

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية

دراسة عينة: من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ المشرف:

بن ابراهيم الغالي

من إعداد الطالب (ة):

لبعل صورية

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ	أ.د. قطاف فيروز
بسكرة	مقررا	أستاذ	أ.د. بن إبراهيم الغالي
بسكرة	مناقشا	أستاذ محاضر - ب -	د. محبوب سعديّة

الموسم الجامعي: 2022-2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية

دراسة عينة: من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ المشرف:

بن ابراهيم الغالي

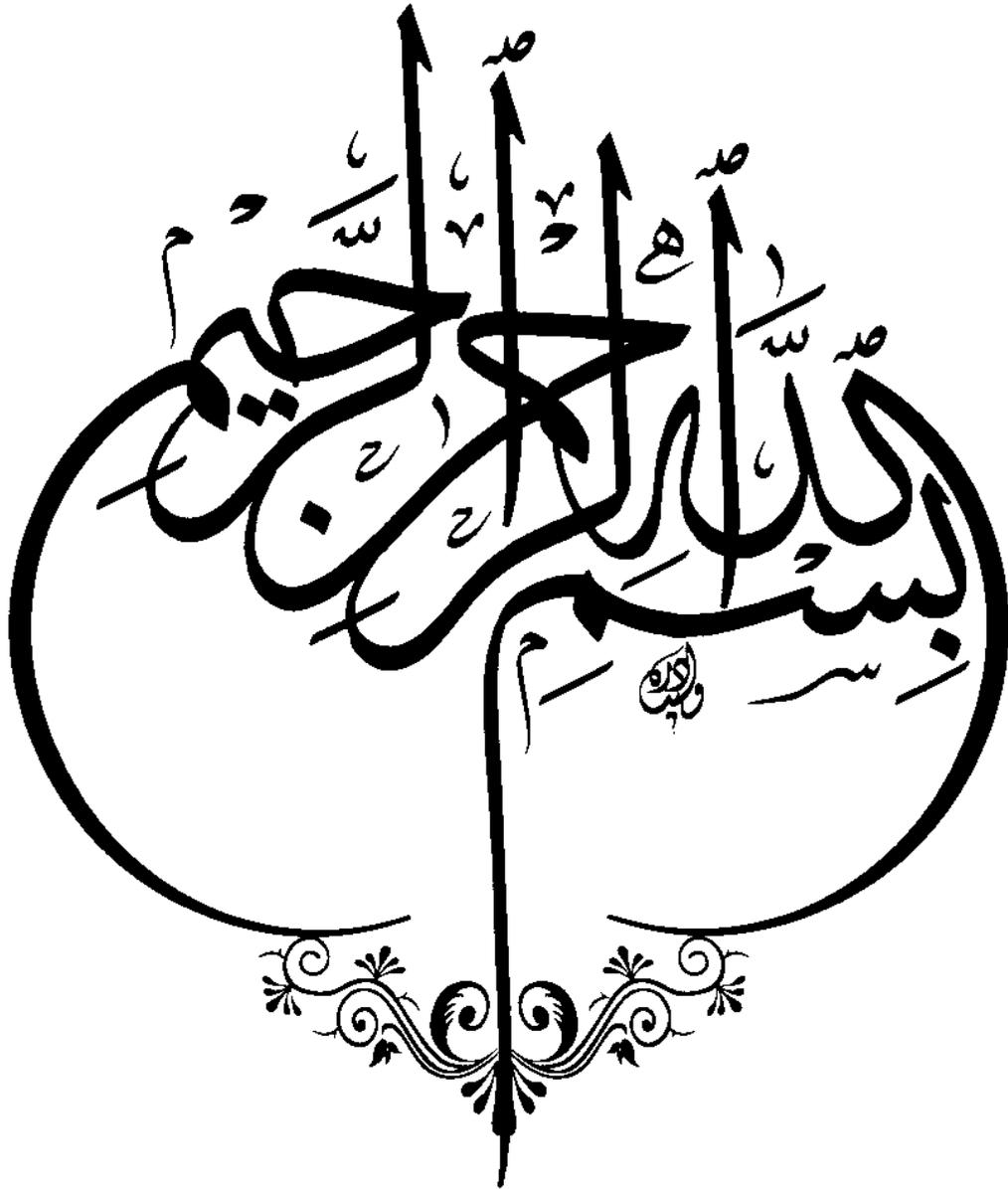
من إعداد الطالب (ة):

لبعل صورية

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ	أ.د. قطاف فيروز
بسكرة	مقررا	أستاذ	أ.د. بن إبراهيم الغالي
بسكرة	مناقشا	أستاذ محاضر - ب -	د. محبوب سعدي

الموسم الجامعي: 2022-2023



إِهْدَاء

إِلَى رُوحِ أَبِي الْغَالِيَّةِ

إِلَى أُمِّي الْعَزِيْزَةِ أَطَالَ اللهُ فِي عُمُرِهَا وَابْسَهَا ثَوْبَ الصِّحَّةِ وَالْعَافِيَةِ.

إِلَى كُلِّ أَفْرَادِ عَائِلَتِي.

صومرية

شكر وتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي بِفَضْلِهِ تَتِمُّ الصَّالِحَاتُ
لِلَّهِ الْحَمْدُ وَالشَّانُ الْعَظِيمُ،

اشكرك ربِّي أَنْ وَقَفْتَنِي فِي إِتْمَامِ عَمَلِي الْمُتَوَاضِعِ، الَّذِي أَرْجُو بِهِ عِلْمًا نَافِعًا لِي وَلِمَنْ يَمُرُّ عَلَيْهِ.
بَعْدَ حَمْدِ اللَّهِ سُبْحَانَهُ وَتَعَالَى، أَتَقَدَّمُ بِخَالِصِ شُكْرِي وَامْتِنَانِي، وَبِاسْمِي عِبَارَاتِ التَّقْدِيرِ وَالْعُرْفَانِ
لِلْأَسْتَاذِ الدُّكْتُورِ بِنِ إِبْرَاهِيمِ الْعَالِي الَّذِي مَنَحَنِي ثِقَتَهُ وَقَبَلَ مِهْمَةً الْأَشْرَافِ وَكَانَ خَيْرَ سَنَدٍ لِي، فَلَمْ يَ
بُخَلْ عَلَيَّ بِنِصَائِحِهِ، إِرْشَادَاتِهِ وَنِصَائِحِهِ

كَمَا لَا يَفُوتُنِي أَنْ أَشْكُرَ أَعْضَاءَ لَجْنَةِ الْمُنَاقَشَةِ عَلَى قَبُولِهِمْ مُنَاقَشَةَ هَذَا الْعَمَلِ وَآثَرَاهِ؛ كَمَا أَتَوَجَّهُ بِوِ
إِفْرِ التَّقْدِيرِ وَالْإِمْتِنَانِ لِجَمِيعِ اسَاتِدَةِ كَلِيَّةِ الْعُلُومِ الْأَقْتِصَادِيَّةِ وَعُلُومِ
التَّسْيِيرِ وَالْعُلُومِ التِّجَارِيَّةِ لِجَامِعَةِ مُحَمَّدِ خَيْضَرِ بِسْكَرَةِ.

إِلَى زُمَلَائِي طَلَبَةِ السَّنَةِ الثَّانِيَةِ مَاسْتَرٍ تَخَصَّصَ تَسْوِيقَ مَصْرِفِي دَفْعَةَ 2023 الَّذِيْنَ أَمَّنِي لَهُمْ
كُلَّ النِّجَاحِ وَالتَّوْفِيقِ.
إِلَى زُمَيْلَاتِي وَزُمَلَائِي بِالْعَمَلِ.

صومرية

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية وإدراك مدى مساهمتها في التأثير على أبعاد المزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية متمثلة في: الخدمة، التسعير، التوزيع، الترويج والعناصر الإضافية للمزيج التسويقي، كون أبعاده هي القاعدة الأساسية في القطاع المصرفي، بعد سلسلة الابتكارات المالية التي تبنتها الصناعة المصرفية بشقيها التقليدي والإسلامي، على عينة من موظفي البنوك المقدمة للخدمات المصرفية ذات الطابع الإسلامي وهي:

– مصرف السلام – فرع بسكرة –؛

– البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الإسلامية –وكالة بسكرة –.

كمنهج للدراسة الميدانية في ذلك فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي، إضافة الى الاستبيان كأداة لجمع البيانات مدعما بالتحليل الإحصائي لتحليل النتائج SPSS.V25 (Statistical Package For Social Sciences).

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن للتكنولوجيا المالية تأثير في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية على أبعاد المزيج التسويقي المصرفي للخدمات الإسلامية، وذلك اعتمادا على مؤشرات التحليل الإحصائي في اختبار فرضيات الدراسة، كما توصلت الدراسة الى اقتراحات أهمها: أن التكنولوجيا المالية تساهم وبشكل كبير في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية و تعزيز جودتها وتحسين أدائها، من خلال عقد اتفاقيات شراكة مع الشركات المالية المختصة من اجل تدعيم القطاع المصرفي وتحقيق الكفاءة والفعالية على عملياته، من ذلك مواكبة الابتكارات والابداعات المالية الجديدة. الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية، الخدمات المصرفية الإسلامية، المزيج التسويقي للخدمات المصرفية، الشبابيك الإسلامية، عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية.

Abstract of the study:

This study aims to find out the role of financial technology in the development of Islamic banking services and to realize the extent of its contribution to influencing the dimensions of the marketing mix of Islamic banking services represented by: service, pricing, distribution, promotion and additional elements of the marketing mix, as its dimensions are the basic rule in the banking sector, after the series of financial innovations adopted by the banking industry in both traditional and Islamic, on a sample of bank employees providing banking services of an Islamic nature, namely:

– Al Salam Bank–Biskra branch;

– The National Bank of Algeria. Islamic banking counter –Biskra agency;

As a model for the field study, the descriptive method was used, in addition to the questionnaire as a data collection tool supported by statistical analysis to analyze the SPSS results.V25 (Statistical Package For Social Sciences).

The study has reached several conclusions, the most important of which are: that financial technology has an impact on the development of Islamic banking services on the dimensions of the banking marketing mix of Islamic services, based on the indicators of statistical analysis in testing the study hypotheses, and the study also reached suggestions, the most important of which are: that financial technology contributes significantly to the development of Islamic banking services and enhance their quality and improve their performance, through partnership agreements with competent financial companies in order to strengthen the banking sector and achieve efficiency and effectiveness on its operations, including keeping abreast of new financial innovations and innovations.

Keywords: financial technology, Islamic banking, marketing mix of banking services, Islamic windows, sample of banks providing banking services.

I	ملخص الدراسة	1
II	فهرس المحتويات:	1
VII	قائمة الجداول:	1
IX	قائمة الأشكال:	1
X	قائمة المختصرات	1
ز	مقدمة	1
1	الفصل الأول: الإطار النظري	1
2	تمهيد:	1
3	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا المالية.	1
3	المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا المالية.	1
3	الفرع الأول: نشأة وتطور، تعريف التكنولوجيا المالية.	1
5	الفرع الثاني: أهمية، خصائص ومظاهر التكنولوجيا المالية.	1
7	الفرع الثالث: القطاعات الرئيسية ودوافع استخدام التكنولوجيا المالية.	1
9	المطلب الثاني: متطلبات، إبتكارات وخدمات التكنولوجيا المالية.	1
9	الفرع الأول: متطلبات التكنولوجيا المالية.	1
10	الفرع الثاني: إبتكارات التكنولوجيا المالية.	1
16	الفرع الثالث: خدمات التكنولوجيا المالية	1
17	المطلب الثالث: شركات التكنولوجيا المالية.	1
17	الفرع الأول: تعريف وخصائص شركات التكنولوجيا المالية.	1
19	الفرع الثاني: خدمات شركات التكنولوجيا المالية.	1
19	الفرع الثالث: تأثير شركات التكنولوجيا المالية على المصارف والشبابيك الإسلامية	1
20	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية الإسلامية.	1

20.....	المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية
21.....	الفرع الأول: تعريف وخصائص الخدمة
22.....	الفرع الثاني: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية
24.....	الفرع الثالث: أنواع الخدمات المصرفية
26.....	المطلب الثاني: المصارف والشبايبك الإسلامية
26.....	الفرع الأول: تعريف المصارف الإسلامية وخصائصها
28.....	الفرع الثاني: مصادر واستخدامات الاموال في المصارف الإسلامية
31.....	الفرع الثالث: تعريف الشبايبك الإسلامية وخصائصها
33.....	الفرع الرابع: ضوابط العمل في المصارف والشبايبك الإسلامية
35.....	المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإسلامية
35.....	الفرع الأول: تعريف الخدمة المصرفية الإسلامية
35.....	الفرع الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإسلامية
37.....	الفرع الثالث: معوقات ومتطلبات الخدمات المصرفية الإسلامية
39.....	المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية
39.....	المطلب الأول: التكنولوجيا المالية في المصارف والشبايبك الإسلامية
39.....	الفرع الأول: تعريف ودوافع تبني التكنولوجيا المالية في المصارف والشبايبك الإسلامية
41.....	الفرع الثاني: تقنيات التكنولوجيا المالية في المصارف والشبايبك الإسلامية
41.....	الفرع الثالث: مستقبل المصارف والشبايبك الإسلامية في ظل التكنولوجيا المالية
43.....	المطلب الثاني: أبعاد المزيج التسويقي للخدمات المصرفية في المصارف والشبايبك الإسلامية
43.....	الفرع الأول: مفاهيم حول المزيج التسويقي للخدمات الإسلامية
43.....	الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإسلامية
44.....	الفرع الثالث: تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية
44.....	الفرع الرابع: توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية
45.....	الفرع الخامس: ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية
45.....	الفرع السادس: المزيج التسويقي الإضافي للخدمات المصرفية الإسلامية

47.....	المطلب الثالث: تأثير التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي للخدمات الإسلامية.
47.....	الفرع الأول: تأثير التكنولوجيا المالية على الخدمات المصرفية الإسلامية.
48.....	الفرع الثاني: تأثير التكنولوجيا المالية على تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية.
48.....	الفرع الثالث: تأثير التكنولوجيا المالية على توزيع الخدمات في المصارف الإسلامية.
49.....	الفرع الرابع: تأثير التكنولوجيا المالية على ترويج الخدمات في المصارف الإسلامية.
49.....	الفرع الخامس: تأثير التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي الإضافي للخدمات الإسلامية.
51.....	خلاصة الفصل:
52.....	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي.
53.....	تمهيد:
54.....	المبحث الأول: تقديم عام للبنوك محل الدراسة.
54.....	المطلب الأول: التعريف بمصرف السلام الجزائر.
54.....	الفرع الأول: نبذة عن مصرف السلام.
55.....	الفرع الثاني: منتجات مصرف السلام.
57.....	الفرع الثالث: مصرف السلام- فرع بسكرة.
58.....	المطلب الثاني: التعريف بالبنك الوطني الجزائري.
58.....	الفرع الأول: نبذة عن البنك الوطني الجزائري.
59.....	الفرع الثاني: منتجات البنك الوطني الجزائري.
60.....	الفرع الثالث: البنك الوطني الجزائري-وكالة بسكرة 386-.
62.....	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة.
62.....	المطلب الأول: عرض الإجراءات الميدانية.
62.....	الفرع الأول: منهج الدراسة وإطارات الدراسة.
62.....	الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.
64.....	الفرع الثالث: متغيرات الدراسة ومصادر جمع البيانات.
65.....	المطلب الثاني: عرض أدوات الدراسة، التحليل الاحصائي، صدق وثبات الدراسة.

