبكة الاستغلال والإعلام مديرية المحاسبة العامة ومديرية الخزينة و مديرية الإرسال والإعلام الآلي.

– المديرية العامة المساعدة (إدارة ووسائل) :وتتكون من:

مديرية المستخدمين ومديرية إعادة تقييم الموارد البشرية ومديرية الوسائل العامة ومديرية الدراسات القانونية والمنازعات ومديرية الدراسات ومراقبة التسيير.

– القسم الدولي: تتكون من ثلاث مديريات مركزية وهي:

– مديرية العلاقات الدولية:

وبدورها تتكون من نيابتين وكل منها تنقسم إلى قطاعات وهي على النحو التالي:

– نيابة مديرية الالتزامات الخارجية والتسوية: ونجد فيها قطاع الالتزامات الخارجية، قطاع التسوية، قطاع التشريع.

– نيابة مديرية العلاقات الدولية: وفيها قطاع العلاقات الدولية، قطاع الدراسات والتحليل.

– مديرية العمليات التقنية مع الخارج:

وتتكون من نيابتين وبدورها تنقسم إلى قطاعات على النحو التالي:

– نيابة مديرية النيابة مديرية الاعتمادات المستندية: ويتم فيها استقبال الزبائن

لفتح الاعتمادات المستندية ونجد فيها قطاعين:

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

قطاع القبول والفتح ونجد فيها مصلحتين مصلحة القبول ومصلحة فتح الاعتماد المستندي وقطاع الإنجاز والتسديد والذي بدوره ينقسم إلى مصلحتين، مصلحة الإنجاز ومصلحة التسديد.

- **نيابة مديرية العمليات مع الخارج:** تهتم بفتح الاعتمادات المستندية بأمر من الزبائن الوطنيين لصالح مستفيدين أجانب والعكس صحيح. وتنقسم إلى:

قطاع الرقابة ويتكون من مصلحة التغطية، مصلحة المراقبة والمحاسبة، مصلحة الربط بين المراكز وقطاع التحويل والصرف ويتكون من مصلحة التحويل، مصلحة الإحصائيات، مصلحة تسيير القروض الخارجية وشراء العملة، مصلحة الإعادة.

- **مديرية الضمانات التعديل الدولية:**

وتتكون من نيابتين، كل منهما ينقسم إلى قطاعات كالتالي:

- **نيابة مديرية الضمانات وعمليات التصدير:** وتتكون من: قطاع الضمانات الدولية قطاع عمليات التصدير.

- **نيابة مديرية التمويل الدولية:** وتتكون من:

قطاع المؤسسات الكبرى، قطاع المؤسسات المتوسطة، الصغيرة والإدارية، قطاع العمليات الخاصة.

ويتمثل دورها في إقامة وتعزيز الروابط المباشرة بين البنك والمؤسسات الأجنبية وتشجيع وترقية الصادرات والعمل على حضور البنك في الأسواق الخارجية.

- **هياكل المراقبة الداخلية والاتصال:** تتكون هياكل المراقبة الداخلية من المتقشية العامة ومديرية المراقبة الداخلية، أما هياكل الاتصال فتتكفل بها مصلحة الاتصال.

- **الدور:** احترام السياسات الموضوعة من طرف المديرية العامة والسهر على تطبيق التعليمات من طرف كل بنايات البنك وتطوير الاتصالات الداخلية والخارجية والتعريف بالبنك على المستوى الدولي والمحلي وتطوير الوسائل الحديثة للاتصال وتقييم الأخطار والحلول المناسبة.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

- **هياكل الاستغلال:** وتتكون من فروع، وكالات مركزية، وكالات، مكاتب دائمة أو مكاتب دورية.

- **الدور:** تحقيق السياسة العامة للبنك وتطبيق الإستراتيجية المحددة من طرف مجلس الإدارة والمديرية العامة وتجميع الموارد، تقديم القروض، وتحصيل الديون والتحسين المستمر لنوعية الخدمات المقدمة للزبائن والسهر على تحقيق مردودية الوكالة خاصة والبنك عامة.

- **الهياكل العلمية:** وتتكون من: المجالس اللجان

- **الدور:** مساعدة المديرية العامة في الأعمال، الدراسات، الأفكار والاقتراحات حول المشاكل والمواضيع التي يتحملها الرئيس المدير العام ويرأس هذه الهياكل الرئيس المدير العام *PDG* أو المساعدين (المديرين العاميين والمساعدين أو المستشارين).

ونجد فيها: مجلس الإدارة، اللجنة الاستراتيجية، لجنة إجراءات المصادقة، لجنة قروض الخزينة، لجنة الشبكة، مجلس الصفقات، لجنة الحماية، لجنة النوعية الكاملة، لجنة القيادة عن طريق الإعلام الآلي، مجلس (Adhoc) المكلف بالأرشفة.
وبعد هذه الهياكل نجد كل من:

- **المجمع الجهوي للاستغلال:** وهي وحدة إدارية لا مركزية غالبا ما تكون على مستوى مكان رئيسي في الولاية.

- **مهمته:** تتمثل أساسا في مساعدة ومراقبة وتسيير الوكالة التابعة لها وهي مسؤولة أمام الإدارة العامة عن تنفيذ المهام الموكلة لها.

- **الوكالة المحلية للاستغلال:**

يحتوي بنك الفلاحة والتنمية الريفية على 300 وكالة محلية موزعة على التراب الوطني ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك التي تملك أكبر شبكة موزعة على كامل التراب الوطني.

الشكل رقم 04: الهيكل التنظيمي العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR



المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

من خلال هذا المبحث سيتم التعرف على الأداة المستخدمة وخصائص عينة الدراسة، وكذا الطريقة المستخدمة في جمع البيانات مع عرض للأساليب الإحصائية المستخدمة بالنقاش والتحليل الإحصائي، وفي الأخير يتم اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

يحتاج البحث العلمي إلى عدة أساليب وطرق وخطوات لكي يصل إلى الهدف المبتغى، من بينها المنهج الذي يستعين به الطالبتين والذي يقوده ويوضح له معالم الطريق، وكذا اختيار مجتمع وعينة البحث التي تتناسب وبحته.