فهرس المحتويات

65.....	الفرع الاول: أدوات الدراسة
66.....	الفرع الثاني: أدوات التحليل الاحصائي
68.....	الفرع الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
70.....	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات
70.....	المطلب الأول: خصائص مبحوثي الدراسة
70.....	الفرع الأول: عرض أسلوب التحليل الاحصائي للنتائج النهائية
76.....	الفرع الثاني: تحليل وتفسير النتائج النهائية
84.....	المطلب الثاني: فرضيات الدراسة
84.....	الفرع الاول: إختبار صحة الفرضيات
88.....	الفرع الثاني: الإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة
89.....	خلاصة الفصل الثاني
91.....	خاتمة:
94.....	قائمة المصادر والمراجع:
102.....	الملاحق

قائمة الجداول والأشكال والرسوم البيانية

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
63	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	02
68	معامل الفا كرونباخ لقياس ثبات (الاستبيان) أداة الدراسة	03
69	قياس الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان (معامل الارتباط بيرسون)	04
70	التحقق من التوزيع الطبيعي (معامل الالتواء والتفلطح)	05
71	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس	06
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	07
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	08
74	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	09
75	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة المشغولة	10
76	يوضح درجات مقياس ليكارت الحماسي	11
77	تقييم عينة الدراسة لعبارات التكنولوجيا المالية	12
78	تقييم عينة الدراسة لعبارات الخدمة البنكية الإسلامية	13
79	تقييم عينة الدراسة لعبارات التسعير	14
80	تقييم عينة الدراسة لعبارات التوزيع	15
81	تقييم عينة الدراسة لعبارات الترويج	16
82	تقييم عينة الدراسة لعبارات المزيج التسويقي الإضافي	17
83	تحليل نتائج أبعاد المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية	18
84	نتائج تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضية الدراسة الرئيسية	19
84	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية	20
85	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير خدمات المصارف الإسلامية	21
86	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير خدمات المصارف الإسلامية	22

86	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية	23
87	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية	24
88	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية	25

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
د	نموذج الدراسة	01
06	الاستثمارات العالمية في التكنولوجيا المالية (الصفقات والتمويل) مليار دولار أمريكي	02
08	قطاعات التكنولوجيا المالية	03
11	مراحل تعدين العملات المشفرة	04
12	تطبيقات سلسلة الكتل	05
13	يمثل عملة الايثريوم	06
15	ابتكارات التكنولوجيا المالية	07
23	مفهوم الخدمة المصرفية	08
57	الهيكل التنظيمي لمصرف السلام - فرع بسكرة-	09
61	الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري (وكالة بسكرة رقم 386)	10
71	خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	11
72	خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية	12
73	خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	13
74	خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	14
75	خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة المشغولة	15

باللغة الأجنبية	المختصر	باللغة العربية
Financial technology	Fin Tech	التكنولوجيا المالية
Statistical Package for the Social Sciences	SPSS	برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية
Financial Stability Board	FSB	مجلس الاستقرار المالي (هيئة دولية ترأب وتقدم توصيات حول النظام المالي العالمي)
P2P landing	P2P landing	التمويل من النظر إلى النظر (النظر إلى هم أنظمة كمبيوتر وأجهزة أخرى متصلة ببعضها البعض، عبر شبكات للإنترنت الند للند (P2P) فكل نظير مساو للآخرين، ولكل نظير نفس الحقوق والواجبات مثل الآخرين، هي نموذج للتمويل يتيح للأفراد أو المستثمرين أن يقرضوا الأموال مباشرة للأفراد أو الشركات الأخرى عبر منصة الانترنت بمعنى الوساطة بين الطرفين)
Ethereum	ETH	عملة رقمية (المشفرة)
islamic Financial initiation network	IFIN	منصة أيفن البحرينية (الشبكة الإسلامية للتمويل الإسلامي)
Automated Teller Machine	ATM	جهاز الصراف الآلي
Path Solutions	Path Solutions	شركة مهمتها تطوير البرمجيات والخدمات المهنية والاستشارات للمؤسسات المالية التقليدية والإسلامية وكذلك التزويد بالحلول التكنولوجية المالية للخدمات المصرفية الرقمية والاجتماعية، والتنقل، وتحليلات الأعمال، وإدارة المخاطر، وبرنامج الخدمات المصرفية الأساسية المعتمد من AAOIFI، مقرها الشويخ بدولة الكويت
Banque National d'Algérie	BNA	البنك الوطني الجزائري
Cronbach's alpha	α	معامل ألفا كرونباخ (معامل الثبات)

مقدمة

إن النظام المالي الذي نلمسه اليوم يختلف كثيرا عن سنوات القرن الماضي، نتيجة التغيرات والتطورات في تعاملاته وفي الخدمات التي يقوم بتقديمها، فمجده اليوم يسعى إلى تطوير وتنظيم الأساليب والطرق من أجل تمويل المشاريع، رفع مستوى معدلات الاستثمار وكذا تمويل التنمية من ذلك المساهمة في زيادة معدل النمو الاقتصادي، كل ذلك كان نتيجة خلق ميكانيزمات وتقنيات تكنولوجية أو ما يسمى بالتكنولوجيا المالية التي أسهمت بشكل واضح وانعكست نتيجتها على أحد مكونات النظام المالي وهو القطاع المصرفي.

ساهم التطور في التكنولوجيا المالية في رفع أداء المؤسسات المصرفية من خلال تجويد خدماتها ما جعل منها مطلبا ضروريا يجب تبنيه في ظل التغيرات الحاصلة على المستوى المالي العالمي، أيضا دورها في النهوض بالقطاع المالي والمصرفي وتمكينه من المنافسة العالمية.

تعتبر التكنولوجيا المالية (**Financial technology**) أو الفينتك (**Fin Tech**) أهم ما توصلت إليه الصناعة المالية والمصرفية واحدى اهم القضايا التي تشغل المجتمع المالي والمصرفي ، من جهة نتيجة لتآكل ثقة العملاء أيضا للتعاملات والممارسات الغير قانونية التي ظهرت في أزمة الرهن العقاري سنة 2008، مما جعلها تتكبد خسائر مالية كبيرة، ومن جهة أخرى من حيث الفرص التي تتيحها، ففي هذه الظروف الاستثنائية عملت المصارف تحت ظل القوانين والتشريعات من اجل استرجاع التوازن والاستقرار الاقتصادي المالي فقد كان من ضمن الأولويات حماية العملاء وتقييم ملاءمتهم المالية مع اختيار المنتجات الأكثر جودة.

ساعدت التطورات التكنولوجية الحديثة ووسائل الاتصال في التأثير والتغيير في البني التحتية وكذا الثقافات المالية للقطاعات المصرفية، فأصبح لزاما عليها اليوم مواكبة التطورات التكنولوجية المالية بشكل يسمح لها بعصرنة منتجاتها من خلال استنبات نماذج خدمية تهدف إلى تعزيز استراتيجياتها المالية وقد كان عن طريق شركات التكنولوجيا المالية لتتوسع في اغلب دول العالم معلنة ازدياد أساليب ونماذج جديدة من الخدمات المالية والمصرفية ومما ساعدها ودعمها في ذلك شركات الاتصالات التكنولوجية الكبيرة ، وما زاد أيضا من تعظيم مكانتها جائحة كورونا وما نجم عنها من إغلاق لأغلب اقتصادات العالم وتباعد اجتماعي كاحترازا ضرورية ، باتت التكنولوجيا المالية المبدع في مجال الخدمات المالية والمصرفية .

تواصلت تبعات التكنولوجيا المالية لتصل وتلمس قطاع التمويل الإسلامي عبر ما تسمى بالتكنولوجيا المالية الإسلامية التي اعتبرت نهجا من نُهج التكنولوجيا المالية المتوافقة مع مقاصد الشريعة الإسلامية، فالاهتمام بما كصناعة قائمة بذاتها جعلها في مواجهة دائمة وتحديات كبيرة في ظل منافسة متكافئة مع المصارف التقليدية، من خلال الدور الفعال الذي لعبته التكنولوجيا المالية كونها أصبحت تشكل خيارا استراتيجيا مهم في جودة وحوكمة أداء وإدارة البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية، بالإضافة إلى منحها الفرصة للراغبين في استثمار أموالهم بأساليب تتوافق مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.

على ضوء ما سبق، تسعى هذه الدراسة الإثراء والإسهام في أبحاث علمية سابقة حاولنا من خلالها التوصل إن كانت التكنولوجيا المالية تساهم في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، من هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية؟



وسعيًا لإمام بالتساؤل الرئيسي تطرح هذه الدراسة جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

1. هل تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية؟
2. هل تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية؟
3. هل تساهم التكنولوجيا المالية تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية؟
4. هل تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية؟
5. هل تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية؟

الدراسات السابقة

تميزت الدراسات التي ربطت بين التكنولوجيا المالية و الخدمات المصرفية الإسلامية بالقلة، في ظل التقدم التكنولوجي و صعوبة تطبيقه على البنوك، فمن بين الدراسات السابقة التي أثارت اهتمامنا وتناولت موضوع الدراسة من وجهات نظر متعددة والتي لها صلة مباشرة وغير مباشرة بعنوان الرسالة.

أولاً: الدراسات باللغة العربية

1. ط. د. حيمر ليندة، د. نور الدين شارف، مخبر **DECOPILS**، 2022/04/10، دور التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية التجربة الماليزية نموذجاً، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEC)، المجلد: 03، العدد: 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف (الجزائر)، ص: 89-104.

وقد توصلت الدراسة إلى أهمية إدماج التقنيات التكنولوجية للتحويل السريع في القطاع المالي من اجل مواجهة التحديات والعراقيل على مستوى الساحة المصرفية العالمية، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، فيما تمثل مجتمع الدراسة بالمصارف الإسلامية الماليزية، فمن ابرز الاستنتاجات التي توصلت لها الدراسة أن للمصارف الإسلامية الماليزية الحظ الأوفر في تبني هذه التقنيات التي ساعدتها في تطوير نظامها المصرفي الإسلامي بالإضافة إلى احتلال الصدارة في الخدمات المصرفية وعزز في جودة خدماتها، كما ساعدت التكنولوجيا المالية في نمو وتطور الشركات الناشئة ما أدى إلى زيادة التنافس بينها وبين المصارف التقليدية، واستناداً لما سبق توصي الدراسة بعدد من التوصيات كان من أبرزها تكوين رأس مال بشري مختص في مجال التكنولوجيا المالية الإسلامية، فضلاً عن وضع خلية لليقظة التكنولوجية على مستوى كل مصرف إسلامي من اجل متابعة التطورات السريعة للتكنولوجيا.

2. بن قايد الشيخ، عبادة عبد الرؤوف، 2022/06/30، تحديات الصيرفة الإسلامية في الجزائر ومتطلبات تطويرها، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد: 07، العدد: 01 (جوان 2022)، جامعة غرداية (الجزائر)، ص: 163-179.

حيث قام الباحث بتقسيم دراسته إلى ثلاثة محاور أساسية حاول من خلالها إبراز الإطار الشرعي و القانوني للصيرفة الإسلامية في الجزائر ضمن المحور الأول، المحور الثاني تضمن شروط و متطلبات تفعيل الصيرفة الإسلامية في الجزائر، أما في المحور الثالث فقد تضمن دراسة تطبيقية ميدانية حول واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر وسبل تطويرها من خلال الاستعانة ببرنامح الحزمة

الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 20 ، حيث خلصت الدراسة إلى أن المعوقات القانونية ، التنظيمية و الإدارية من الأسباب الرئيسية التي تحول في نجاح و إرساء الصيرفة الإسلامية في الجزائر .

3. بوخاري فاطنة حنان، 2022/08/31 ، دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء البنوك الإسلامية، عرض لتجارب دول رائدة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد:08، العدد:02(أوت 2022)، مخبر تسيير المؤسسات، جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس(الجزائر) ص:105-126.

حيث سلطت الدراسة الضوء على واقع استخدام التكنولوجيا المالية في البنوك الإسلامية من خلال عرض لتجارب دول رائدة نموذجاً، إذ اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، من أهمها أن التكنولوجيا المالية تسهم بشكل فعال في تحقيق تنمية مستدامة للصناعة المالية الإسلامية من خلال الحلول المبتكرة والأدوات، والمنتجات المالية الجديدة التي خلقتها.

4. طالم صالح، 2022/10/13، إسهامات التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد:13، العدد:02(2022)، جامعة تيسمسيلت (الجزائر)، ص:247-268.

توصلت الدراسة أن ابتكارات التكنولوجيا المالية قد ساهم في استحداث تطبيقات مالية ساعدت في إجراء العديد من المعاملات وتقديم العديد من الخدمات أثبتت توافقها مع أحكام الشريعة الإسلامية، فقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، فيما تمثل مجتمع الدراسة في منصات التمويل الجماعي الإسلامية نموذجاً، فمن ابرز الاستنتاجات التي توصلت لها الدراسة مساهمة تطبيقات التكنولوجيا المالية في تقديم حلول مالية مبتكرة تمتاز بالسرعة العالية و التكلفة المنخفضة ما يساعد في رفع كفاءة أداء القطاع المالي هذا بالإضافة إلى دعم وتطوير صناعة الخدمات المالية الإسلامية بمختلف فروعها ، كما خلصت الدراسة الى تقديم بعض التوصيات المتمثلة في تحسين البنى التحتية لقطاع التكنولوجيا المعلومات و الاتصالات تمهيدا لنمو وازدهار قطاع خدمات التكنولوجيا المالية.

5. بلكرشة رابع ، بن يحي فاطيمة الزهراء، 2023/04/06، مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية -البنك الوطني الجزائري أمودجاً-، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد:06، العدد:01(2023)، جامعة ابن خلدون تيارت، مخبر تطوير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (الجزائر)، ص:25-42.

هدفت الدراسة إلى إظهار دور الشبابيك الإسلامية بالبنوك التقليدية في التسويق والتعريف بالصيرفة الإسلامية في المجتمع الجزائري، من حيث عرض المفاهيم الأساسية حول البنوك التقليدية، وطريقة جعل الشباك الإسلامي مساحة لتبني الصيرفة الإسلامية، وكسب ثقة العملاء المتخوفون من المعاملات غير شرعية، بالإضافة إلى التطرق إلى مفهوم وأنواع المنتجات المالية الإسلامية الموجودة بالبنك عينة الدراسة، وأهمية توفرها لكافة فئات المجتمع ليس فقط في البنوك الإسلامية بل تتعداها إلى شبابيك إسلامية.

توصلت الدراسة إلى أن تسويق الخدمات المالية الإسلامية عبر البنوك التقليدية التي أنشأت عدة شبابيك إسلامية، يعطي خيارات متعددة في أماكن مختلفة من الوطن للفتنات المحرومة من وجود بنوك إسلامية أو قلتها، بالإضافة إلى أن تبني وتسويق منتجات

الصيرفة الإسلامية بإشراف هيئة رقابة شرعية يساهم في كسب ثقة المتعاملين مما يؤدي إلى ربح أكبر للبنوك التقليدية، ومن جملة النتائج المتوصل إليها توفير النصوص الشرعية الإسلامية والكوادر البشرية المؤهلة أهم العوامل لتنشيط سوق الصيرفة الإسلامية وتسويق منتجاتها وطنياً.

ثانياً: الدراسات باللغة الأجنبية :

1. Umar A. Oseni, S. Nazim Ali, 2019 Fintech in Islamique Finance, London, 1st Edition, Pages :374.

تضمنت محاوره تحليلاً عالي المستوى للشرعية الإسلامية، حيث تناول التكنولوجيا المالية في التمويل الإسلامي من منظور نظري وتحريبي. بينما يعتمد على الأساليب الحالية، فإنه يناقش أيضاً التطبيق الحالي للتكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي من خلال الحلول المبتكرة في البلدان ذات الأغلبية المسلمة، وتحديد الاتجاهات المستقبلية لصانعي السياسات. مع الفصول الأصلية التي كتبها أكاديميون بارزون وكبار المحامين والممارسين في صناعة التمويل الإسلامي العالمي، يعد هذا البحث بمثابة أول عمل مرجعي رائد قائم بذاته حول التكنولوجيا المالية في التمويل الإسلامي. كما أنه، ولأول مرة، يبحث في موقف القانون الإسلامي من العملات المشفرة، مثل البيتكوين إلى جانب التحليل المفاهيمي للشرعية والجوانب القانونية للتكنولوجيا المالية في التمويل الإسلامي، يقدم في محتواه دراسات الحالة ذات الصلة التي توضح التطورات الحالية والمحتملة في تطبيق التكنولوجيا المالية في مختلف القطاعات بدءاً من التمويل الجماعي والعقود الذكية، إلى حل النزاعات عبر الإنترنت، ومنصة حساب الاستثمار. والتحقق من الهوية في عملية اعرف عميلك.

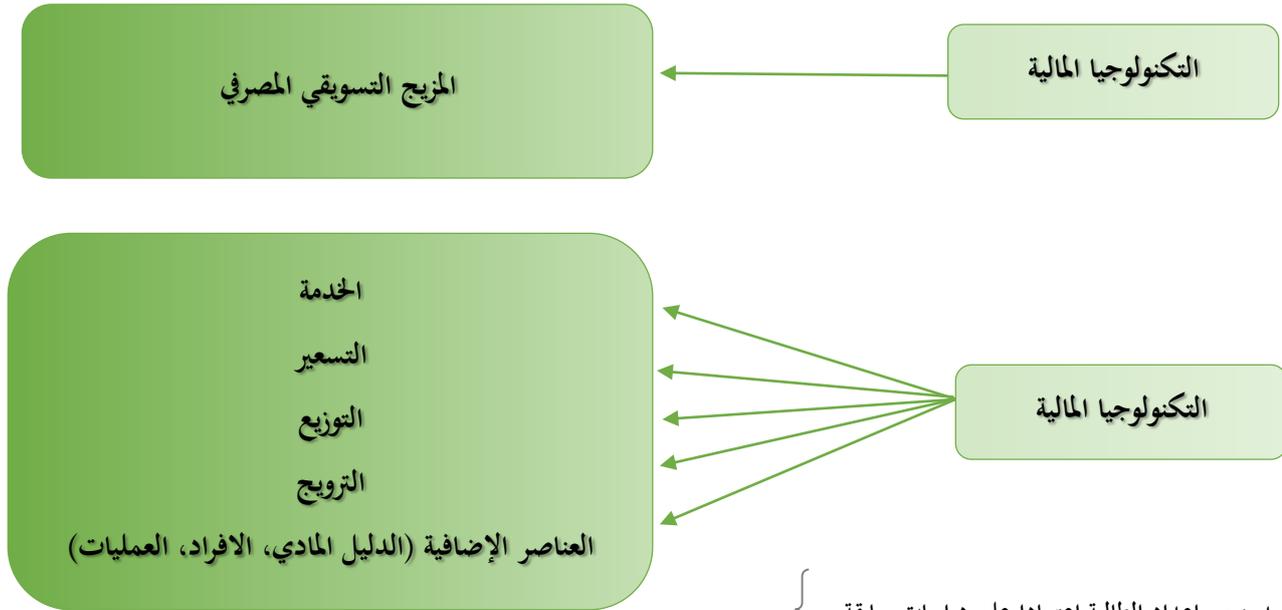
نموذج وفرضيات الدراسة

{ شكل رقم (01): نموذج الدراسة }

■ نموذج الدراسة

المتغير المستقل

المتغير التابع



{ المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على دراسات سابقة }

■ فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

للتكنولوجيا المالية تأثير في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية

وتدرج تحت الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

1. يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية؛
2. يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية؛
3. يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية؛
4. يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية؛
5. يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية.

التموضع الاستراتيجي ومنهجية الدراسة

- **المنهج الأول:** لتحقيق أهداف البحث وتمشيا مع مقتضيات الدراسة، تطلب ذلك استخدام المنهج الوصفي الذي يعتبر نوع من الأساليب البحثية وأحد الأدوات الأساسية لفهم موضوع الدراسة وتفسيرها بشكل دقيق، من خلال جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالتكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية ومعرفة مدى المساهمة في تطوير عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية.
- **المنهج الثاني:** منهج دراسة الحالة حيث سنقوم من خلاله أيضا بدراسة ميدانية من خلال إسقاط الجانب النظري على عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وهي:
 - مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-؛
 - البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الإسلامية - وكالة بسكرة-.وتحليلها استنادا على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.V25، بغية الوصول إلى مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية.

تصميم البحث:

■ أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعريف بالتكنولوجيا المالية مع إبراز أهميتها لدى البنوك؛
2. تسليط الضوء على شركات التكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي؛
3. التعريف بالخدمات المصرفية الإسلامية؛
4. أثر تطبيق التكنولوجيا المالية لدى البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية ومدى مساهمتها في تطوير خدماتها؛
5. استخلاص أثر التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي المصرفي في هذه البنوك.



■ أسباب اختيار الموضوع

تكمن أسباب اختيار موضوع الدراسة فيما يلي:

1. موضوع متجدد يتناسب مع التكوين في طور الماستر تخصص تسويق مصرفي؛
2. أهمية الموضوع في ظل التحولات التكنولوجية المصرفية المتسارعة؛
3. التكنولوجيا المالية كسبيل لتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية وتنويعها.

■ حدود الدراسة

يتناول هذا الموضوع دور التكنولوجيا المالية في تطوير تسويق الخدمات المصرفية؛ لذلك جاءت حدود الدراسة على النحو التالي:

- الإطار البشري: تمثل الحدود البشرية لهذه الدراسة في كافة الموظفين في البنوك محل الدراسة.
- الإطار المكاني: أنجزت الدراسة على عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وهي:
 - مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة؛
 - البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الإسلامية - وكالة بسكرة.
- الإطار الموضوعي: سيكون في تحديد نوع العلاقة بين التكنولوجيا المالية وتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية.
- الإطار الزمني: أنجزت الدراسة الميدانية لهذا البحث خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية (2022-2023).

■ مجتمع وعينة الدراسة

- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة المستهدف من الموظفين بالبنوك محل الدراسة التالية:
 - مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة؛
 - البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الإسلامية - وكالة بسكرة.
- عينة الدراسة: تم اختيار العينة العشوائية، وقد تم توزيع (60) استبانة على الموظفين بالبنوك محل الدراسة، واسترداد منها (55) استبانة وبعد فحصها تم استبعاد (05) استبانة واحدة نظرا لعدم تحقيقهم شروط الإجابة الصحيحة، وبالتالي فإن عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي هي (55) استبانة، أي بنسبة 91.66%.

■ خطة مختصرة للدراسة

تم طرح الخطة التالية بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة والامام بجميع جوانب الدراسة من خلال فصل نظري وفصل تطبيقي أتت على النحو التالي:

الفصل الأول: والذي جاء بعنوان "الإطار النظري"، تم تقسيمه الى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: الموسوم بمفاهيم عامة حول التكنولوجيا المالية، تناول ماهية التكنولوجيا المالية، متطلباتها، ابتكارات وخدماتها واخير شركات التكنولوجيا المالية وتأثيراتها على الصناعة المصرفية الإسلامية.
- المبحث الثاني: الموسوم بالاطار المفاهيمي للخدمات المصرفية الإسلامية تم التطرق من خلاله الى الجدييات الخدمات المصرفية من خلال التعريف بها، خائصها وانواعها، إضافة الى ضرورة التطرق للمصارف والشبابيك الإسلامية، مصادر

واستخدامات الأموال فيها، أيضا التعريف بالشبايك الإسلامية وخصائصها، كما تعرضنا لأهم الضوابط الشرعية للعمل فيها. أخيرا بحثنا في الخدمات المصرفية الإسلامية عبر التعريف بها، معرفة أنواعها، معوقات ومتطلبات الخدمات المصرفية الإسلامية.

– **المبحث الثالث:** تضمن المبحث الموسوم بمساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية ، التكنولوجيا المالية في المصارف و الشبايك الإسلامية من خلال طرح لمجموعة من العناصر الهامة التي تربط بين التكنولوجيا المالية و الشبايك و المصارف الإسلامية ، أيضا تناولنا عناصر المزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية ، هذا بالإضافة الى تأثير التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية التي توجهننا في الأخير الى محاولة معرفه العلاقة و مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير خدمات المصرفية الإسلامية .

● **الفصل الثاني:** الموسوم بالاطار التطبيقي، فهو يمثل الاسقاط الذي أردنا من خلاله التوصل الى نتيجة الدراسة وبالتالي محاولة الإجابة عن الاشكالية الرئيسة والتساؤلات الفرعية، من خلال دراسة الحالة التي قمنا بها على مستوى عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وهي:

● **مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-؛**

● **البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الاسلامية -وكالة بسكرة-.**

حيث تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

– **المبحث الأول:** تم فيه تقديم عام لتقديم عام للبنوك محل الدراسة.

– **المبحث الثاني:** تطرقنا من خلاله الى عرض الإطار المنهجي للدراسة عبر عرض للإجراءات الميدانية إضافة الى عرض أدوات الدراسة، التحليل الاحصائي، صدق وثبات الدراسة.

– **المبحث الثالث:** تم فيه عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

● **صعوبات الدراسة:**

– كأي دراسة بحثية، صادفتني بعض الصعوبات تمثلت في نقص المراجع، وخاصة فيما تعلق بالكتب التي لم تتناول موضوع المتغير المستقل والمتمثل في التكنولوجيا المالية، بالإضافة الى عدم الخبرة في التحليل الإحصائي للبيانات والمعطيات وفهمها وتفسيرها (برنامج SPSS) التي تطلبت جهدا كبيرا.

الفصل الأول: الإطار النظري

تمهيد:

أصبح الابتكار التكنولوجي والرقمنة مطلباً أساسياً في جميع القطاعات على اختلاف أنشطتها وأهميتها ، فالعالم اليوم يشهد تحولا سريعا وعميقا يعتمد على الافتراضية والتراط ، فقد كان للتطور التكنولوجي أثرا ودورا هاما في تغيير الموازين على مستوى الأنظمة المالية بشقيه التقليدي و الاسلامي في ظل التحديات الراهنة ، ولعل ابرزها تطبيق التكنولوجيات المالية التي باتت من المواضيع الأكثر تطرقا على الساحة الاقتصادية فأصبحت من أهم و ابرز ما استخدمه المؤسسات المالية حاليا لحماية مصالحها من الاخطار التي تواجهها ، أو لزيادة محافظها الاستثمارية ، فهو نتيجة ما سمي بالهندسة المالية .

فالتكنولوجيا المالية اليوم والصيرفة الإسلامية وجهان لعملة واحدة، من خلال التوافق الكبير الذي برز مع مقاصد الشريعة الإسلامية، فالدراسات اليوم اثبتت أنه لا يوجد أي موانع شرعية حالت بين اعتماد المصارف والشبايك الإسلامية وبين منتجات وتقنيات التطور التكنولوجي العالمي، بل على عكس ذلك فقد توصلت الابحاث أن القطاع المصرفي الإسلامي هو نتيجة شرعية للمعاملات الإسلامية المالية.

فاليوم استطاعت الصيرفة الإسلامية ان تتكيف مع التطورات والمستجدات جعلتها مرنة وذات كفاءة عالية قادرة على المنافسة ومواجهة المصارف الأخرى ، فالمصارف والشبايك الإسلامية وعلى غرار المؤسسات المالية و نظراً للخصوصية التي تتميز بها و المتمثلة في التعامل بما يتوافق مع الشريعة الإسلامية، وجب عليها تصميم نظم وأطر خاصة للعمل بابتكارات التكنولوجيا المالية والاستفادة منها بما يتوافق مع النظم التمويلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية ، بالإضافة الى ذلك تحسين خدماتها وتحقيق اهدافها المالية و الاجتماعية ، من ذلك تحقيق كفاءة أكبر وزيادة الوعي بالخدمات المالية الإسلامية وتحسين العلاقات مع العملاء مع ضمان أعلى مستوى من الرضا .

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا المالية.

أدى التطور السريع الذي شهدته التكنولوجيا وخاصة على مستوى الابتكارات المالية في أنشطة القطاع المصرفي والذي اشير اليه بمصطلح التكنولوجيا المالية تطورا كبيرا، فبالنسبة للمصارف فقد أحدثت التكنولوجيا المالية ارتباكا في الخدمات المالية الأساسية ودفعتها الى الابتكار حتى تحافظ على الدور الذي تقوم به بالنسبة للعملاء من اجل الوصول وإتاحة المجال للحصول على خدمات أفضل.

فالتكنولوجيا المالية أصبحت ضرورة لاستمرار وجود، نمو وتطور النظام المالي المصرفي المعاصر وعنصرا مهما من عناصر البيئة التنافسية التي يواجهها، سواء من حيث الفرص التي تتيحها أو من حيث متطلبات التي يفرضها القطاع المالي المصرفي، وفيما يلي سوف نتطرق الى ماهية التكنولوجيا المالية.

المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا المالية.

توسع مفهوم التكنولوجيا المالية ليشمل الابداعات التكنولوجية في القطاع المصرفي والمالي من خلال تطبيقات الرقمنة التي عملت على تسهيل واعتماد نماذج عمل جديدة لتقديم خدمات مصرفية جديدة.

الفرع الأول: نشأة وتطور، تعريف التكنولوجيا المالية

لم يكن القطاع المالي بعيد عن التطور الذي شهده العالم التكنولوجي، فقد أسهمت في توليد أدوات مالية وتطبيقات عملت على تطوير الصناعة المصرفية متمثلة في التكنولوجيا المالية.

أولا: نشأة وتطور التكنولوجيا المالية.

في تسعينيات القرن الماضي برز مفهوم جديد في عالم الابتكارات والتطور التكنولوجي ما يعرف بالتكنولوجيا المالية وما رافقها من انشار في الرقمنة، والتي ساعدت في تسهيل العمل بأسلوب جديد في جميع المجالات، لكن الازمة المالية العالمية في سنة 2008 (أزمة الرهن العقاري) ولنكسات التي مست القطاع المصرفي والمالي، كانت بمثابة واقع جديد أدى الى تبني ثورة مصرفية رابعة هي بمثابة التحول التكنولوجي و الابتكار في قطاع الخدمات المصرفية من خلال العناصر القائمة على التقنيات الحديثة كالهواتف المحمولة الذكية، الذكاء الاصطناعي، الروبوتات الذكية، تعميم الحواسيب والإنترنت وتحليلات البيانات الضخمة وغيرها.

و يمكن تلخيص مراحل تطور التكنولوجيا المالية الى ثلاث مراحل رئيسية وهي: (نيس، 2022، صفحة 229) (حرفوش، 2019، صفحة 728)

1. المرحلة الأولى 1866-1967: شهدت تطور الصناعة المالية بشكل تدريجي حيث تم وضع كابل عابر للمحيط الأطلسي واختراع الصراف الآلي.

2. المرحلة الثانية: 1967-2008 في هذه المرحلة نمت خدمات القطاع المصرفي في البلدان المتقدمة بشكل مذهل حيث شهدت بداية تقديم المدفوعات الإلكترونية وأنظمة المقاصة والصراف الآلي وتوفير الخدمات المالية عبر الإنترنت فكانت نتيجة ثورة هذه المرحلة ظهور الازمة المالية 2008.
3. المرحلة الثالثة 2008- إلى يومنا هذا: مثلت الواقع الحقيقي للتكنولوجيا المالية فخلال هذه المرحلة برزت شركات ناشئة جديدة بدأت في تقديم خدمات مالية مباشرة للمؤسسات وعمامة الناس.

ثانيا: تعريف التكنولوجيا المالية.

إن الحديث عن التكنولوجيا المالية يستدعي منا التطرق الى تعريفها من خلال:

1. هناك من عرف التكنولوجيا المالية من منطلق تقسيمها الى شقين، هما: التكنولوجيا والمالية كما يلي: (رسول، 2022، الصفحات 49-50)

أ. تكنولوجيا: مصطلح التكنولوجيا من المصطلحات التي تستخدم في انجاز العديد من المهام، فهي منتجات ومعالجات تستخدم في تبسيط المهام المختلفة، فهي كلمة يونانية حيث تتألف من مقطعين وهما: " تكنو " التي تعني فن، أو حرفة أو أداء، أما المقطع الثاني فهو " لوجيا " أي دراسة، أو علم، وبالتالي فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم المقدرة على الأداء، أو التطبيق.

ب. المالية: العلم الذي يدرس القواعد المنظمة للنشاط المالي للهيئات العامة أو الخاصة.

أدى مزج كلا المفهومين "التكنولوجيا والمالية" في النهاية إلى تبني نموذج أعمال ابتكاري جديد على مستوى المصارف والمؤسسات المالية، ممثلا في ظهور شركات التكنولوجيا المالية، مما ساهم في تخفيف القيود التنظيمية على المستوى المالي وعزز القدرة التنافسية ضمن الأطر التنظيمية، وقواعد الرقابة المختلفة في القطاعات المالية (عماني و وفاء حمدوش، نموذج الأعمال وخلق القيمة في شركات التكنولوجيا المالية، 2017، صفحة 394).

2. ارتأت لجنة بازل استخدام التعريف المقترح من طرف مجلس الاستقرار المالي (FSB) على النحو التالي:

"هو عبارة عن مبتكر مالي مبني على استخدام التكنولوجيا والذي بإمكانه استحداث نماذج استراتيجية، عمليات، تطبيقات أو منتجات مبتكرة يكون لها تأثير مهم على الأسواق والمؤسسات المالية وعلى تقديم الخدمات المالية" (د/قشي و د/إيمان، 2021، صفحة 6).

3. يقصد بالتكنولوجيا المالية "فينتيك" أو "Fintech" القطاع الاقتصادي الذي يشمل معظم الشركات التي تستخدم التكنولوجيات الحديثة لتقديم خدمات وحلول مبتكرة فيما يخص الخدمات المالية كالتالي تقدمها المؤسسات المالية التقليدية كالمصارف وشركات التأمين، على غرار خدمات الدفع الإلكتروني (المحافظ الإلكترونية)، تحويل الأموال، التأمين، الاقتراض والتمويل (على غرار التمويل الجماعي)، الادخار بالإضافة لخدمات الاستثمار والتداول (منصات وتطبيقات التداول: على الانترنت) (أ. زواويد و د. حجاج، 2018، صفحة 64).

4. أما معهد البحوث الرقمية في العاصمة البولندية دبلن فإن التكنولوجيا المالية هي عبارة عن الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من

ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية (بختي و مجاني، 2020، صفحة 98).

❖ من خلال ما سبق يمكنك تعريف التكنولوجيا المالية بأنها:

التكنولوجيا المالية هي مصطلح يشير إلى اعتماد التكنولوجيا لتحسين وتسهيل استخدام الخدمات المالية من خلال العديد من التقنيات والابتكارات التي تمكن العملاء من إجراء معاملاتهم المالية بسهولة وفعالية أكبر، عن طريق استخدام التطبيقات الذكية، تقنيات التشفير وتقنيات الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى التحليل الضخم للبيانات وغيرها من التقنيات الحديثة؛ فنجدها تعتمد على الابداع والابتكار لحل الصعوبات المالية التي تواجه المتعاملين (أفراد أو مؤسسات، هيئات....)، من خلال استخدام التقنيات الذكية التي تساعد في كفاءة وفعالية جودة الخدمات المصرفية مع التخفيض في التكاليف والوقت اللازم لإجراء المعاملات المالية.

الفرع الثاني: أهمية، خصائص ومظاهر التكنولوجيا المالية.

تتبع أهمية التكنولوجيا المالية من كونها تمتلك العديد من الخصائص والمظاهر التي تميزها وتميز تطبيقاتها الخدمات التي تقدمها.

أولاً: أهمية التكنولوجيا المالية.