أولاً: المنهج العلمي المعتمد

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي والذي يتناسب مع الموضوع المختار من خلال دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة، ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج التي يتم إتباعها في دراسة الظواهر، والذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة بها، ومن بين الأساليب الأكثر استخداماً في المنهج الوصفي أسلوب دراسة حالة حيث يقوم على جمع الحقائق والبيانات والمعلومات عن حالة فردية أو مجموع من الحالات بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة أو المجتمع التي تمثله هذه الحالة.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة، حيث تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث عددها 33 زبون، وسنوضح فيما يلي خصائص عينة الدراسة:

1-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس:

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	28	84.84
أنثي	05	15.16
المجموع	33	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يلاحظ أن أعلى نسبة كانت لجنس الذكور أي أن 84.84% من عينة الدراسة من الذكور، بينما نسبة الإناث 15.16%، ومن الملاحظ أن غالبية العينة المختارة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة من جنس الذكور.

2-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر

جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية%
من 20 سنة الى 30 سنة	11	33.33
من 31 سنة الى أقل من 40 سنة	08	24.24
من 40 سنة الى 50 سنة	09	27.27
من 51 سنة فما فوق	05	15.15
المجموع	33	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

قسم متغير العمر إلى 4 فئات، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه هيمنت الفئة العمرية من 20 سنة إلى 30 سنة، بنسبة 33.33% من عينة الدراسة، وتلتها الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة بنسبة 27.27%، ثم الفئة العمرية من 31 سنة إلى 40 سنة بنسبة 24.24%، وفي الترتيب الأخير الفئة من 51 سنة فما فوق بنسبة مشاركة 15.15%، ومن الملاحظ أن غالبية العينة المختارة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة من ذوي العمل أقل من 20 سنة إلى 30 سنة وهو ما يمثل الفئة الشبانية.

3-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي
06.06	02	أقل من متوسط
27.27	09	ثانوي
33.33	11	جامعي
15.15	05	دراسات عليا
18.18	06	دراسات أخرى
100%	33	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

قسم متغير المستوى التعليمي إلى 05 فئات، حيث هيمنت فئة ذات المستوى التعليمي جامعي بنسبة مشاركة 33.33% وهي تمثل أعلى نسبة من عينة الدراسة، وتلتها فئة ثانوي بنسبة 27.27%، ثم تليها فئة دراسات أخرى 18.18%، أما فئة الدراسات العليا كانت نسبتها 15.15%، في حين كانت أقل نسبة من نصيب فئة أقل من متوسط بنسبة 06.06%، ومن الملاحظ أن غالبية العينة المختارة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة من ذوي المستوى الجامعي.

4-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير قطاع النشاط

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير قطاع النشاط

قطاع النشاط	التكرار	النسبة المئوية%
صناعي	08	24.24
خدماتي	02	06.06
فلاحي	01	03.03
مهن حرة	11	33.33
متقاعد	04	12.12
دون عمل	07	21.21
المجموع	33	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

قسم متغير قطاع النشاط إلى 6 فئات، حيث نلاحظ من الجدول أعلاه هيمنت القطاع مهن حرة، بنسبة 33.33%، ثم القطاع الصناعي، بنسبة 24.24%، تلاه قطاع بدون عمل بنسبة 21.21%، وتلاه قطاع المتقاعدين، بنسبة 12.12%، ثم القطاع الخدماتي بنسبة 06.06%، وفي الترتيب الأخير فئة القطاع الفلاحي بنسبة 03.03%، ومن الملاحظ أن غالبية العينة المختارة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة من ذوي مهن الحرة.

5- توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من سنتين	8	24.24
من سنتين إلى 5 سنوات	9	27.27
من 11 سنة فما فوق	16	48.48
المجموع	33	%100

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه كانت الفئة الأكبر تكرر للفئة ذات الخبرة من 11 سنة فما فوق بنسبة 48.48%، ثم تليها فئة من سنتين إلى 5 سنوات بنسبة 27.27%، ثم تليها في الترتيب الأخير الفئة أقل من سنتين بنسبة مشاركة 24.24%، ومن الملاحظ أن غالبية العينة المختارة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة لديهم سنوات أكبر من التعامل مع البنك والتي فاقت أكبر من 11 سنة.

ثانيا: مصادر جمع بيانات ومعلومات الدراسة

عند إنجاز أي دراسة علمية لابد من توفر البيانات والمعلومات للإلمام بموضوع الدراسة، والحصول على هذه المعلومات والبيانات وجب الاعتماد على مختلف المصادر المتنوعة.

1-المصادر الثانوية للدراسة.

اعتمدنا في جمع المصادر الثانوية على المسح المكتبي للمراجع المستخدمة في هذه الدراسة.

1- المصادر الأولية للدراسة (الاستبيان).

اعتمدنا على الاستبيان كمصدر أولي في جمع بيانات معلومات دراستنا وهو من أهم أدوات البحث العلمي للحصول على معلومات آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتم إعداده وتطويره بشكل يساعد على جمع البيانات والمعلومات من العينة محل الدراسة.

1-2 مراحل بناء وتصميم الاستبيان:

تمت مراجعة الاستبيان وتنقيحه من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية، وقد مرت عملية بناء الاستبيان بعدة مراحل:

- مرحلة البناء: صمم الاستبيان حسب سلم رنيس ليكارت (Rensis Likert)

الخماسي، إذ يقابل كل فقرة من الفقرات الاستبيان خمسة (5) تقضيلات، كما تم تحديد درجة الموافقة على هذه الفقرات وهو ما يوضحه الجدول التالي.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

جدول رقم (06): درجات مقياس رنسيس ليكارت (Rensis Likert) الخماسي

بدائل التفضيلات	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4
				5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

- المرحلة الثانية: بعد اختيار السلم المتبع تم بناء محاور الاستبيان وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبيان وصياغة عباراته، تم تحديد الأبعاد والمحاور الرئيسة التي يشملها الاستبيان، وتحديد العبارات التي تقع تحت كل محور وكل بعد وتصميم الاستبيان في صورته الأولية ومراجعته وتنقيحه من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاتها وتعديلاته.