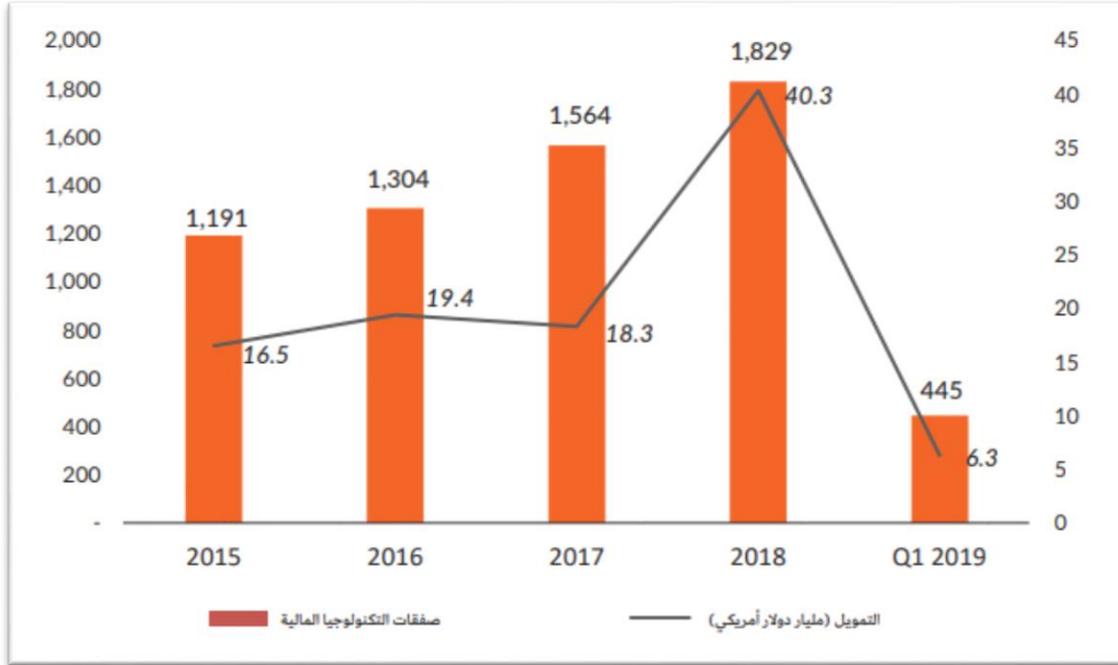
لا تقتصر أهمية التكنولوجيا المالية على تحسين خدمة العملاء ورفع كفاءة تقديم الخدمات المالية وتخفيض تكاليفها ووقت إنجازها فحسب، بل يمكن للتكنولوجيا المالية ان تساهم في: (عياش و آخرون، 2020، صفحة 309)

1. تحقيق اهداف أوسع عبر تنوع النشاط الاقتصادي؛
2. تحقيق الاستقرار المالي، وان كان المقياس الحقيقي لنجاح التكنولوجيا المالية لا يكمن في تطوير أداة أخرى لتأمين الراحة لعملاء المصارف، ولكن في مدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي للفئات المستبعدة ماليًا؛
3. تحسين فرص الحصول على التمويل خصوصاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر.

لقد أدت القوى التي مهدت لنشوء التكنولوجيا المالية إلى إعادة النظر في الطبيعة الجوهرية للخدمات المالية، كعامل تمكين أكثر منه مجرد مقدم بسيط للمنتجات المالية والخدمات ذات العلاقة، ومع تنامي تأثير التكنولوجيا المالية على السوق المالية، أصبحت المؤسسات المالية الحالية أو التقليدية مجبرة على المسارعة إلى اعتماد جوانب التغيير التي تتيحها التكنولوجيا المالية وإنشاء شراكات في سعيها إلى رفع كفاءتها التشغيلية وزيادة قدرتها على الاستجابة المتفاعلة لطلب المستهلكين، وتزويدهم بخدمات مالية أكثر ابتكاراً (مارمور، 2019، صفحة 10).

والشكل رقم (02) الموالي يظهر أهمية التكنولوجيا المالية في القطاع المالي، من خلال الزيادة في حجم الاستثمارات العالمية بين سنة 2015 و 2019.

الشكل رقم (02): الاستثمارات العالمية في التكنولوجيا المالية (الصفقات والتمويل) مليار دولار أمريكي.



المصدر: (مارمور، 2019، صفحة 10)

يوضح الشكل رقم (02) أعلاه ، التطور المستمر بين السنوات 2015 و 2018 في حجم صفقات التكنولوجيا المالية على المستوى العالمي بنسب متزايدة ، والتي وصلت الى أقصاها سنة 2018 بحجم استثمارات 1829 صفقة بقيمة 40.3 مليار دولار أمريكي، ويرجع هذا التطور إلى زيادة الاستثمار في شركات التكنولوجيا المالية ، غير أن عدد و مبلغ الصفقات عرف انخفاضا سنة 2019 ، حيث بلغ 445 صفقة بقيمة 6.3 مليار دولار أمريكي ، وهذا يرجع إلى ظهور أزمة الكوفيد 19 التي أثرت بالسلب على جميع القطاعات، غير أن هذا التأثير ظهر بشكل واضح في التكنولوجيا المالية .

ثانيا: خصائص التكنولوجيا المالية.

تتوفر التكنولوجيا المالية على مجموعة من الخصائص والميزات، جعلتها منفردة عن باقي التكنولوجيات من حيث المعنى والوظيفة التي تؤديها، فالتكنولوجيا المالية تتميز بجملة من الخصائص منها:

1. **السرعة:** تتيح شركات التكنولوجيا المالية تنفيذ العمليات بسرعة أكبر نتيجة لتبسيط إجراءات الموافقة على الخدمات، وجعلها أكثر كفاءة مقارنة بالعمليات التقليدية (مارمور، مقارنة بين الخدمات المالية التقليدية و الابتكارات المعتمدة على التكنولوجيا، 2019، صفحة 71).

2. **تخفيض التكاليف:** حيث تعتمد الحلول المبتكرة والمقدمة من قبل الشركات غير التقليدية حول اليات الدفع على البنية التحتية الحالية، والذي يؤدي بدوره الى خفض التكاليف المتغيرة، حيث يجعل التحويلات الالكترونية اقل تكلفة قياساً بالتحويلات التقليدية (حرفوش، 2019، صفحة 730).

3. مرونة الاستعمال: هي خاصية جد أساسية وتتمثل في كيفية إمكانية استخدامها في مجالات واسعة ومتعددة (سبع، 2021، صفحة 256).
4. القدرة على التخزين: الغاءها للرشفة الورقية واستبدالها بالرشفة الالكترونية، وذلك نتيجة لمرونتها العالية في تحقيق أداء أعلى، ولقدرتها على تصحيح الخطأ بشكل أسرع، فضلاً عن إمكانية تجهيز البيانات لأكثر من جهة في أن واحد (<http://elearning.centre-univ-mila.dz>) (اطلع عليه بتاريخ 2023/04/29).
5. تقريب المسافة المكانية ومسافة الطبقات الاجتماعية: قدرتها على تقليل المسافة، سواء أكانت المكانية أو الاجتماعية، فالتكنولوجيا المالية جعلت لكل الفئات والطبقات (رسول، 2022، صفحة 50).

ثالثاً: مظاهر للتكنولوجيا المالية

- تتمثل مظاهر التكنولوجيا المالية في مجموعة المظاهر المتشابهة والمتكاملة وهي: (السعدون أ.، الصفحات 559-560)
1. الجانب المادي: يتمثل في الآلات والمعدات والمستقبلات الإلكترونية والمنصات الآلية، وشبكات الإنترنت، وأجهزة الحاسب الآلي، والإنسان الآلي، الهاتف المحمول وغيرها؛
 2. الجانب التقني: يتمثل في طرق وأساليب استخدام الآلات والمعدات؛
 3. الجانب الابتكاري: يتمثل في سرعة تنامي المهارات لتقديم الخدمات المالية والمصرفية، وايصالها إلى العميل عبر المزج بين المعارف العميقة في القضايا المالية والمصرفية والمعلوماتية والتكنولوجية؛
 4. الجانب السوقي: شركات مالية خاصة ناشئة تعتمد أحدث البرمجيات والمبتكرات التكنولوجية، وبنوك رقمية على الهاتف المحمول، مما أدى إلى تجزئة وتوسعة سوق الخدمات المالية؛
 5. الجانب المتعلق بمقدمي الخدمات المالية: تتمثل في شركات التكنولوجيا المالية الناشئة، شركات اتصالات، شركات تقنية، شركات استشارية، شركات تجارة الكترونية، وغيرها.

الفرع الثالث: القطاعات الرئيسية ودوافع استخدام التكنولوجيا المالية.

تقوم صناعة التكنولوجيا المالية على قاعدة تنافسية صلبة، تقوم من خلالها بتوفير خدمات مالية ذات جودة للعملاء، وبأسعار منخفضة مقارنة بالخدمات التقليدية التي تتسم بأسعار مرتفعة، وجهد كبير للحصول عليها (ليندة و د. نور الدين شارف، 2022، صفحة 92).

أولاً: القطاعات الرئيسية للتكنولوجيا المالية.

تشير القطاعات الرئيسية للتكنولوجيا المالية الى المجالات التي تستخدم فيها لتحسين، تطوير وتحويل العمليات المصرفية، فمن أهم القطاعات التي تتبناها التكنولوجيا المالية بصورة رئيسية نجد: (بنية و ابتسام عليوش قروب، 2018، صفحة 40):

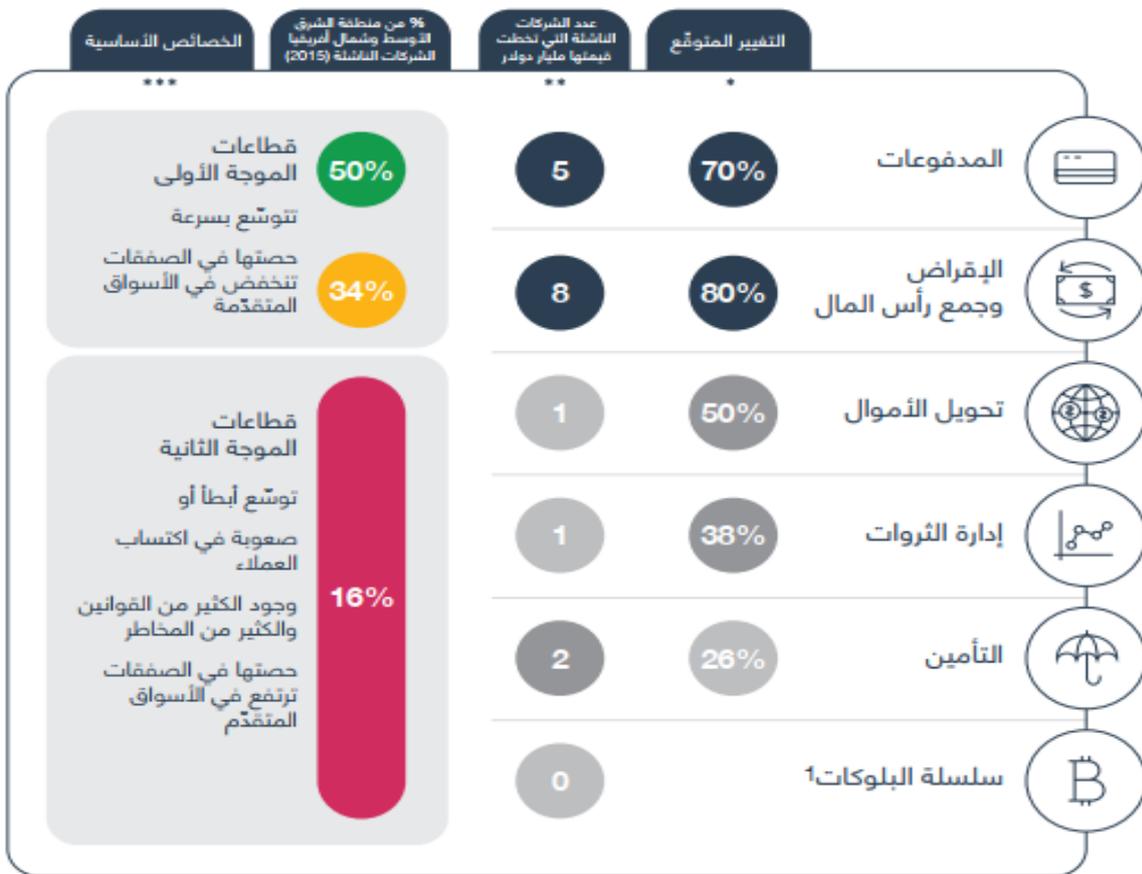
1. قطاع المدفوعات:

وهو القطاع الأكثر تقدماً، فالشركات الناشئة تقدم خدمات دفع الفواتير، وحلول الدفع عبر الانترنت والأجهزة المحمولة بالإضافة إلى المحافظ الالكترونية وغيرها.

2. قطاع الاقراض:

يشمل الشركات التي تقدم خدمات التمويل الجماعي وتدوير المال والإقراض المباشر ومنصات مقارنة القروض، إضافة إلى تقديم خدمات تحويل الأموال عبر العالم وإدارة التأمين وحلول التأمين والخدمات القائمة على سلسلة البلوكات الرقمية مثل العملات الرقمية المشفرة، التي تظهر لنا من خلال الشكل رقم (03).

الشكل رقم (03): قطاعات التكنولوجيا المالية: الحالة العالمية، في منتصف 2016).



المصدر: (مارمور، 2019، صفحة 10)

ثانياً: دوافع استخدام التكنولوجيا المالية.

هناك عدة دوافع أدت الى ضرورة استخدام التكنولوجيا المالية متمثلة في النقاط التالية: (مروان، 2022-2023، صفحة 18) (لطرش و سمية حراق، 2020، صفحة 69).

1. التكنولوجيا الرقمية: نمو التجارة الالكترونية أدى الى زيادة الطلب على التكنولوجيا المالية والرقمية؛

2. الإقصاء المالي: أو الاستبعاد المالي والذي يشير إلى إتاحة الخدمات والمنتجات المالية لجهات معينة (أفراداً أو مؤسسات) دون أخرى، لاعتبارات عدة قد تتعلق بمدى الانتشار الجغرافي، أو مالية كارتفاع تكلفة الخدمات أو محدودية الخدمات، أو اعتبارات دينية؛
3. نمو التجارة الإلكترونية: التي اعتمدت على المدفوعات الإلكترونية والتي كانت محفزاً كبيراً لنمو التكنولوجيا الرقمية؛
4. رغبة الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية إلى عقد شركات مع المصارف: من خلال خلق الابتكار والثقة وبالتالي فالقيام بهذه الشركات مهم للطرفين؛
5. رغبة عملاء المصارف في خوض تجربة مصرفية رقمية: راجع للتغيير المستمر في حاجات ورغبات وتفضيلات العملاء؛
6. اعتماد نهج التكنولوجيا المالية لتطوير الأسواق المالية: فقد أصبحت التكنولوجيا المالية بمثابة محركاً للمنافسة وروحا للابتكار في الخدمات المالية.

المطلب الثاني: متطلبات، إبتكارات وخدمات التكنولوجيا المالية

إن التطور والتوسع الذي شهدته التكنولوجيا عكس على قطاع الخدمات المالية مبرزا مصطلح التكنولوجيا المالية، فنتيجة استخدام تقنياتها المبتكرة أدى الى تحسين الكفاءة وتوفير الوقت في العمليات المصرفية، مما أدى الى ظهور العديد من المتطلبات، الابتكارات والخدمات حديثة ومتطورة.

الفرع الأول: متطلبات التكنولوجيا المالية

من اجل إقامة أنظمة ناجحة وعلى أسس قاعدية لا بد من توفير مجموعة من المتطلبات التقنية والعملية التي تساهم في فعالية وامان استخدام قواعد التكنولوجيا المالية والتي تشمل المتطلبات الأساسية التالية: (Kheira, 2021، الصفحات 15-16) (<https://www.idnow.io/finance/what-is-fintech-regulation>) (أطلع عليه بتاريخ 2023/05/15).

أولاً: الرأسمال البشري

هم الأشخاص البارعين في قطاع التكنولوجيا الذين يمتلكون المعرفة الجيدة في الصناعة المالية، بالإضافة الى وجوب وجود الشركات والأفراد المكلفين بتقديم الخدمات الاستشارية وفرص التدريب لهذه القوى العاملة.

ثانياً: القوانين

تتمثل في الجهات التنظيمية التي تسمح لشركات التكنولوجيا المالية بالعمل في بيئة تنظيمية مرنة في ظل ظروف تمكنهم من اختبار أفكارهم والتأكد من جدواها، ايضاً دورهم الدفاعي الذي يستطيع حماية المستهلك والنظام المالي والتصدي لأي هجوم، من خلال مساعدة الفاعلين في القطاع على نشر أعمالهم في بيئة رقابية.

ثالثاً: رأس المال

خلال مرحلتي التصميم والإطلاق، تحتاج شركات التكنولوجيا المالية الى الدعم المالي والذي يتطلب الوصول إلى قدر كبير من التمويل من خلال الصناديق المخصصة، والاستثمارات الأجنبية المباشرة، ومجموعة من رجال الأعمال، أو الأموال الحكومية الضرورية لضمان الدعم الفعال لشركات التكنولوجيا المالية.