المرحلة النهائية: في هذه المرحلة تم صياغة الاستبيان في شكله النهائي بعد مراجعته وتنقيحه من قبل الأساتذة المحكمين، والأخذ بمقترحاتهم وتعديلاتهم حيث؛ شمل المحور الأول البيانات الشخصية لعينة الدراسة، المحور الثاني يمثل المتغير المستقل خدمات النوافذ الإسلامية، وشمل المحور الثالث المتغير التابع رضا الزبون، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (07): محاور الاستبيان وأبعاده

محاور الاستبيان	التعيين
المحور الأول البيانات الشخصية	الجنس، العمر، المستوى التعليمي، قطاع النشاط، سنوات التعامل مع البنك.
المحور الثاني المتغير المستقل خدمات النوافذ الإسلامية	من 1 إلى العبارة 08
المحور الثالث المتغير التابع رضا الزبون	من 09 إلى العبارة 21

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ثالثا: أساليب المعالجة الإحصائية.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات وتفسيرها تم الاعتماد على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS (Statistical Package for Social Sciences، الإصدار 26، وتم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية تتمثل في:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة البيانات الأولية لمجتمع الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- 2- المتوسط الحسابي: يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداماً، يعبر عن مدى أهمية عبارات الاستبيان عند أفراد العينة، كما يعبر عن تركز إجابات العينة حول قيمة معينة، تبعاً لدراجات المعطاة لبدائل المقياس المستخدم.
- 3- الانحراف المعياري: هو من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات الدراسة حول متوسطها الحسابي، وتكون قيمه جيدة كلما اقترب من الصفر.
- 4- معامل الارتباط كارل بيرسون: ارتبط ثنائي يستخدم في معرفة قوة العلاقة البينية وقيمه محصورة بين (-1 و1).
- 5- معامل الصدق: يقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه.
- 6- معامل الثبات: يختبر مدى الاعتمادية على أداة الدراسة المستخدمة.
- 7- اختبار التوزيع الطبيعي: يستخدم لمعرفة واكتشاف اعتدالية توزيع البيانات من عدمها.
- 8- الانحدار الخطي البسيط: نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

رابعاً: صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

بعدما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من إخضاعه لاختباري الصدق والثبات.

1- صدق أداة الدراسة: يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وهناك أنواع كثيرة من الصدق يتم اعتمادها لفحص أداة الدراسة، وسنقتصر في دراستنا على نوعين من الصدق لتأكد من صدق الاستبيان من خلال صدق المحكمين، وصدق الاتساق الداخلي.

1-1 صدق المحكمين: يعني أن تكون عباراته مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله ويتعلق صدق المحكمين بحالتين.¹

- **الصدق الظاهري:** نوع من أنواع صدق المحكمين يبين مدى تعلق العبارة بالهدف الذي وضعت من أجله.

- **صدق المحتوى:** صدق مكمل للصدق الظاهري وهو نوع من أنواع صدق المحكمين، كما يبين مدى وضوح كل من عبارات الاستبيان من ناحية المعنى، والصياغة اللغوية والعلمية والتصميم المنطقي لها، وأنها تغطي المساحات المهمة لمجالها (شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها)، وللتحقق من صدق المحكمين (الصدق الظاهري وصدق المحتوى) عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين ذات الاختصاص والخبرة في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطلب منهم إبداء رأيهم حول عبارات الاستبيان وذلك بالحذف والتعديل واقتراح عبارات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناء على ملاحظات الأساتذة المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونة من 21 عبارة، وبالتالي فإن الاستبيان يتمتع بصدق المحكمين.

¹ مؤيد الساعدي، قياس اللاملموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة

الأولي، عمان، الأردن، 2016، ص 452.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

2-1 صدق الاتساق الداخلي: يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان؛ مدى

اتساق كل عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر، وتم ذلك من خلال حساب معامل الارتباط كارل بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليها، والجدول التالي يوضح المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

الجدول رقم (08): المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

ارتباط عكسي					ارتباط طردي				
قوي جدا	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جدا
1	0.9	0.7	0.5	0.3	0	0.3	0.5	0.7	0.9
تام					تام				

Source: Emen bnymfarej, **Data analysais**, the statisical économie and social edition, Without the ,research and training center for islamic countries(SESRIC) .Ankara, Turkey, 2015, p: 25

الجدول رقم (09): الاتساق الداخلي لعبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية

الرقم	العبارات	الاتساق مع المحور
01	توفر النوافذ الإسلامية صيغ مناسبة لتوظيف الأموال	0.856
02	تتعامل النوافذ الإسلامية وفق أسس الشريعة الإسلامية	0.705
03	تقدم التمويل المناسب للمؤسسات الصغيرة وكذا المؤسسات الناشئة	0.511
04	تحفز باستقطاب الأموال الموجودة في السوق الموازي	0.489
05	تستفيد المؤسسة الممولة عن طريق النوافذ الإسلامية من الدعم لإنجاح المشروع	0.511
06	التعامل مع نوافذ الإسلامية يجنب الوقوع في الربا	0.689
07	تعمل النوافذ الإسلامية بنفس الآليات التي تطبقها البنوك الإسلامية	0.779
08	تكاليف خدمات النوافذ الإسلامية منخفضة مقارنة بباقي الخدمات	0.665

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

من الجداول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع محور خدمات النوافذ الإسلامية، أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (10): الاتساق الداخلي لعبارات رضا الزبون

الرقم	العبارات	الاتساق مع المحور
09	أشعر بالارتياح حين أتعامل مع الشبائيك الإسلامية	0.655
10	تشبع مختلف الخدمات المعروضة في الشباك الإسلامي حاجاتي	0.633
11	تمتاز خدمات الشباك الإسلامي بتنوعها	0.756
12	أجد السرية التامة من خلال تعاملي مع الشباك الاسلامي	0.725
13	يمتاز التعامل مع الشباك الإسلامي بسهولة الإجراءات	0.556
14	يقدم لي الشباك الإسلامي كشوف حسابات واضحة ودقيقة	0.426
15	يتعامل البنك الإسلامي مع المعلومات الخاصة بسرعة تامة	0.389
16	اشعر بالأمان في التعامل مع هذا الشباك	0.798
17	فترات عمل الشباك مناسبة للزبائن	0.652
18	أقوم بنصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك	0.645
19	الشباك يفي بوعوده في أداء الخدمات	0.689
20	إذا كانت هناك مشكلة فإن الشباك سوف يكون على استعداد لمناقشة هذا الأمر معك	0.886
21	لا توجد لدي ميول داخلية للتحويل إلى بنك آخر	0.536

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع محور رضا الزبون، أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

2-ثبات أداة الدراسة: يقصد بثبات الاستبيان؛ أنه يعطي نفس النتائج لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، بمعنى إذا أعيد توزيع الاستبيان بعد فترات زمنية معينة ولأكثر من مرة نجد استقرار في النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير، ولتحقق من ثبات أداة الدراسة اعتمدنا طريقتين:

1-2 طريقة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbachs) : يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ، للحكم على دقة القياس، بقياس مدى توافق الإجابات مع بعضها البعض، وموثوقية النتائج بأن يعطي المقياس قراءات متقاربة عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة، وأن يكون معامل ألفا كرونباخ يزيد عن القيمة المعيارية (0.6)¹، والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.

الجدول رقم (11): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة.

المحاور	رقم العبارة	معامل ألفا كرونباخ
المحور المستقل خدمات النواظ الإسلامية	من 1 إلى العبارة 08	0.796
المحور التابع رضا الزبون	من 09 العبارة 21	0.845
الاستبيان ككل	من 1 إلى العبارة 21	0.857

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه قيمة معامل الارتباط ألفا كرونباخ لمحوري الدراسة وقيمة الاستبيان ككل، هي أكبر من القيمة المعيارية للاختبار 0.6 (الحد الأدنى)، وهي قيم ممتازة وجد مناسبة، وتفي بأهداف وأغراض الدراسة حيث؛ أن قيمة الاستبيان ككل تؤكد ثبات الاستبيان ما يعادل 85.70%.

2-2 الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار إلى جزئين، لذلك تسمى بالطريقة النصفية.

¹محمد الجعفري، هديل الطاهر، دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 4، العدد 13، جامعة النيلين، الخرطوم، السودان، 2020، ص285.

الجدول رقم (12) يبين نتائج اختبار Guttman Split-Half Coefficient

Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	7960,
		N of Items	8
	Part 2	Value	8450,
		N of Items	13
	Total N of Items		21
Correlation Between Forms			0,856
Spearman–Brown Coefficient	Equal Length		0,878
	Unequal Length		0.887
Guttman Split–Half Coefficient			0,896

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه معامل الارتباط **Guttman Split-Half Coefficient** لقياس ثبات الاستبيان عال **0.896** مما يدل على أن الأداة تتمتع بثبات وهي صالحة لما وضعت لاختباره.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

في هذا المطلب سنقوم باختبار التوزيع الطبيعي للبيانات من أجل تحديد ومعرفة نوعية الاختبارات التي نعتمدها في دراستنا، كما نعرض النتائج المتحصل إليها إحصائياً والمتعلقة بمحاور الاستبيان وكذا اختبار صحة الفرضيات المطروحة في الدراسة.

المطالب الأول: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Tests of Normality)

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة طبيعة توزيع بيانات ظاهرة معينة في كونها تتبع التوزيع الطبيعي (الاعتدالي) من عدمه، وهذا الاختبار ضروري في اختبار الفرضيات، وكذا في اختيار نوعية الأدوات والأساليب الإحصائية التي تستخدم في الدراسة، ولأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، وللكشف عن مدى ملائمة البيانات للتوزيع الطبيعي استخدمنا عدة اختبارات:

1- اختبار شابيرو ويلك Shapiro-Wilk

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة توزيع البيانات إذا كان حجم العينة أقل من 50 مفردة، بينما يستخدم اختبار Kolmogorov-Smirnov إذا كان حجم العينة أكبر من 50 مفردة، وبالاعتماد على مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويتم الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية، والعكس نعتمد على الاختبارات المعلمية إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار

جدول رقم (13): نتائج اختبار Shapiro-Wilk

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
المحور التابع رضا الزبون	0,101	33	0,122	0,889	33	760,0
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يتبين أن القيم الاحتمالية لاختبار Shapiro-Wilk كلها أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة 0.05، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الاختبارات المعملية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

ثانيا: عرض وتفسير اتجاهات أفراد العينة نحو محاور الدراسة.

بالاعتماد على أدوات إحصائية تم معالجة بيانات اتجاهات أفراد العينة، من أهمها التكرارات، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي، كما تم اعتماد لمقياس رنسيس ليكارت (Rensis Likert) الخماسي، فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكارت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (5/4=0.80) وذلك بعد إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية مقياس وهي واحد صحيح) وهكذا أصبح طول الخلية 0.80، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (14): المحك المعتمد في الدراسة للاستبيان.

درجات الموافقة	الإجابات	المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي النسبي المقابل له	الاتجاه
01	غير موافق بشدة	[1 - 1.80]	[20% - 36%]	منخفض جدا
02	غير موافق	[1.80 - 2.6]	[36% - 52%]	منخفض
03	موافق بدرجة متوسطة	[2.60 - 3.40]	[52% - 68%]	متوسط

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

04	موافق	[4.20- 3.40]	[84% - 68%]	عالي
05	موافق بشدة	[5 - 4.20]	[100% 84% -]	عالي جدا

المصدر: زكي ناهض، مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات الحكومية الفلسطينية وسُبل تعزيزها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة لدراسات العليا، غزة، فلسطين، 2016، ص 126.