رابعاً: البنية التحتية المادية

تكون بتوفير إمكانية الوصول إلى تقنيات المعلومات والاتصالات وتوفير بيئة العمل.

خامساً: الطلب

يأتي تأسيساً على طلبات المؤسسات المالية القائمة أو المستخدمين النهائيين، كما يمكن أيضاً إنشاؤه بواسطة تكنولوجيا مالية مبتكرة أو إطلاق خدمة جديدة أو طريقة جديدة لممارسة الأعمال التجارية، يتطلب أيضاً الطلب حد أدنى من المعرفة المالية لفهم الفجوة في الخدمات والتي يمكن أن تقدمها التكنولوجيا المالية.

الفرع الثاني: ابتكارات التكنولوجيا المالية

ساهمت ابتكارات التكنولوجيا المالية في تحويل مشهد الخدمات المالية، بمعنى توفير مجموعة كبيرة من الحلول المالية المبتكرة في مختلف المعاملات المصرفية فمن أهم ابداعات التكنولوجيا المالية نجد:

أولاً: العملة المشفرة (cryptocurrency):.

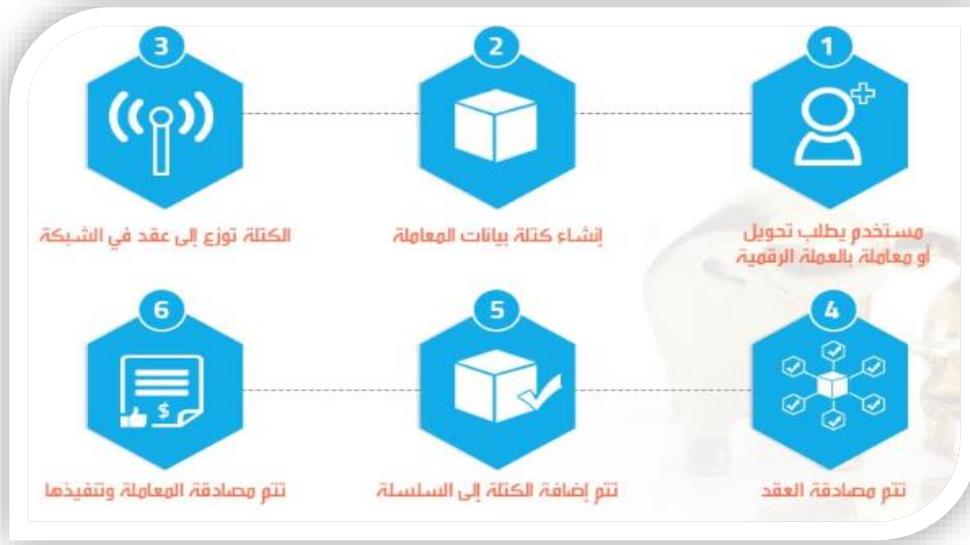
يطلق عليها كذلك العملة الافتراضية، العملة الرقمية المشفرة أو العملة الرقمية الذكية، فهي عملة تعتمد على التشفير الرياضي للحفاظ على أمنها وتأمينها وتحويلها، يتم تداولها على شبكة الإنترنت فهي غير مركزية وتستخدم التشفير في عملية تحويل البيانات إلى شيفرات أو كودات، لإنشاء وحدات من العملة والتحقق من صحة المعاملات، بعيداً عن الحكومات والمصارف المركزية، تستخدم العملات الرقمية أو الإلكترونية بديلاً للعملة التقليدية الورقية (بنية و أ. ابتسام عليوش قربوع، 2018، الصفحات 41-43)؛

يمكن القول أن العملة الرقمية هي برنامج حاسوب (Software)، لكنه برنامج لا مركزي، أي أنه لا يتم تنصيبه أو بناءه على جهاز واحد بعينه إنما هو موزع مما يعني أنه يتم استضافته على العديد من أجهزة الكمبيوتر للعديد من الأفراد في جميع أنحاء العالم بدلاً من الاستضافة على خادم (server) واحد من قبل فرد بعينه أو شركة محددة؛

يتم التحكم في عرض العملات الرقمية وقيمتها من خلال أنشطة مستخدميها من خلال أكواد بروتوكولات التشفير شديدة التعقيد، كل دالة وظيفية أو معاملة بداية من كيفية تسجيل المعاملات إلى كيفية تخزين البيانات تحتل في كود برمجي خاص عادةً ما يتم تخزينه في نوع من قواعد البيانات المعروفة باسم (سلسلة الكتل - بلوك تشين blockchain) والتي تعتبر بمثابة سجل شامل موزع محمي ومخفي لكافة بيانات ومعاملات العملة الرقمية، ومن خلال معالجة تلك الخوارزميات بشكل عام يتم منح العملة

الرقمية للمستخدم الذي يضيف معاملات إلى شبكة سلسلة الكتل أو بلوك تشين (بنية و أ. ابتسام عليوش قريوع، 2018، الصفحات 41-43) ، وتعرف هذه العملية بالتعدين التي نجدها ممثلة ستة مراحل يظهرها لنا الشكل رقم (04) التالي: (<https://www.arabictrader.com> ، /<https://www.arabictrader.com>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/10).

الشكل رقم (04) : مراحل تعدين العملات المشفرة.



المصدر: (<https://www.arabictrader.com> ، /<https://www.arabictrader.com>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/12).

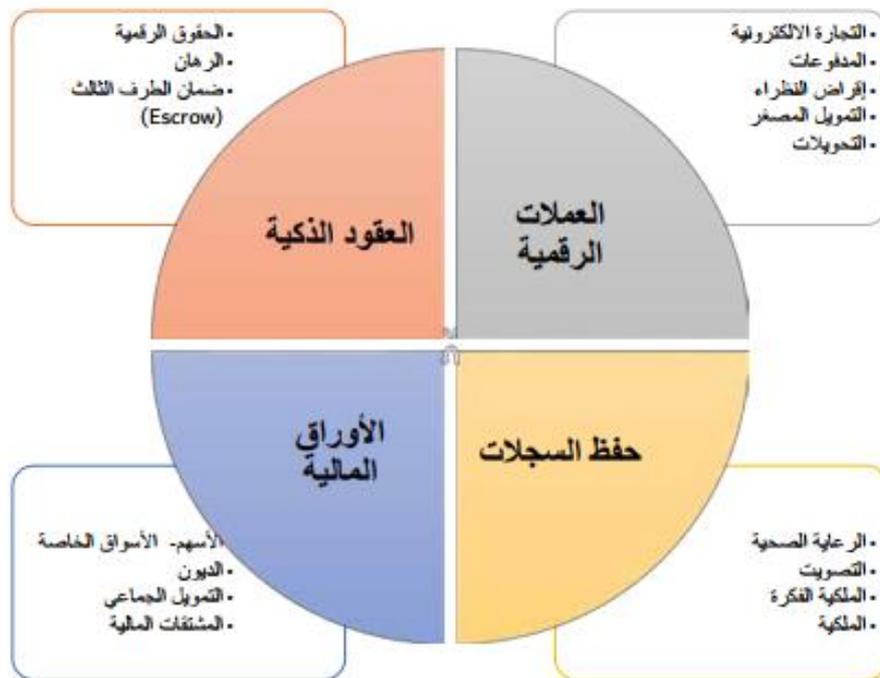
ثانياً: البيتكوين (النسخة رقمية من نظير الى نظير) (**Bitcoin (the peer-to-peer digital version)**)

1. كلمة (**Bit**) معناها الشيء الصغير وكوين (**Coin**) هي عملة أو نقد معدني، تستعمل للتعبير عن أصغر وحدة حاملة أو ناقلة للمعلومات إلكترونيا، فهي عملة رقمية إلكترونية مشفرة غير ملموسة ولا مطبوعة ولا مسكوكة، بل لا وجود لها فيزيائياً، وهي مجرد أرقام إلكترونية (مورداني، هاري سوسانتو، و ابدال شاه، 2023، الصفحات 2058-2059)؛
2. هي تمثيل رقمي لقيمة نقدية ليست صادرة عن بنك مركزي أو عن سلطة عامة، وليست مرتبطة بالضرورة بالعملة الورقية، ولكنها مقبولة لدى أشخاص طبيعيين أو اعتباريين كوسيلة للدفع، ويمكن نقلها وتخزينها أو تداولها إلكترونياً؛
3. تعد ألمانيا هي الدولة الوحيدة التي اعترفت رسمياً بأن البتكوين نوع من النقود الإلكترونية، وهو ما سمح للحكومة الألمانية بفرض الضريبة على الأرباح التي تحققها الشركات التي تتعامل بها، في حين تبقى المعاملات الفردية معفية من الضرائب.

ثالثا: البلوكشين (Blockchain): (<https://www.arabictrader.com/>) (أطلع عليه بتاريخ : 2023/05/12).

عملة مشفرة تمثل قاعدة بيانات موزعة تمتاز بقدرتها على إدارة قائمة متزايدة من السجلات، صممت بحيث يمكنها المحافظة على البيانات المخزنة، سميت سلسلة الكتل لأنها كانت سببا في ظهور العديد من التقنيات المالية التي تظهر لنا من خلال الشكل رقم (05) مثل: العقود الذكية، العملات الرقمية، نظام المدفوعات وأنظمة إقراض النظراء أو الند للند (P2P landing).

الشكل رقم (05) : تطبيقات سلسلة الكتل



المصدر: (<https://www.arabictrader.com/>) (أطلع عليه بتاريخ : 2023/05/12).

رابعا: الايثريوم (Ethereum) : (<https://www.arabictrader.com/ar/learn/forex-school/>) (أطلع عليه بتاريخ : 2023/05/05).

يرمز لها في سوق التشفير بـ **ETH** ، حسب الشكل رقم (06) الموضح ادناه، فهي ثاني أكثر العملات الرقمية أو المشفرة شيوعا، بعد البيتكوين، حتى أنها في المركز الثاني أيضا بعده من حيث القيمة السوقية حتى الآن، تستخدم لتخزين البيانات وتشغيل التطبيقات اللامركزية، على عكس مخترع البيتكوين المجهول فإن مخترع الايثريوم معلوم وهو "فيتاليك بوتيرين" كاتب ومبرمج روسي كندي، شارك في مجتمع البيتكوين منذ عام 2011، وقد قدم فكرته عن الايثريوم في بداية 2013.

الشكل رقم (06) : يمثل عملة الايثريوم



المصدر: (<https://www.arabictrader.com/>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/20).

خامسا: التكنولوجيا التنظيمية (**Regulatory technology**): (<https://www.utocat.com/quest->) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/15).

1. هي شركات تعمل على وضع تقنياتها في خدمة الامتثال القانوني والإنفاذ التنظيمي من أجل تقليل التكاليف، وخطر الخطأ، تعمل على توفير حلول تنظيمية مرنة وقابلة للتكوين وسهلة التكامل، موثوقة وآمنة ومرحبة؛
2. تستخدم التكنولوجيا التنظيمية إمكانات الأدوات والأساليب والتقنيات المتطورة، مثل السحابة والتعلم الآلي والبيانات الضخمة، من أجل الوفاء بالمسؤوليات التي تتحملها كاهل المصارف وشركات التأمين على وجه الخصوص؛
3. تركز بشكل أكثر فعالية على المتطلبات التنظيمية من خلال الاعتماد على التقنيات المبتكرة التي تظهر بفضل جزء مهم مخصص للبحث والتطوير لتلبية الاحتياجات بسرعة.

سادسا: **تكنولوجيا التأمين (Insurtech)**: (صبرينة، 2021، صفحة 21)

تشير إلى الابتكارات التكنولوجية التي تم إنشاؤها وتنفيذها لتحسين كفاءة صناعة التأمين، هي شركات تعمل على خلق وتوزيع وإدارة صناعة التأمين، تقدم حلولاً فعالة في فرع تأمينات الأضرار بشكل أكبر، فالاستثمارات التي يجري إنجازها وتنفيذها في هذا الفرع الحيوي تعد أكثر أهمية بسبب الحضور القوي للقياس عن بعد مثل تأمين المركبات، التأمين الصحي التأمين على الإسكان، أتمتة المنازل، في حين يبقى فرع تأمينات الحياة أقل أهمية وأقل استقطاباً للاستثمارات.

يمكن تصنيف شركات تكنولوجيا التأمين إلى ثلاث فئات هي:

1. **المتمكنين (Enables)**: شركات تقدم خدمات متخصصة لشركات التأمين التقليدية في كل مرحلة من مراحل سلسلة القيمة.

2. **الموزعين (Distributors)**: شركات تساعد شركات التأمين التقليدية لبيع منتجات التأمين عبر الأنترنت.

3. المتحدين (Challengers) : شركات تعمل على إدخال نماذج أعمال جديدة في قطاع التأمين.

سابعاً: العرض الاولي للعملات (First coin offer): (<https://www.rain.com/ar/learn/initial-coin-offering-ico>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/05).

هي طريقة معروفة لجمع المال تستخدمها الشركات الصاعدة غالباً من أجل عرض المنتجات والخدمات، وعادة ما يرتبط هذا الأمر بمجال العملات الرقمية والبلوكتشين، فهي تشبه عروض العملة الأولية الأسهم ولكنها أحياناً يكون لها فائدة في خدمة أو منتج لبرنامج معين يتم عرضه .

ثامناً: العملات المصرفية المفتوحة (Open banking currencies):

(<https://www.kfh.bh/bahrain/personal/ways-to-bank/Open-Banking.html>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/05).

تقوم المؤسسات المالية بتوفير بيانات لعملائها بعد حصولها على الاعتماد اللازم من العملاء، بتوفير البيانات المصرفية للعملاء على منصة آمنة، يتم استخدامها من قبل مؤسسات تقدم خدمات ذات قيمة مضافة لعملاء المصارف، ومن أمثلة ذلك حصول العميل على معلومات تبين له أفضل معدل ربح يمكنه الحصول عليه لتمويل سيارة أو الحصول على أفضل عرض من شركات التأمين.

تاسعاً: العقود الذكية (Smart contracts) : (<https://www.arabictrader.com/ar/learn/forex-school>) (أطلع عليه بتاريخ : 2023/05/05).

1. هي عبارة عن بروتوكولات كمبيوتر تسهل رقمياً التحقق من الاتفاقية أو التحكم فيها أو تنفيذها؛
2. فكرة العقود الذكية تعود لعام 1994، طورها "نيك زابو"، وهو عالم كمبيوتر أمريكي وهو الذي اخترع عملة افتراضية تسمى "Bit Gold" في عام 1998، قبل 10 سنوات كاملة من اختراع البيتكوين؛
3. العقد الذكي هو عقد ذاتي التنفيذ مع كتابة شروط الاتفاقية بين المشتري والبائع مباشرة في سطور من التعليمات البرمجية، والكود والاتفاقيات الواردة فيه موجودة عبر شبكة البلوكتشين الموزعة واللامركزية، يتم التحكم في الكود أثناء التنفيذ، أم المعاملات فهي قابلة للتتبع ولا رجعة فيها؛
4. تسمح العقود الذكية بتنفيذ المعاملات والاتفاقيات الموثوقة بين أطراف متباينة ومجهولة الهوية دون الحاجة إلى سلطة مركزية أو نظام قانوني أو آلية مراقبة التنفيذ خارجية.

عاشراً: المسرعات (Accelerators): (خليل، دراجي أنيس، و تريمه إيمان، صفحة 384)

دليل توجيهي معتمد من قبل المؤسسات المالية مع الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية.

❖ يمكن تلخيص ما تم عرضه حول ابتكارات التكنولوجيا المالية في الجدول التالي:

شكل رقم (07) : ابتكارات التكنولوجيا المالية

الابتكار	الترجمة باللغة الانجليزية	خصائصه
العملة المشفرة (العملة الرقمية)	Cryptocurrency	- تشفير المعلومات لخلق عملات رقمية؛ - التحقق من التبادلات المالية في المستقبل.
البيتكوين (النسخة رقمية من نظير إلى نظير (P2P))	Bitcoin	- أبرز العملات الرقمية؛ - تسمح بإرسال الدفعات عبر الأنترنت مباشرة من طرف لآخر.
البلوكتين	Blockchain	- يمثل دفتر الأستاذ الموزعة (DLT)؛ - الاحتفاظ بقاعدة بيانات إلكترونية للعملات المشفرة؛ - بمثابة سجل أرصدة لكل المعاملات الخاصة بالعملات الرقمية.
الإثيريوم	Ethereum	- ابتكار مالي مستحدث للبلوكتين؛ - مصمم للأشخاص لبناء التطبيقات اللامركزية؛ - الإيثر هو الرمز المميز للبلوكتين الإثيريوم.
التكنولوجيا التنظيمية	Reg Tech	- تساعد مؤسسات الخدمات المالية على الالتزام بأسس الضبط المالي؛ - أتمتة ورقمنة قواعد مكافحة غسل الأموال.
تكنولوجيا التأمين	Insurtech	- صنف خاص يتفرع عن التكنولوجيا المالية؛ - تبسيط وتحسين كفاءة صناعة التأمين.
عرض العملة الأولي	Initial Coin Offering	- تمويل جماعي للشركات الناشئة؛ - تستخدم البلوكتين؛ - خصوصية التعامل مع مؤدي الاستثمار بدلاً من المساهمين، وهو ما يقربه أكثر لتجربة التمويل الجماعي.
العملات المصرفية المفتوحة	Open Banking	- فكرة ناشئة في الخدمات المالية والتكنولوجيا المالية؛ - السماح بتداخل أطراف أخرى لإنشاء برمجيات رقمية مختلفة، اعتماداً على قواعد بيانات البنوك؛ - استخدام واجهات لبرمجة التطبيقات من خلال رموز.
العقود الذكية	Contracts Smart	- تنفيذ العقود تلقائياً بين المشتري والبائع؛ - قائمة على أساس البلوكتين.
المسرعات مسرعات البذور	Accelerators	- دليل توجيهي معتمد من قبل المؤسسات المالية مع الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية.

المصدر: (يومود، عواطف مطرف، و شافية شاي، 2020، صفحة 347)

يمكن إيجازها في العناصر التالية: (زواويد و نفيسة حجاج، 2018، الصفحات 66-67).

أولاً: خدمات التمويل الجماعي (CROWD FUNDING):

تقوم خدمة التمويل الجماعي بتوفير منصة على الانترنت، يمكن للشركات الصغيرة والناشئة ورواد الأعمال من خلالها الحصول على التمويل المالي اللازم لمشاريعهم والذي يكون من طرف عدة مستثمرين.

ثانياً: خدمات القرض من نظير الى نظير (PEER-TO-PEER/P2P):

وهي مشابهة للتمويل الجماعي، حيث توفر الشركات المقدمة لهذه الخدمات منصات تتيح إمكانية حصول الأفراد على قروض موجهة للاستهلاك، إذ يكون المقرض أفراد عاديون وليس مستثمرين أو مؤسسات مالية في مقابل الحصول على نسبة فائدة تكون عموماً أقل مقارنة بالقروض الاستهلاكية التي توفرها المؤسسات المالية التقليدية.

ثالثاً: خدمات الدفع (PAYMENT SERVICES): (لطرش هـ،، 2019، صفحة 8).

هو النشاط المصرفي الذي تمارسه التكنولوجيا المالية بشكل أكبر، بحيث يكون لدى العميل العديد من حلول الدفع من خلال:

1. الدفع عبر الهاتف المحمول :خدمات تسمح بتسريع وتنويع عملية الدفع؛
2. تحويل دولي للأموال بتكلفة أقل: تحويلات مجانية إلى الخارج وصرف عملات بدون عمولة؛
3. إدارة تدفقات الدفع المتاحة لمواقع التجارة عبر الانترنت :مما يسهل الدفع عبر الانترنت ويتضمن أيضا طرق دفع ودعم مبتكرة؛
4. المدفوعات بين الأفراد من خلال تحويل مبسط؛
5. تبادل العملات بدون تكلفة.

رابعاً: الخدمات المصرفية للأفراد (BANKING SERVICES) : (حرفوش، 2019، صفحة 729).

تشمل الخدمات المصرفية البسيطة، والجمهور العام، والانترنت، دون وكالة مادية وبتكاليف منخفضة.

خامساً: خدمات الاستثمار والتمويل:

تتيح التكنولوجيا المالية إمكانية تسجيل مدخرات الأفراد من خلال تقديم البساطة والتعليم عبر منصات التمويل الجماعي لتمويل الأعمال، سواء في شكل قروض (إقراض جماعي)، أو استثمار رأس المال (تكديس) أو تبرعات.

سادسا: خدمات مقدمة للبنوك على أساس قاعدة كبيرة للمعطيات (BIG DATA): (كروش، أسماء بللعماء، و زهرة سيد أعمار، 2020، صفحة 119)

تقدم التكنولوجيا المالية، حلول موجهة للقطاع البنكي والمصرفي، من خلال جمع وتحليل قاعدة كبيرة من البيانات، التي من شأنها تحسين إدارة العلاقة مع الزبون (سلوك الشراء، الادخار، المسارات الوظيفية للزبون، الملاءة المالية) كما تعمل في مجال الأمن السبرياني، وذلك من خلال الكشف المبكر لأي احتيال في سلوك المتعامل مثل: تحديد المكان الجغرافي للهواتف الذكية، أو تشفير وتحليل المخاطر، وتقديم أدوات تساعد على اتخاذ القرارات حول إدارة الفينتك وتسهيل إعداد التقارير التنظيمية.

سابعا: الخدمات الموجهة للبنوك والشركات:

تقدم التكنولوجيا المالية العديد من الحلول من أجل تحسين إدارة الشركات، فنجد منها الموجهة للبنوك مثل تقنية البلوكات التي تطور حلول معتمدة على تكنولوجيا البلوكتشين .

المطلب الثالث: شركات التكنولوجيا المالية

اتهمت المصارف العالمية بأنها السبب الرئيسي في إحداث الأزمة العالمية بسبب ممارساتها غير القانونية، الأمر الذي جعل المصارف والمؤسسات المالية تتكبد خسائر لا مثيل لها، في ظل هذه الأوضاع عملت التشريعات على التشدد على المصارف من أجل تحقيق الاستقرار المالي وحماية العملاء وتقييم ملاءةهم المالية بشكل جيد، واختيار المنتجات والخدمات الأكثر ملاءمة وإعادة تنظيم الحوافز لموظفي المصارف (منيرة و فالي نبيلة، الصناعة المصرفية الإسلامية في مواجهة تحديات التكنولوجيا المالية: دراسة حالة ماليزيا ودول مجلس التعاون الخليجي، 2020، صفحة 41)؛

وكنتيجة لذلك ظهور عهد جديد من الاستثمارات وخدمات العملاء من طرف شركات التكنولوجيا المالية ، التي نجدها اليوم قد تمكنت من احداث ثورة في مجال الابتكار الرقمي ،شمل تغيير المفاهيم الاعتيادية للعمل المصرفي ، مع تقديمه لخدمات مالية جديدة في مجال التجزئة وأعمال المصارف الأخرى، مثل بطاقات الائتمان، والقروض، والدفعات والتحويلات المالية بين الدول، والعملات الرقمية ، بالمقابل تجنب تركيبات التكاليف المعروفة والمعوقات التنظيمية للبنوك التقليدية ، بالإضافة الى ذلك تقديم نمط أعمال وتوفير تجربة عملاء معززة ومخصصة، وتحقيق أعمال متكاملة .

فيما يلي سوف نتطرق إلى بعض المفاهيم المؤسسة لشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية.

الفرع الاول: تعريف وخصائص شركات التكنولوجيا المالية

تميزت شركات التكنولوجيا المالية بروح الابتكار والتحول السريع، الذي غير موازين المنافسة بين البنوك، من خلال توفير حلول مبتكرة وتحسين تجارب العملاء وتحقيق أعلى درجات الكفاءة والفعالية في الأداء، وعليه سوف نتطرق في هذا الفرع إلى تعريف هذه الشركات وكذا خصائصها.

أولاً: تعريف شركات التكنولوجيا المالية

شركات التكنولوجيا المالية هي شركات تعتمد على التكنولوجيا جاءت بهدف تطوير الخدمات المصرفية والمالية.

وفيما يلي سوف نتناول أهم تعريف شركات التكنولوجيا المالية:

1. هي: " الشركات التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة بما في ذلك التعلم الآلي (**Machine learning**) لتحقيق نماذج الأعمال والذكاء الاصطناعي (**Artificial intelligence**) والمنتجات والعمليات المبتكرة في القطاع الدالي، فقد أصبحت شركات التكنولوجيا المالية تقدم خدمات أكثر ملاءمة من حيث السرعة والتكلفة والتميز مقارنة بالمصارف" (منيرة و فالي نبيلة، الصناعة المصرفية الإسلامية في مواجهة تحديات التكنولوجيا المالية: دراسة حالة ماليزيا ودول مجلس التعاون الخليجي، 2020، صفحة 41).
 2. أيضا : " شركات عملت على استحداث خدمات مالية رقمية لاستحواذ فئة المستبعدة من النظام المالي ودمجهم في القطاع ، فنجدها شركات مزودة بالحلول التكنولوجية المنافسة في تقديم خدمات مبتكرة وقليلة التكاليف وذات قيمة مضافة لخدمات المصارف، إذ تستطيع هذه الشركات تخصيص مبالغ كبيرة للتكنولوجيا الحديثة، ولهذا، أصبحت قادرة على منافسة المصارف من خلال الابتكار والاستحواذ على العملاء وبناء على ما سبق فقد باتت التكنولوجيا المالية من أبرز ما تستخدمه هذه الشركات اليوم لحماية مصالحها من الأخطار التي تواجهها" (شحاده، 2022، الصفحات 40-41).
 3. و في تعريف آخر : " شركات ناشئة جمعت بين البرمجيات والتكنولوجيا التقديم تشكيلة متميزة من الخدمات المالية مست أساسا قطاع المدفوعات، سوق الإقراض، التمويل، إدارة الثروات تحويل الأموال، والتأمين، وتشكل هذه الشركات إلهاما لرواد الأعمال وخصوصا بعد تحقيقها للنجاح الكبير بسبب اعتماد التكنولوجيا الحديثة، وبذلك تفتح الباب أمام أصحاب الأفكار الإبداعية إلى البحث عن تمويل أفكارهم لتحويلها إلى واقع، وهنا تكون شركات الاستثمار المخاطر في المرصاد، والتي بدورها تبحث عن مشاريع مبتكرة وأفكار إبداعية لخوض غمار المخاطرة فيه" (لطرش و سمية حراق، واقع التكنولوجيا المالية في الدول العربية وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 2020، الصفحات 15-16).
- ❖ ومما سبق يمكن تعريف شركات التكنولوجيا المالية بأنها: شركات جمعت بين الخدمات المالية التقليدية، والابداع التكنولوجي، من أجل تقديم حلول مالية حسب حاجات ورغبات العملاء (افراد أو شركات).

ثانيا: خصائص شركات التكنولوجيا المالية

- تنفرد شركات التكنولوجيا المالية بالخصائص التالية: (علقمة و يوسف سايحي، 2018، الصفحات 92-93).
1. الوصول لكل المستخدمين والتركيز عليهم، فهي تستهدف كل الطبقات والفئات من خلال تشكيلات متنوعة من المنتجات والخدمات التي يحتاجها العملاء ويطلبها في السوق؛

2. المرونة والقدرة على تحمل التكاليف، من خلال إعداد خطط وعروض مختلفة للدفع، والاعتماد على الطاقة النظيفة التي تتميز بالمرونة، وبالتالي تقديم عدة خيارات للعميل سواء بشكل يومي، أسبوعي أو شهري بمراحل أقل مما تقوم به المصارف بالتالي بأسعار أرخص؛
3. تعتمد شركات التكنولوجيا المالية على السرعة في التكنولوجيات والأساليب الحديثة، ما يجعلها قادرة على إنجاز المعاملات في وقت وجيز بالاعتماد على البيانات الضخمة والخوارزميات وكذا الذكاء الاصطناعي؛
4. سياسة البيانات أولاً / الهواتف المحمولة أولاً فيمكن لهذه السياسات تحسين الخدمات والمنتجات المقدمة لتصميم خدمات مناسبة للعملاء، وتسمح بتحليل أفضل بالتالي اتخاذ قرارات أصح واستغلال الفرص.

الفرع الثاني: خدمات شركات التكنولوجيا المالية

يمكن عرض المنتجات الخاصة بشركات التكنولوجيا المالية في باقتين من منتجات الموجة الأولى والموجة الثانية.

أولاً: الموجة الأولى من المنتجات والخدمات: وهي المدفوعات وحلول الإقراض، وتشمل: (ويبوفرت، 2017).

1. أنظمة الدفع الحديثة المعتمدة على الأنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية، وحلول الدفع من النوع **Pay Pal**؛
2. منصات التمويل الجماعي؛
3. شبكات الإقراض المباشر) المستهدفون هم العملاء الذين لا يملكون حسابات بنكية، وبالتالي خرجوا عن الحصة السوقية للبنوك)؛
4. اعتمدت منتجات وخدمات الموجة الأولى على الوسائط التالية، شبكات التواصل الاجتماعي، التجارة الإلكترونية، ومفاهيم الاقتصاد التشاركي (بما فيها الشمول المالي، المالية المصغرة، المالية التضامنية، رأس المال الاجتماعي).

ثانياً: الموجة الثانية من المنتجات والخدمات: توجهت التكنولوجيا المالية نحو: (عماني و وفاء حمدوش، 2017، صفحة 396)

1. التحويل المالي الدولي، إدارة الثروات، وخدمات التأمين؛
2. استخدام إمكانيات (**Block Chain**) أي السجل الأرشيفي الشبكي لكل المعاملات بين مستخدميه، والذي يتيح إمكانية تخزين ونقل المعلومات بحجم كبير، بتكنولوجيا عالية، تتميز السلسلة بالشفافية والأمان، تعمل دون وجود هيئة مركزية، لذلك تؤثر كثيراً على صناعة الخدمات المالية.

الفرع الثالث: تأثير شركات التكنولوجيا المالية على المصارف والشبابيك الإسلامية

سعت الصناعة المصرفية الإسلامية لوضع منهاج للابتكارات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، بالعمل على تطوير أدائها من أجل مواكبة وعصرنة أجهزتها، فنجد ان شركات التكنولوجيا المالية كان لها اثرا كبيرا في التغيرات الحاصلة على مستوى المصارف والشبابيك الإسلامية والتي نجدها متمثلة في: (سبع، 2021، الصفحات 263-264) (Damak، 2020، الصفحات 10-11).

أولاً: تبنى تكنولوجيا مالية في الصناعة المالية والمصرفية الإسلامية عمل على تحسين نوعية الخدمات وابتكار منتجات جديدة للوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛

ثانياً: التقنيات الرقمية، الأنظمة والبرامج الإلكترونية الجديدة عملت على تسهيل، توصيل وسرعة في إنجاز المعاملات وخدمات الدفع وتحويل الأموال بأيسر الطرق وبكفاءة كبيرة وجودة عالية ما زاد ما من قدرتها على التنافس في السوق المالية؛

التكنولوجيا المالية مزجت بين التقنيات التكنولوجية وبين ومبادئ الصيرفة الإسلامية، الذي يعتبر ضرورة ملحة وسياسة استراتيجية لهذه المصارف؛

ثالثاً: الزيادة في حجم الاستثمارات المالية من خلال الزيادة في عدد الاسواق المالية؛

رابعاً: متابعة مسار العمليات من خلال خفض المخاطر المتعلقة بأمان المعاملات أو سرقة الهوية، إضافة إلى تتبع التدفقات النقدية، مما ساعد المسيرين على تنفيذ الإجراءات التصحيحية الفورية.

خامساً: مكنت التكنولوجيا المالية الصيرفة الإسلامية من تحسين الرقابة الشرعية بواسطة التقنيات والوسائل الحديثة وصولاً لتحقيق الجودة والشفافية المطلوبة، كما ساعدت القائمين عليها بالمراقبة الدورية بطريقة سهلة ويسيرة.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية الإسلامية

تمثل الخدمات المصرفية الإسلامية نسبة كبيرة من إجمالي الأصول المصرفية في العديد من اقتصادات العالم، كما تؤدي دوراً محورياً في عملية النمو والتطوير، في كافة القضايا الاستراتيجية والتشغيلية والتنظيمية الرئيسية، كما تساعد البنوك التقليدية على بناء الأعمال المصرفية الإسلامية.

المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية

ان قرار القيام بأي خدمة يتطلب منا التخمين فيما سوف تحققه فوائدها ومكاسبها، من هنا وجب علينا التحديد الدقيق لطبيعة هذه الخدمات، سواء من زاوية المنافع أو الاشباع التي نتوقع الحصول عليها، فمن اهم القطاعات الذي تزداد فيه الطلب على الخدمات قطاع المصارف، التي عرفت تقدماً ملحوظاً بفضل التكنولوجيات الجديدة التي أضفت إليها عدداً من التقنيات، عملت على حسن أدائها وجودتها، والسعي لجلب زبائن جدد.

لكن وقبل التطرق الى الخدمات المصرفية، كان لا بد من التعرض لمفهوم الخدمة بشكل خاص مع التطرق لأهم خصائصها.

الفرع الأول: تعريف وخصائص الخدمة

تعرف الخدمة وتتميز بمجموعة من الخصائص نتعرف عليها فيما يلي.

أولاً: تعريف الخدمة

في تعريف الخدمة ظهرت عدة توجهات ووجهات، بسبب طبيعتها المميزة، بحسب خصائصها أو بحسب المحتوى أو المخرجات الغير ملموسة التي تتوفر أو تقدم للمستخدمين منها، فلعل من أهم التعاريف نذكر:

1. يرى لوفلوك (Lovelock) بأن الخدمة هي: "نشاط اقتصادي مقدم من طرف لآخر، غالباً دون انتقال للسلع، يخلق القيمة من خلال تأجير أو استغلال سلع، يد عاملة، كفاءات مهنية، تجهيزات أو هياكل، شبكات أو أنظمة، بشكل منفرد أو مجتمع، الأنشطة والمنافع والإشباع التي تقدم للبيع أو تكون مصاحبة للسلع المادية (Lovelock, 2008, p. 609).
2. أما ادراين بالمر (Adrain Palmer) يقول أن الخدمة هي: "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، أما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستخدم" (الضمور، 2015، صفحة 28).
3. عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض لمبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" (الصميدغي و ردينة عثمان يوسف، 2010، صفحة 254).
4. كما عرفت بانها: "نشاطات غير ملموسة التي تحقق منفعة لزبون أو عميل وهي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى، اي ان انتاج وتقديم خدمة معينة لا يتطلب استعمال سلعة مادية" (العلاق، 2007، صفحة 36).