1- تحليل العبارات المتعلقة بمحور خدمات النوافذ الإسلامية

جدول رقم (15): العبارات المتعلقة بمحور خدمات النوافذ الإسلامية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
01	توفر النوافذ الإسلامية صيغ مناسبة لتوظيف الأموال	3.75	1.185	3	عالي
02	تتعامل النوافذ الإسلامية وفق أسس الشريعة الإسلامية	3.65	1.205	7	عالي
03	تقدم التمويل المناسب للمؤسسات الصغيرة وكذا المؤسسات الناشئة	3.71	1.216	4	عالي
04	تحفز باستقطاب الأموال الموجودة في السوق الموازي	3.90	561.2	2	عالي
05	تستفيد المؤسسة الممولة عن طريق النوافذ الإسلامية من الدعم لإنجاح المشروع	953.	0951.	1	عالي
06	التعامل مع نوافذ الإسلامية يجنب الوقوع في الربا	903.	231.0	2	عالي

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

07	تعمل النوافذ الإسلامية بنفس الآليات التي تطبقها البنوك الإسلامية	703.	201.0	5	عالي
08	تكاليف خدمات النوافذ الإسلامية منخفضة مقارنة بباقي الخدمات	6663.	351.1	6	عالي
محور خدمات النوافذ الإسلامية		.7753	.5950	/	عالي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة بمحور خدمات النوافذ الإسلامية، فقد جاءت العبارة رقم 05 (تستفيد المؤسسة الممولة عن طريق النوافذ الإسلامية من الدعم لإنجاح المشروع) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب عبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية، بمتوسط حسابي (3.95)، وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من الموافقة والقبول) [3.40 - 4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارة؛

وقعت العبارتين رقم (06) و(04) في المرتبة الثانية على الترتيب وضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة)، ووقعت العبارة رقم 01 (توفر النوافذ الإسلامية صيغ مناسبة لتوظيف الأموال) في المرتبة الثالثة من حيث ترتيب عبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية، وبمتوسط حسابي 3.75، وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارة كما بلغ انحرافها معياري 1.185.

وقعت العبارتين رقم (03) و(07) في المرتبتين الرابعة والخامسة على الترتيب وضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة)، ووقعت العبارة رقم 08 (تكاليف خدمات النوافذ الإسلامية منخفضة مقارنة بباقي الخدمات) في المرتبة السادسة من حيث ترتيب عبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية، وبمتوسط حسابي 3.666، وحسب المحك

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارة كما بلغ انحرافها معياري 1.135.

في حين وقعت العبارة رقم 02 في المرتبة الأخيرة وضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة عينة الدراسة بمستوى عال من القبول والموافقة على أن النواظ الإسلامية تتعامل وفق أسس الشريعة الإسلامية، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي 3.65، وانحراف معياري 1.205.

بالنسبة للتقييم الكلي لمحور خدمات النواظ الإسلامية فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي 3.775، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة 0.595، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على محور خدمات النواظ الإسلامية، ما يجعلنا نقول أن زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة لهم توجه عالي ويولون أهمية نحو خدمات النواظ الإسلامية.

2- تحليل العبارات المتعلقة بمحور رضا الزبون

جدول رقم (17): العبارات المتعلقة رضا الزبون

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
09	أشعر بالارتياح حين أتعامل مع الشبابيك الإسلامية	4.56	335.0	1	عال+ي جدا
10	تشبع مختلف الخدمات المعروضة في الشباك الإسلامي حاجاتي	4.03	0.956	5	عال
11	تمتاز خدمات الشباك الإسلامي بتنوعها	.653	1.321	7	عال
12	أجد السرية التامة من خلال تعاملي	3.97	0561.	6	عال

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

				مع الشباك الاسلامي	
13	يمتاز التعامل مع الشباك الإسلامي بسهولة الإجراءات	4.35	0.621	2	عالي جدا
14	يقدم لي الشباك الإسلامي كشوف حسابات واضحة ودقيقة	3.97	1.023	6	عال
15	يتعامل البنك الإسلامي مع المعلومات الخاصة بسرعة تامة	4.27	0.654	3	عالي جدا
16	اشعر بالأمان في التعامل مع هذا الشباك	3.55	1.658	8	عال
17	فترات عمل الشباك مناسبة للزبائن	3.55	1.555	8	عال
18	أقوم بنصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك	3.55	1.565	8	عال
19	الشباك يفي بوعوده في أداء الخدمات	34.2	0.695	4	عالي جدا
20	إذا كانت هناك مشكلة فإن الشباك سوف يكون على استعداد لمناقشة هذا الأمر معك	4.35	0.524	2	عالي جدا
21	لا توجد لدي ميول داخلية للتحويل إلى بنك آخر	23.5	1.768	9	عال
محور رضا الزبون					3.965
					540.7
					/
					عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة بمحور رضا الزبون، فقد جاءت العبارة رقم 09 (أشعر بالارتياح حين أتعامل مع الشبايبك الإسلامية) في المرتبة الأولى من

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

حيث الترتيب عبارات محور رضا الزبون، بمتوسط حسابي 4.56، وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عالي جدا من الموافقة والقبول) [4.20 - 5]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية جدا على هذه العبارة؛

وقعت العبارتين رقم (13) و(20) في المرتبة الثانية، ضمن مجال الاتجاه (مستوى عالي جدا، من القبول والموافقة)، كما ووقعت العبارتين (15) و(19) في المرتبتين الثالثة والرابعة بمتوسط حسابي 4.27 و4.35 على التوالي حيث ترتيب عبارات محور رضا الزبون، وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عالي جدا من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذين العبارات.

كما وقعت العبارة رقم (10) في المرتبة الخامسة ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة)، ووقعت العبارتين (12) و (14) في المرتبة السادسة من حيث ترتيب عبارات محور رضا الزبون بمتوسط حسابي 3.97 لكلا العبارتين وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذين العبارتين.

ووقعت العبارة رقم (11) في المرتبة السابعة من حيث ترتيب عبارات محور رضا الزبون، وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهما ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارة، ووقعت العبارات رقم (16-17-18) بمتوسط حسابي قدره 3.55 وحسب المحك المعتمد في الدراسة، فهي ضمن مجال الاتجاه (مستوى عال من القبول والموافقة) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارات.

في حين وقعت العبارة رقم 21 في المرتبة الأخيرة وضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة عينة الدراسة بمستوى عال من القبول والموافقة على أنه لا توجد لدي ميول داخلية للتحول إلى بنك آخر، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (3.52)، وانحراف معياري (1.768).

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

بالنسبة للتقييم الكلي لمحور رضا الزبون فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.965)، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة 0.754، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على محور رضا الزبون، ما يجعلنا نقول أن زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة محل الدراسة لهم توجه عالي إذ يولون اهتمام عال نحو رضا زبائنه.

المطلب الثاني: اختبار الفرضية العامة للدراسة

يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لخدمات الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة من وجهة نظر عينة من زبائنها، عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار الفرضية العام للدراسة تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وهو نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

جدول رقم (18): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.501	1	15,102	103,112	0,000
	Residual	7,103	31	0,145		
	Total	22,604	32			

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

من الجدول أعلاه الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة $F = 103,112$ وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value} = 0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$)، مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع رضا الزبون من خلال تأثير المتغير الفرعي المستقل خدمات الشبابيك الإسلامية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE = 0,145$ لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

جدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (معنوية معالم النموذج).

معامل الارتباط = 0.844					
الخطأ المعياري للتقدير = 0.387					
معامل التحديد $R^2 = 0.755$					
قيمة معامل التحديد المعدل = 0.780					
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمة T	معنوية T
ثابت الانحدار a	0.923	0.319	/	3.857	0.004
خدمات النوافذ الإسلامية	0.869	0.086	0.883	11.215	0.001

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول أعلاه يمكن استخلاص التحليل الإحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين خدمات الشبابيك الإسلامية مع رضا الزبون قدرت $R = 0.844$ أي ما يعادل نسبة 84.40%، ارتباط طردي قوي، بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.755$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 75.50% من التباين الحاصل في تحسين رضا الزبون يفسرها المتغير المستقل خدمات النوافذ الإسلامية، وأن الباقي 24.50% ترجع إلى عوامل أخرى.

الفصل الثاني ————— دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة

قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.387 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيم معلمة الميل $b = 0.869$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل خدمات النوافذ الإسلامية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في جودة المعلومة المالية بمقدار 0.869، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى دور وتأثير المتغير المستقل خدمات الشبابيك الإسلامية على تحسين رضا الزبون.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لرضا الزبون الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي المستقل خدمات النوافذ الإسلامية بالرمز x.

$$x0.869+0.923Y=$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لخدمات الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون ببنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة من وجهة نظر عينة من زبائنها، عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال هذا الفصل تم عرض خصائص عينة الدراسة من خلال المتغيرات التعريفية العامة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، قطاع النشاط، سنوات التعامل مع البنك)، وتمت المعالجة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة عن طريق البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعية SPSS.V26 للتعرف على الدور الذي تساهم به الشبابيك (النوافذ) الإسلامية في تحسين رضا الزبون بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة، حيث توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لخدمات الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون ببنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة من وجهة نظر عينة من زبائنهم، عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

التخائمه

الخاتمة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات النظرية والتطبيقية، التي تخص كلا المحورين محور خدمات الشبابيك الإسلامية ومحور تحسين رضا الزبون، سواء تعلق الأمر بالمفاهيم السائدة لكليهما، أو آراء عينة الدراسة، كما تم طرح مجموعة من الاقتراحات وعدة مواضع تمثل أفق الدراسة.

أولاً: الاستنتاجات النظرية

1-تواجه البنوك التجارية عند فتحها لنوافذ وفروع للمعاملات الإسلامية صعوبات ومعوقات تحد من نجاحها.

2-تعتبر تجربة ممارسة البنوك التقليدية للعمل المصرفي الإسلامي من خلال نوافذ أو فروع للمعاملات الإسلامية تجربة ناجحة، لما ترتب عليها من نتائج ايجابية ملموسة تتمثل في نمو العمل المصرفي الإسلامي.

ثانياً: الاستنتاجات التطبيقية

1-غالبية عينة الدراسة لزبائن ببنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة جنسهم النوعي ذكور؛

1- غالبية عينة الدراسة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة فئة شبانية عمرهم يتراوح من 31 إلى أقل من 40 سنة؛

2- غالبية عينة الدراسة لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة مستواهم التعليمي جامعي؛

3-قطاع النشاط زبائن عينة الدراسة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" وكالة المسيلة غالبية قطاع الخدمات.

4-نتج عن تحليل آراء اتجاهات عينة الدراسة لمحور خدمات الشبابيك الإسلامية، أن لها أهمية ودور فعال على تحسين رضا الزبون، وهذا بناء على إجابات عينة الدراسة حيث؛ كانت إجاباتهم بدرجة موافقة عالية بمتوسط حسابي قدر ب 3.666.

5-نتج عن تحليل آراء اتجاهات عينة الدراسة على محور رضا الزبون انتمائه لدرجة مستوي عال من القبول والموافقة، بمتوسط حسابي قدره 3.758، وهذا يشير إلى اهتمام بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة بتحسين رضا الزبون.

6- توصلت الدراسة من خلال الاعتماد على معامل الارتباط الثنائي إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل خدمات الشبابيك الإسلامية ورضا الزبون حيث؛ بلغ معامل الارتباط الثنائي بينهما 0.822 أي ما يعادل نسبة 82.20% وهو ارتباط طردي قوي؛

7-نتج عن اختبار الفرضيات العامة للدراسة (اختبار الانحدار البسيط) وجود آثار إيجابية بين المتغير المستقل خدمات الشبابيك الإسلامية وتحسين رضا الزبون حيث؛ بلغ معامل التحديد (0.676) أي ما يعادل نسبة 67.60% لقوة تأثير المتغير المستقل خدمات الشبابيك الإسلامية على تحسين رضا زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة.