❖ من خلال التعاريف المجسدة للخدمة، يمكن استخلاص مفهوم على ضوء ما تم التعرض له بانها:

كل نشاط أو فعل أو اداء يقوم به الفرد أو العميل من أجل تحقيق منافعه، دون تملكه لشيء ملموس، فقد تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، كما يمكن ألا تكون كذلك.

ثانياً: خصائص الخدمة: تنفرد الخدمة بعدة صفات وخصائص اجمع عليها الاقتصاديون وباحثي تسويق الخدمات والتي تتمثل في:

1. لا ملموسية الخدمة:

ان ابرز ما يميز الخدمة عن السلعة، ان الخدمة غير ملموسة بمعنى ليس لها وجود مادي، ويترتب على ذلك خاصية فرعية اخرى وهي صعوبة معاينة تجربة الخدمة قبل شرائها (الحداد، 1999، صفحة 48)، وبالتالي فإن الخدمة " ليس لها كيان مادي وهذه الخاصية تفقد المشتري القدرة على إصدار قرارات وأحكام بناءً على تقييم محسوس، من خلال لمسها أو تذوقها أو شمها أو رؤيتها قبل شرائه لها" (المؤذن، 2002، صفحة 27).

2. عدم الانفصالية (التلازمية):

يقصد بالتلازمية "تلازم عملية الإنتاج والاستهلاك" (الصحن، 2002، صفحة 352)، يعني درجة الارتباط بين الخدمة ومقدمها، فمن الصعب الفصل بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها، فالعميل هنا يكون في اتصال مباشر مع مقدم الخدمة ويعتبر عليه، كمن يخدمه في البنك (الصرن، 2008، صفحة 61).

3. عدم التجانس (عدم التماثل):

نقصد بهذه الخاصية "عدم القدرة على توحيد وتنميط الخدمة المقدمة إذ تختلف طريقة تقديم الخدمات من زبون إلى آخر حسب درجة التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون ومكان وزمان تقديمها وكفاءة وسلوك مقدمي الخدمات ووفقاً لظروف معينة" (الصرن، 2008، صفحة 61).

4. عدم قابلية التخزين (الفناء):

تظهر هذه الصفة "حقيقة أن الخدمات لا يمكن تخزينها بهدف البيع أو الاستخدام اللاحق للمنتجات، فالقيمة الحقيقية لتلك الخدمة هي فقط عند لحظة المراجعة، وبالتالي تفقد القيمة عند عدم الحضور بالوقت والمكان المحددين سابقاً، فقابلية الخدمة للتلاشي لا تمثل مشكلة عندما يكون الطلب عليه ثابت" (المساعد، 2003، صفحة 53).

5. عدم انتقال الملكية:

" لا يمكن تملك الخدمة كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية، مع استعمالها لوقت لاحق، فالعميل ينتفع بما لحظة إنتاجها دون حيازتها أو تملكها " (نبعة، 2005، صفحة 27).

الفرع الثاني: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية

تعد الخدمات المصرفية من أكثر الأنشطة التي لا تزال ترقى بالاهتمام والتطوير، حتى أضحت ميداناً رئيسياً للتنافس، إذ تهتم بتصميمها وتطويرها لجذب العملاء، لما تشكله خدماتها من مصدر ربحي.

أولاً: تعريف الخدمة المصرفية

فمن خلال تعريفنا لمفهوم الخدمة ومعرفة خصائصها، نأتي إلى تعريف الخدمة المصرفية كالتالي:

1. تعرف الخدمة المصرفية بأنها: " عبارة عن مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة والمقدمة من طرف البنك والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظتها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية أو في الوقت ذاته تشكل مصدر أرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين " (العجارمة، 2005، صفحة 32).

2. يفهم على الخدمة المصرفية أيضا: " المنافع أو الاشباع غير الملموسة والتي يقدمها المصرف لإشباع الحاجات المالية والائتمانية للعملاء، وإنتاجها قد يرتبط أو لا بمنتج مادي ملموس " (وأخرون، 2010، صفحة 60).

3. هي أيضا: " الأساس الذي يعتمد عليه العميل في إشباع حاجاته ورغباته لذلك فإن المصارف تولي أهمية خاصة للعميل عند صياغة استراتيجيتها التسويقية بناء على ادراكات العميل وتوقعاته " (العرايبي، 2002، صفحة 72).

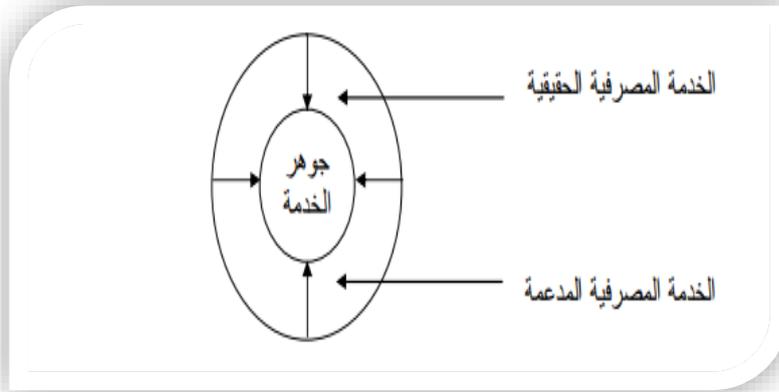
يمثل الشكل رقم (08) المفهوم الحديث للتسويق الذي أضفى شيئا من الشمول، من خلال نظريته للخدمة المصرفية التي تكمن قيمتها أو جوهر المنفعة المترتبة عنها في التجربة التي يعيشها الزبون المتمثلة في ثلاثة زوايا هي : (الخضر ب.، 2011-2012، الصفحات 14-15).

أ. **جوهر الخدمة:** وهي عبارة عن مجموع المنافع التي يهدف الزبون إلى تحقيقها من وراء طلبه الخدمة؛

ب. **الخدمة الحقيقية:** هي مجموع الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة، مستوى التفضيل لدى الزبائن وتوقعاتهم؛

ج. **الخدمة المدعومة:** خدمات تساعد الزبون ليصل إلى درجة الإشباع والرضا المرغوب فيه.

شكل رقم (08) : مفهوم الخدمة المصرفية.



المصدر : (الخضر ب.، 2011-2012، الصفحات 14-15)

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية

خصائص الخدمات المصرفية تتوافق مع خصائص الخدمات، بالمقابل تختلف معها في طبيعة الأنشطة المقدمة والإجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية، طريقة أداء العاملين والأجهزة المستخدمة في تقديمها وكذلك تختلف عنها في طبيعة الزبائن، حاجاتهم، رغباتهم والمنافع التي يرغبون في الحصول عليها، والتي تظهر من خلال:

1. **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** تتسم الخدمات المصرفية بالتنوع حيث تختلف الأغراض التي تقدم هذه الخدمات من أجلها مثل منح تسهيلات ائتمانية للعملاء أو تمويل مشاريع استثمارية بالإضافة إلى المساعدة في إتمام صفقات في إطار التجارة الخارجية (الخضر ب.، 2011-2012، صفحة 20)؛
2. **الافتقار إلى هوية خاصة:** وتعني أن الخدمات التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة، وعليه فإن البنك سيسعى إلى إرساء هوية متميزة عن طريق الاهتمام بموقعه، سمعته، كفاءة موظفيه زيادة الجهود الترويجية وأحيانا ابتكار منتجات جديدة لمواجهة حدة المنافسة وجذب المزيد من الزبائن (أحمد أ.، 2001، صفحة 46)؛
3. **التوازن بين النمو و المخاطر:** تحرص المصارف ان تكون الخدمات المقدمة لزيائنها ذات مخاطرة منخفضة، من خلال فرض رقابة لتحقيق التوازن بين التوسع في تقديم الخدمات البنكية والحذر من زيادة المخاطرة أيضا المسؤولية القانونية المترتبة عليها (الخضر ب.، 2011-2012، الصفحات 19-20)؛
4. **الثقة في المصرف:** ان الودائع المصرفية أحد أهم اهتمامات الزبون فخسارة المصرف او عدم توفير السيولة وكذلك عجزه عن تحقيق العائد المناسب من شأنه سحب ثقة المتعاملين منه (محمد، 2005، صفحة 67)؛
5. **الانتشار الجغرافي:** من اجل تحقيق أهدافه على المصرف أن يمتلك نظام متكامل و شامل من الفروع المنتشرة جغرافيا بشكل يتناسب و احتياجات ورغبات الزبائن أي توفير الخدمات المصرفية في المكان و الوقت المناسبين (الخضر ب.، 2011-2012، صفحة 19)؛
6. **الاعتماد على التوزيع المباشر:** يقوم المصرف بتقديم خدماته عن طريق فروع الموزعة لتلبية رغبات زبائنه من الخدمات وذلك ان يكون قريبا منهم وبصورة مباشرة (محمد، 2005، صفحة 67)؛
7. **الارتباط بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة:** تتأثر المصارف بالقرارات الاقتصادية والأدوات النقدية التي تعكس على طبيعة المنتجات والخدمات المقدمة (بريش، 2006، صفحة 233).

الفرع الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

نظرا لتعدد الخدمات المصرفية وتنوعها من الصعب حصر جميع أنواعها في نوع واحد، وعموما يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي:

أولاً: حسب نوع الخدمات المصرفية وحسب الزبائن (غالي و بتول عبد العالي، 2017، صفحة 89)

1. **الخدمات المصرفية حسب نوعها:** ويمكن أن تنقسم بدورها إلى ثلاثة أنواع وهي:
 - أ. خدمات مصادر الأموال كالحسابات الجارية، ودائع التوفير، الودائع لأجل، شهادات الإيداع وصناديق الاستثمار؛
 - ب. خدمات توظيف الأموال وتشمل القروض بأنواعها المختلفة والاعتمادات المستندية وبطاقات الائتمان؛
 - ج. الخدمات المختلفة التي ال تركز إلى منح الائتمان، من أمثلتها تحويلات العملة والكفالات وتأجير الصناديق الحديدية.

2. الخدمات المصرفية حسب نوع الزبائن: تظهر من خلال:

أ. خدمات التجزئة للأفراد وخدمات قطاع المنظمات:

- الحسابات الجارية، الودائع المختلفة، شهادات الإيداع، الاعتمادات المستندية والكفالات، الحوالات المالية، قروض التأسيس وتمويل رأس المال العامل، تأجير الخزائن، البطاقات البلاستيكية، القروض الاستهلاكية، الحوالات المالية، وشهادات الاستثمار.

ثانيا: الخدمات المصرفية التقليدية: ومن أهم الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها المصرف للزبائن نذكر ما يلي: (النسور، 2015، صفحة 72).

1. قبول الودائع بكافة أنواعها (الجارية "الحسابات تحت الطلب"، الادخارية "الودائع لأجل، الودائع الادخارية) مع منح القروض والسلفيات؛
2. إصدار خطابات الضمان للزبائن وفتح الاعتمادات المستندية نيابة عنهم في حالة الاستيراد والتصدير وشراء وبيع العملات الأجنبية وتأجير الخزائن الحديدية؛
3. بيع وشراء الأوراق المالية وتحصيل الأوراق التجارية لصالح الزبائن فضال عن تقديم الخدمات الاستشارية لصالح الزبائن فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية.

ثالثا: الخدمات المصرفية الحديثة

من أهم الخدمات المصرفية الحديثة نذكر ما يلي: (العصار و رياض الحلبي، 2000، الصفحات 70-71) (بريش، 2006، صفحة 235).

1. تقديم خدمات استشارية للعملاء فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية لنيل ثقتهم بالمصرف؛
2. المساهمة في دعم وتمويل المشاريع التنموية التي تخدم المجتمع بالدرجة الأولى؛
3. المساهمة في تمويل ودعم المشاريع التنموية؛
4. شراء وبيع الأوراق المالية وحفظها لحساب العملاء؛
5. إصدار خطاب الضمان؛
6. تحويل العملة للخارج؛
7. إصدار الشيكات السياحية؛
8. فتح الاعتمادات المستندية؛
9. خدمات البطاقة الائتمانية؛
10. شراء وبيع العملات الأجنبية والمحلية؛
11. إدارة أعمال وممتلكات العملاء؛

12. خدمات الصراف الآلي (أصبح تقييم الخدمات المصرفية الحديثة بالاعتماد على الخدمات الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي **ATM** ونظم التحويل الإلكترونية والخدمات المصرفية عن بعد، الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت أو ما يسمى المصارف الإلكترونية).

المطلب الثاني: المصارف والشبائيك الإسلامية

برزت فكرة المصارف والشبائيك الإسلامية كنتيجة حتمية من أجل تطبيق تعاليم الدين الإسلامي، الذي لطالما حقق التوازن بين المصلحة الفردية ومصلحة المجتمع، مما لا شك فيه أن فكرة المصارف والشبائيك الإسلامية لم تكن تقليدا للبنوك، بل كان وجودها امتدادا طبيعيا للأعمال المصرفية عبر الأزمنة الإسلامية؛

فالمصارف والشبائيك الإسلامية أصبحت ضرورة ملحة نادت بها المجتمعات الراضية للتعامل بالربا، فالיום نجد منافسا قويا للبنوك تميزها عنها الاختلافات الجوهرية في طبيعة الأعمال والاسس القائمة عليها، فمن أهم الأسباب والعوامل التي ساعدتها في الارتقاء والتوسع نذكر: (المغربى، 2004، صفحة 84)

- ✓ نضوج فكرة تكوين وإنشاء المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية وتفهمها على المستوي العربي والإسلامي؛
- ✓ حرية الكلمة وجرأة التفكير بعد التخلص من استعمار الحكام المسيطرين؛
- ✓ كثرة المؤتمرات الدينية والسياسية والاقتصادية على مستوى العالم الإسلامي؛
- ✓ تبنى الفكرة من طرف رجال لهم القدرة والمكانة في المجتمع الإسلامي؛
- ✓ تعدد المراجع والأبحاث في هذا المجال مقدمة كل جديد في عالم المصارف؛
- ✓ النجاحات العملية لتجارب كثير من المصارف الإسلامية.

الفرع الأول: تعريف المصارف الإسلامية وخصائصها

انتهج القطاع المصرفي التقليدي نظما تعتمد على الاقراض، وبمعدلات فائدة عالية، ما أدى إلى تكوين منظومة غير عادلة جلبت للناس المزيد من المشاق التي هم في غنى عنها، ما تطلب قيام نظام مالي عادل، من خلال خلق المعاملات المصرفية الإسلامية، التي كان هدفها يتمحور في توفير بديل مالي، يتسم بالعدل والشفافية، والأهم من ذلك أن تكون مصدرا للارتقاء الاقتصادي.

أولا: تعريف المصارف الإسلامية

حظيت المصارف الإسلامية للعديد من التعاريف والمفاهيم باعتبارها مؤسسات ائتمان، لم يرد مفهومها من قبل ضمن القوانين والتنظيمات البنكية، فقد اقتضت التعاريف الفقهية ذكرها إلا على الأعمال التي تقوم بها، وفيما يلي نستعرض بعضا منها.

1. عرفها الدكتور أحمد النجار على أنها: " أجهزة مالة تستهدف التنمية وتعمل في إطار الشريعة الإسلامية، وتلتزم بكل القيم الأخلاقية التي جاءت بها الشرائع السماوية، وتسعى إلى تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع، وهي أجهزة تنمية اجتماعية مالية، حيث أنها تقوم بما تقوم به المصارف من وظائف في تسيير المعاملات التنموية" (النجار، 1979، صفحة 94)؛

2. الأستاذ علي عبودي نعمة الجبوري قال بأنها: "مؤسسات مالية عقائدية تعتمد في عملها على العقيدة الإسلامية، وتسعى إلى تحقيق المصالح المادية المقبولة شرعا، عن طريق تجميع الأموال وتوجيهها نحو الاستثمار الأمثل، فهي مصارف إسلامية، أي لا تتعامل بالفائدة" (الجبوري، ادارة المصارف الاسلامية (نظام مالي عادل)، 2016، صفحة 17)؛
3. أيضا هي: "هو مؤسسة نقدية مالية تعمل على جذب الموارد النقدية من أفراد المجتمع، وتوظيفها توظيفا يكفل تعظيمها ونموها في إطار القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية، ولما يخدم شعوب الأمة ويعمل على تنمية اقتصاداتها" (بورقة و هاجر زراقي، إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الاسلامية (دراسة تحليلية)، 2015، صفحة 14)؛
4. يرى الدكتور عبد الرحمان يسري أحمد أن البنك الإسلامي هو: " مؤسسة مصرفية لا تتعامل بالفائدة أي الربا أخذًا أو عطاء، فالبنك الإسلامي يتلقى من العملاء نقودهم دون أي التزام أو تعهد مباشر أو غير مباشر بإعطاء فوائد لهم، مع ضمان رد الأصل لهم عند الطلب وحين يستخدم ما لديه من موارد نقدية في أنشطة استثمارية أو تجارية ، فإنه لا يقرض أحدا مع اشتراط الفائدة وإنما يقوم بتمويل النشاط على أساس المشاركة في الربح والخسارة" (يسري أحمد عبد الرحمان، 2001، صفحة 259).