قائمة المصادر

والمرآجعة

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

اولا: الكتب

- 1- سامر مظهر نطنجي، صناعة التمويل في البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، دار شعاع للنشر والعلوم، حلب، سوريا.
- 2- طلعت اسعد عبد الحميد، ياسر عبد الحميد الخطيب، طارق محمد خزندار: "إدارة البنوك التجارية الإستراتيجية والتطبيق"، دار النشر، بيروت، 1996.
- 3- مؤيد الساعدي، قياس اللاملموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
- 4- يوسف حجيم سلطاني الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، إدارة علاقات الزبون، الطبعة الأولى، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.

ثانيا: الرسائل والاطروحات

- 1- بدرة بن تومي، أثر تطبيق المعايير المحاسبية الدولية على العرض والافصاح في القوائم المالية للمصارف الإسلامية، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص دراسات مالية ومحاسبة معمقة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2019، 2013.
- 2- بوخالفة سارة، سياسة وإجراءات منح القروض البنكية، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، علوم تجارية، جامعة الجزائر، 2004.
- 3- بوعنان نورالدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكر ماجستير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007.
- 4- حميدي حنان، النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية: مذكرة ماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019-2020.

- 5- رفيق علاء الدين، النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية، مذكرة الماستر، 2017-2018.
- 6- زريط خال، دور التسويق بالعلاقات في كسب رضا الزبون، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، 2014-2015.
- 7- سامعي رجاء، المزيج التسويقي للخدمات السياحية كأداة لتحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة سطيف، 2010-2011.
- 8- سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكر ماستر في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2013-2014.
- 9- سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2013-2014.
- 10- سندس ربحان باهي، دراسة واقع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك التجارية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2017-2018.
- 11- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 2010-2011.
- 12- كشيدة حسيبة، استراتيجيات رضا العميل، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 2005.

ثالثا: وثائق

- 1- بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR.
- 2- وثائق مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

رابعاً: المجلات والمؤتمرات

المجلات

- 1- أحمد خلف حسين الدخيل، النوافذ الإسلامية في المصارف الحكومية العراقية، دراسة اقتصادية إسلامية، المجلد 19، العدد 3.
- 2- بدون ذكر المؤلف، البنوك الإسلامية، مجلة إتحاد البنوك العربية، بيروت، لبنان، العدد، 737 كانون الأول 2011.
- 3- حسن حسين شحاتة، الضوابط الشرعية للفروع والمعاملات الإسلامية بالبنوك التقليدية، مجلة الاقتصاد الإسلامية، بنك دبي الإسلامي، الإمارات، العدد 240، يونيو 2001.
- 4- رحمانى أحمد، جبور محمد، النوافذ الإسلامية كآلية للتوجه نحو الصيرفة الإسلامية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، تلمسان، العدد 1، 2020.
- 5- سعيد بن سعد المرطان، ضوابط تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية في البنوك التقليدية- تجربة البنك الأهلي التجاري السعودي للجنة الاقتصادية، الكويت، ماي 1999.
- 6- سيف الإسلام شوية، سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية، اقتراح نموذج للتطوير، مختبر التربية، الانحراف والجريمة في المجتمع، جامعة عنابة، الجزائر، 2006.
- 7- عبد اللطيف جناحي، استراتيجية البنوك الإسلامية وأهدافها، بحوث مختارة من المؤتمر العام الأول للبنوك الإسلامية، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، ط1، مصر.
- 8- فهد الشريف، الفروع الإسلامية التابعة للمصارف الربوية في ضوء الاقتصاد الاسلامي، مؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي جامعة لأم قرى، مكة المكرمة، 30 ماي- 02 جوان 2005.
- 9- محمد الجعفري، هديل الطاهر، دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 4، العدد 13، جامعة النيلين، الخرطوم، السودان، 2020.

10- نجيب سمير حريس، النوافذ الإسلامية في البنوك الربوية من منظور الإسلامي،
مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 14، العدد 2، الأردن، 2014.
المراجع باللغة الأجنبية

1- BADR.INFO.S.N°₂₈. 1999.

2- [www. badr-bank. net](http://www.badr-bank.net)



الحمد لله

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

استمارة استبيان

دور الشبابيك [النوافذ] الإسلامية في تحسين رضا الزبون

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر

تحت إشراف:

رحماني سناء

إعداد الطالبتين:

فايد سميحة

زيري حميدة

إنه لطيب لي أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي أعد بهدف الحصول على البيانات المتعلقة بدراسة حالة لعينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة بعنوان: دور الشبابيك (النوافذ) الإسلامية في تحسين رضا الزبون، وهذا في إطار إعداد مذكرة ماستر بجامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة وتهدف الدراسة إلى معرفة مدى رضا الزبون على الخدمات المقدمة في الشبابيك أو الفروع الإسلامية وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة وذلك بالإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم علما بأن هذه المعلومات تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نشكر لكم مقدما جهودكم وحسن تعاونكم.

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

ملاحظة: يرجى الإشارة إلى الإجابة المناسبة بوضع علامة (×)

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر:

☐ من 20 إلى 30 سنة ☐ 31 إلى 40 سنة ☐

☐ من 41 إلى 50 سنة ☐ 51 سنة فما فوق ☐

المستوى العلمي:

☐ أقل من متوسط ☐ ثانيس ☐ جامعي ☐ دراسات ☐ ليا ☐ دراه ☐ أخرى

قطاع النشاط:

☐ صناعي ☐ خدماتي ☐ دون عمل

☐ فلاحي ☐ مهن حرة ☐ متقاعد

1. سنوات التعامل مع البنك:

☐ أقل من سنتين ☐ من 3 إلى 5 سنوات ☐

☐ من 11 سنة فما فوق

المحور الثاني: خدمات النوافذ الإسلامية

رقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
01	توفر النوافذ الإسلامية صيغ مناسبة لتوظيف الأموال					
02	تتعامل النوافذ الإسلامية وفق أسس الشريعة الإسلامية					
03	تقدم التمويل المناسب للمؤسسات المصغرة وكذا المؤسسات الناشئة					
04	تحفز باستقطاب الأموال الموجودة في السوق الموازي					
05	تستفيد المؤسسة الممولة عن طريق النوافذ الإسلامية من الدعم لإنجاح المشروع					
06	التعامل مع نوافذ الإسلامية يجنب الوقوع في الربا					
07	تعمل النوافذ الإسلامية بنفس الآليات التي تطبقها البنوك الإسلامية					
08	تكاليف خدمات النوافذ الإسلامية منخفضة مقارنة بباقي الخدمات					

المحور الثالث: مساهمة النوافذ الإسلامية بتحقيق رضا الزبون على خدمات النوافذ

رقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
09	أشعر بالارتياح حين أتعامل مع الشبابيك الإسلامية					
10	تشبع مختلف الخدمات المعروضة في الشباك الإسلامي حاجاتي					
11	تمتاز خدمات الشباك الإسلامي بتنوعها					
12	أجد السرية التامة من خلال تعاملي مع الشباك الاسلامي					
13	يمتاز التعامل مع الشباك الإسلامي بسهولة الإجراءات					
14	يقدم لي الشباك الإسلامي كشوف حسابات واضحة ودقيقة					
15	يتعامل البنك الإسلامي مع المعلومات الخاصة بسرعة تامة					
16	اشعر بالأمان في التعامل مع هذا الشباك					
17	فترات عمل الشباك مناسبة للزبائن					
18	أقوم بنصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك					
19	الشباك يفي بوعوده في أداء الخدمات					
20	إذا كانت هناك مشكلة فإن الشباك سوف يكون على استعداد لمناقشة هذا الأمر معك					
21	لا توجد لدي ميول داخلية للتحويل إلى بنك آخر					

شكرا لكم على تفهمكم وحسن تعاونكم.

الملحق رقم (2-2): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.

الرقم	الأستاذ	الجامعة
01		
02		
03		
04		
05		

الملحق رقم (2-3): مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية

1-صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور خدمات النوافذ الإسلامية

		independ ent
q1	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q2	Pearson Correlation	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q3	Pearson Correlation	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q4	Pearson Correlation	,489**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	33
q5	Pearson Correlation	,511**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q6	Pearson Correlation	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33

q7	Pearson Correlation	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q8	Pearson Correlation	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33

2-صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور رضا الزبون:

		depe ndent
q9	Pearson Correlation	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q10	Pearson Correlation	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q11	Pearson Correlation	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000

	N	33
q12	Pearson Correlation	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q13	Pearson Correlation	,556**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q14	Pearson Correlation	,426**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	33
q15	Pearson Correlation	,389**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	33
q16	Pearson Correlation	,798*
	Sig. (2-tailed)	,016
	N	33
q17	Pearson Correlation	,652**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q18	Pearson Correlation	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q19	Pearson Correlation	,689**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q20	Pearson Correlation	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	33
q21	Pearson Correlation	,536**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	3

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الشبابيك الإسلامية في تحسين رضا الزبون، وتم إجراء دراسة حالة لهذا الدور على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة؛

اعتمدنا في هذه الدراسة الميدانية على الاستبانة كأداة في جمع المعلومات والإجابة على إشكالية وفرضيات الدراسة؛ تكون مجتمع الدراسة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة، اختيرت من مجتمع الدراسة عينة عشوائية البالغ عددها 33 زبون؛

أظهرت هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الشبابيك الإسلامية على تحسين رضا الزبون عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة.

الكلمات المفتاحية: خدمات الشبابيك الإسلامية، رضا الزبون، بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR" بوكالة المسيلة.

Abstract:

The study aimed to know the role of Islamic windows in improving customer satisfaction. A case study of this role was conducted on a sample of clients of the Bank of Agriculture and Rural Development "BADR" in the Agency of Messila;

In this field study, we relied on the questionnaire as a tool in collecting information and answering the problem and hypotheses of the study. The study population consisted of clients of the Bank of Agriculture and Rural Development "BADR" in the Agency of M'sila. A random sample of 33 clients was selected from the study population;

This study showed a statistically significant effect between Islamic windows on improving customer satisfaction at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$ from the point of view of the customers of the Bank of Agriculture and Rural Development "BADR" in Al-M'sila Agency.

Keywords: Islamic window services, customer satisfaction, Bank of Agriculture and Rural Development "BADR" in M'sila.

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): ..زبيدة محمدية المولود(ة) بتاريخ: 11/07/1988 ب: المسيلة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 108321239 الصادرة بتاريخ: 2018/31/17 عن: داية وادي القفصة - المكن

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير تخصص: إعداد محالج خلال السنة الجامعية: 2022/2021

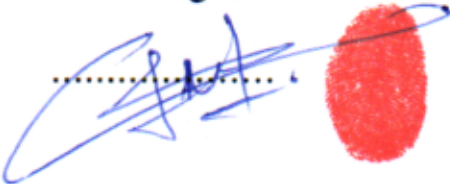
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: "دور الشايف (التوافق) الإسلامي

في تحقيق راحة الأسرة

أصرح بشرفي أنني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2022/06/30

التوقيع والبصمة





تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة):*فايزة مسيحي*..... المولود(ة) بتاريخ:*1986/05/25*..... ب:*المسيلة*.....
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم:*201851483*..... الصادرة بتاريخ:*2017/09/28*..... عن:*إدارة جام المسيلة*.....
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة:*علوم التسيير*..... تخصص:*إدارة مالية*..... خلال السنة الجامعية:*2021/2022*.....
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان:*دور التسايفك (الموافذ) الإسلامية في تحقيق*.....
.....*رضا الزبون*.....

أصرح بشرفي أنني إلزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ:*2022/06/30*.....

التوقيع والبصمة

.....*خليفة*.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله
جل جلاله

جل جلاله