ثانيا: خصائص المصارف الإسلامية

- تتميز المصارف الإسلامية بخصائص نذكرها كما يلي: (مرابطي و وردة سعادية، 2022، الصفحات 60-61) (طبيب، الصفحات 23-25).
1. **عدم التعامل بالربا:** هي سمة مميزة للبنوك الإسلامية من أجل تطهير المال وتعد هذه الخاصية المعلم الرئيس والأول لها، ومن هنا فإن المصارف الإسلامية لا تتعامل بالفائدة أي كانت صورها وأشكالها، أخذًا وعطاء إيداعًا وتوظيفًا، قبولًا أو خصما، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ثابتة أو متحركة.
 2. **الالتزام في معاملاتها بالحلال:** حيث يستمد مشروعيتها من تجسيده للفكر الإسلامي، فإنه يلتزم التزاما كاملا بتطبيق قاعدة الحلال والحرام في كل معاملاته.
 3. **الرقابة الشرعية:** تنفرد المصارف الإسلامية عن غيرها من المصارف التقليدية بأن لها رقابة ثالثة على عملياتها وهي الرقابة الشرعية بالإضافة إلى الرقابات المالية والإدارية والمصرفية، وهي الميزة الرئيسية للبنوك الإسلامية، ومن الجدير بالذكر أن المراقب الشرعي ينبغي أن يكون مؤهلا تأهيلا شرعيا وعلميا ليكون باستطاعته إبداء الرأي الذي يستند على العلم والدراية.
 4. **المصرف الإسلامي مصرف ذو صفة تنموية:** تعتبر من السمات الرئيسية المميزة للبنوك الإسلامية وذلك لمساهمتها ليس فقط في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية للمجتمع من خلال السعي نحو أكبر نفع ممكن سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ولكن تمتد أيضا إلى التنمية النفسية والأخلاقية على اعتبار أن الاستثمار في الإنسان هو أحسن استثمار للتطور والنهوض بالمجتمع.
 5. **الصفة الاجتماعية للبنوك الإسلامية:** تعتبر المصارف الإسلامية بنوكا اجتماعية تحقق التكافل الاجتماعي من خلال جمع الزكاة وإنفاقها في جوانبها الشرعية واستثمار أموال الزكاة الفائضة وتوزيع عوائدها على المستحقين، كما تقوم هذه المصارف بتقديم القرض الحسن، وهو مشروع خيري لغايات إنسانية كحالات الزواج والعلاج والديون، وإنشاء المشروعات الصغيرة التي تلي الاحتياجات التمويلية للفقراء.

الفرع الثاني: مصادر واستخدامات الاموال في المصارف الإسلامية

تقوم المصارف الإسلامية على أساس المشاركة في الأرباح والخسائر لمصادر واستخدامات الأموال.

أولاً: مصادر (المطلوبات) الأموال في المصارف الإسلامية

تختلف مصادر الأموال في المصارف الإسلامية بين المصادر الداخلية والخارجية والمصادر الأخرى، وهذا ما سنتناوله كالتالي:

1. **المصادر الداخلية:** (بورقة و هاجر زارقي، إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الاسلامية (دراسة تحليلية)، 2015، صفحة 34).

يقصد بها حقوق الملكية، الموارد المالية المتاحة للاستثمار بهيكل التمويل بالميزانية والتي يمتلكها المصرف، وهي المصادر التي يعتمد عليها المصرف الإسلامي في بدء نشاطاته، تتكون المصادر الداخلية من:

أ. **راس المال:** هو قيمة الأموال التي يحصل عليها المصرف من المساهمين فيه (طبيعيين أو اعتباريين) عند تأسيسه وأية إضافات أو تخفيضات تطرأ عليها في فترات متتالية، سواء كانت في شكل عيني الأصول الثابتة المادية أو في شكل معنوي (اخرن، 2014، صفحة 35) ، يشترط في راس المال ان يكون حاضرا لا دينا في الذمة (الشمري، 2008، صفحة 41).

✓ ينقسم راس المال الى قسمين: (غربي، 2013، صفحة 362).

- **رأس المال الأساسي:** ويمثل في رأس المال المدفوع من جانب المساهمين؛

- **رأس المال الإضافي:** ويتضمن قيمة الزيادة المحصلة من حملة الأسهم عن القيمة الإسمية للسهم.

ب. **الاحتياجات:** تتمثل في الأموال المقتطعة من الأرباح الصافية للبنك، حيث تعد مصدرا من مصادر التمويل الذاتي. (بوجلال، 1990، صفحة 54).

✓ تنقسم الاحتياجات بدورها الى عدة أنواع أهمها: (الرفاعي، 2004، صفحة 100).

- **الاحتياجات القانونية:** والذي تفرضه السلطات النقدية (المصارف المركزية) على المصارف، وهو عبارة عن اقتطاع

نسبة معينة من الأرباح الصافية التي تحققها المصارف لتبقى داخل البنك ولا توزع بأي شكل من الأشكال.

- **الاحتياجات النظامية:** يتكون الاحتياطي النظامي عندما يتضمن عقد الشركة ونظامه الأساسي نصا يقتضي تكوين

احتياطي يخصص لمواجهة الأغراض التي يحددها النظام، يخصص لمواجهة الخسائر التي قد تلحق بالمصرف.

- **الاحتياطيات الاختيارية:** وهو الذي يقترح من طرف مجلس الإدارة وتقرره الجمعية العامة العادية لمواجهة نفقات

طارئة، وعليه فإن دور الاحتياطيات في المصارف يتلخص في دعم مركزها المالي والمحافظة على سلامة رأسمالها، وعلى

ثبات قيمة ودائعها وموازنة أرباحها (مسعودة، 2007-2008، صفحة 25).

ج. **المخصصات:** مبالغ يتم تكوينها لمواجهة ما يتوقع من تدهور في جهة نسبة توظيف واستثمارات المصرف، أيضا

لمواجهة أخطار المصرف للوفاء بالتزامات نيابة عن عملائه تجاه الآخرين (الموسوي، المصارف الاسلامية أدواتها

المالي و آثارها في سوق الاوراق المالية ، 2011، الصفحات 38-39) .

- د. الأرباح المحتجزة: تمثل تلك الأرباح الفائضة أو المتبقية بعد إجراء عملية التوزيع (المغربي، الادارة الاستراتيجية في البنوك الاسلامية، 2004، صفحة 116) ، يتم احتجازها داخليا لإعادة استخدامها بعد ذلك (هي نصيب من أرباح المساهمين وليس من أرباح المودعين) (بورقة و هاجر زراقي، إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الاسلامية (دراسة تحليلية)، 2015، صفحة 37).
- هـ. الموارد الأخرى: مثل القروض الحسنة من المساهمين، والتأمين المودع من قبل العملاء كغطاء اعتماد مستندي أو غطاء خطابات الضمان، وقيمة تأمين الخزائن الحديدية المؤجرة (المغربي، الادارة الاستراتيجية في البنوك الاسلامية، 2004، صفحة 240).

2. المصادر الخارجية:

- هي الأموال التي يتلقاها المصرف من الخارج، والتي تتشكل أساسًا من الودائع بمختلف أنواعها التي تقوم بتوظيفها بطريقة مغايرة ووفقا لمبدأ المشاركة بخلاف المصارف التقليدية التي تحصر توظيفاتها في الإقراض بالفائدة (بورقة و هاجر زراقي، إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الاسلامية (دراسة تحليلية)، 2015، صفحة 38).
- ✓ تنقسم المصادر الخارجية للمصارف الإسلامية الى:
- أ. **ودائع تحت الطلب (الحسابات الجارية):** تمثل مصدرا من المصادر الافراد الذين يقومون بإيداعها لدى المصارف الإسلامية لمجرد حفظها وتسيير معاملاتهم الجارية مقابل عمولة بسيطة نظير إدارته لذلك الحساب (الجلفة، الصفحات 2-4).
- ب. **الودائع الاستثمارية (الودائع لأجل):** هي الأموال التي يودعها أصحابها بغرض الحصول على عوائد، فهي ودائع تخضع لقاعدة (الغنم بالغرم)، أي ان العميل يحصل على الربح (الغنم) ويتحمل الخسارة (الغرم) إذا وقعت، فهذه الودائع من اهم وأكبر مصدر للأموال في المصارف الإسلامية (شباد، 2015، صفحة 42).
- ج. **الودائع الادخارية:** تستخدم المصارف الإسلامية هذه الودائع في المشاريع الاستثمارية قصيرة الأجل، وفق نظام المشاركة في الأرباح على أساس الرصيد الأدنى للحسابات، مع مراعاة نسبة السيولة المتوفرة لدى البنك، لأن أصحاب هذه الودائع يمكنهم طلب أموالهم بعد إشعار سابق (العسالي و سويسي طه عبدالرحمان، 2013، صفحة 258).
- د. **ودائع المؤسسات المالية الإسلامية:** انطلاقا من مبدأ التعاون تقوم بعض المصارف الإسلامية التي لديها فائض في الأموال بإيداع تلك الأموال في المصارف الإسلامية التي تعاني من عجز في السيولة النقدية، إما في صورة ودائع استثمار تأخذ عنها عائد أو في صورة ودائع جارية لا تستحق عنها (الموسوي، صفحة 42).
- هـ. **محفظة الأوراق المالية:** تتعامل المصارف الإسلامية بالأسهم العادية للشركات أو الهيئات التي تمارس أنشطة مشروعة أو تنتج سلعا غير محظورة شرعا، تشمل المحفظة على الأسهم العادية و صكوك الإستثمار الإسلامية، (الصوان، 2001، صفحة 108) .
- و. **الصكوك الاسلامية:** تقوم المصارف الإسلامية بإصدار أنواع مختلفة منها تتماشى وأحكام الشريعة الإسلامية، فهي عبارة على أدوات ملكية قصيرة الأجل صممت لتلبية احتياجات المتعاملين فيها من الجمهور والمؤسسات،

تعتبر الصكوك من أفضل وسائل اجتذاب المدخرات الحقيقية وتجميع الأموال اللازمة لتمويل مشروعات البنية التحتية ذات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية (الطبي، 2010، الصفحات 66-67).

ثانياً: استخدامات (موجودات) الأموال في المصارف الإسلامية

وتتمثل استخدامات الأموال في المصارف الإسلامية في الأصول التي تملكها، والتي تظهر في العناصر التالية: (بورقية، 2013، الصفحات 51-52).

1. الأرصدة النقدية الحاضرة:

أ. النقدية بالصندوق؛

ب. الأرصدة لدى البنك المركزي؛

ج. ارصدة لدى المصارف الأخرى؛

د. ارصدة لدى المراسلين بالخارج.

2. الأصول المتداولة: وتنقسم الى:

أ. محفظة الأوراق المالية: تقتصر على الأسهم العادية فقط؛

ب. أنشطة تمويلية واستثمارية: تتمثل في صيغ التمويل التي تتعامل بها المصارف الإسلامية، والتي تعوضها القروض الممنوحة في المصارف التقليدية، والتي تتمثل في الصيغ التالية:

- صيغ التمويل القائمة على المشاركة في عائد الاستثمار: (الهول، 2012، صفحة 95) (الله و سعيان، 2008، صفحة 171).

● التمويل بالمضاربة: تقوم المصارف الإسلامية بالتمويل والاستثمار في المشاريع على أساس المضاربة ويسمى البنك رب المال، ويسمى المتعهد أو الملتزم مضارباً، وهو الذي يقوم بالعمل في المشروع، ولا يتدخل البنك في تفاصيل العمل، وفي نهاية العمل يقسم الربح بين البنك والمتعهد بموجب الاتفاق السابق على حصة كل منهما، وفي حالة الخسارة يتحملها البنك لوحده.

● التمويل بالمشاركة: هو تقديم البنك والعميل المال بنسب متساوية أو متفاوتة من اجل إنشاء مشروع جديد أو المساهمة في مشروع قائم، بحيث يصبح كل واحد منهم ممتلكاً حصة في راس المال بصفة ثابتة أو متناقصة ومستحق لنصيبه من الربح، وتقسّم الخسارة على قدر حصة المشاركة في رأسمال

● المزارعة: تقوم على أساس عقد زرع ببعض الخارج منه، بمعنى اخر ان يقوم المالك بإعطاء الأرض لمن يزرعها أو يعمل عليها، حيث يقومان باقتسام الزرع.

- **المساقاة (الاستسقاء):** من أهم التمويلات التي تتميز بها المصارف الإسلامية كنوع متخصص من المشاركات في المجال الزراعي، والأصل في المساقاة هو أن يدفع الرجل شجره إلى آخر ليقوم بسقيه وعمل ما يحتاج مقابل جزء معوم من الثمار التي ينتجها هذا الشجر، وفي شكل نسبة من هذا الإنتاج.

– **صيغ التمويل القائمة على أساس المديونية:**

- **التمويل بالمراجحة:** وتتمثل بعملية المراجحة للأمر بشراء والمراجحة بالتوكيل حيث تتسم الأولى بإجراء العملية المصرفية على أساس قيام البنك بشراء سلعة معينة حسب المواصفات التي يطلبها العميل ومن ثم إعادة بيعها له مراجحة أي بثمانها الأصلي مضاف إليها التكلفة المحتجزة شرعا وهامش ربح معين يتم الاتفاق عليه مسبقا، بينما تقوم عملية المراجحة بالتوكيل على أساس تحديد المتعامل بمذاق النوع لسلعة معينة بحسب المواصفات وسعر معين يقوم من خلالها بتوكيل البنك (مقابل اجل معين) للقيام بعملية شراء هذه السلعة (البياتي، و ميرال روجي سماره، 2013، صفحة 227).

- **التمويل بالتأجير:** تتم هذه العملية بان تملك المصارف الإسلامية عمارات أو آلات أو تجهيزات وتؤجرها للعملاء مقابل اجر متفق عليه، وتسمى العملية إجارة، ولها شروط تقرر بالاشتراك مع المستأجر (الهول، 2012، صفحة 95).

- **التمويل بالسلم:** السلم في تعريف الفقهاء هو بيع اجل بعاجل، بمعنى انه معاملة مالية يتم بموجبها تعجيل دفع الثمن وتقديمه نقدا إلى البائع، الذي يلتزم بتسليم بضاعة معينة مضبوطة بصفات محددة في اجل معلوم، فالمؤجل هو السلعة المباعة الموصوفة في الذمة، والعاجل هو الثمن، وصيغة التمويل بالسلم يفضل استعمالها في تمويل القطاع الفلاحي (ناصر و عبد الحميد بوشرمة، متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر، 2010، صفحة 310).

- **التمويل بالقرض الحسن:** هو منح البنك أموال بدون فائدة للأفراد، الذين هم بحاجة إلى مساعدة، حيث تمكنهم من إعادة تأهيل أنفسهم ماديا (الهول، 2012، صفحة 96).

- **التمويل بالإستصناع:** هو أن يطلب شخص من آخر صناعة شيء ما له على أن تكون الموارد من عند الصانع، وذلك نظير ثمن معين (ناصر، 2002، صفحة 131).

الفرع الثالث: تعريف الشبايك الإسلامية وخصائصها

بعد النجاح والاقبال الذي شهدته المصارف الاسلامية وتعدد البدائل التمويلية لديها، في ظل تجنبها لكل اشكال التعاملات الربوية المتنافية لأصول الشريعة الاسلامية، ما أدى الى زيادة الطلب على خدماتها من مختلف شرائح المجتمع، قامت بعض البنوك التقليدية بمواجهة المصارف محاولة منها التشكيك في مصداقية عملها ولأساليبها الاستثمارية دون جدوى، من هنا جاء قرار البنوك

التجارية بإنشاء فروع تابعة لها متخصصة في تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية لاعتبارها بديل استراتيجي في تطوير الخدمات المصرفية.

أولاً: تعريف الشبايبك الإسلامية.

حظيت الشبايبك الإسلامية بالعديد من التعاريف والمفاهيم التي اختلفت وفقاً لمصادر تعريفها، أهمها نذكر:

1. هي " تقديم خدمات مالية إسلامية من خلال وحدة أو قسم داخل البنك التقليدي، و يُقصد أيضاً بالنوافذ الإسلامية قيام المصارف التقليدية بتخصيص جزء أو حيز في مقارها الرئيسية أو في فروعها التقليدية تكون متخصصة في بيع المنتجات والخدمات الإسلامية دون غيرها، هدفها تلبية احتياجات بعض العملاء الراغبين في التعامل بالنظام المصرفي الإسلامي حتى لا يتحول إلى التعامل مع المصارف الإسلامية، وتكون تلك النوافذ متخصصة في بيع المنتجات والخدمات الإسلامية دون غيرها" (العاني، 2012، صفحة 101).

2. كما عرفها المشرع الجزائري حسب نص المادة 17 من القانون 02-20 الموافق 15 مارس 2020 المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية بأنها " هيكل ضمن البنك أو المؤسسة المالية مكلف حصراً بخدمات ومنتجات الصيرفة الإسلامية " (الجزائر، 2020، صفحة 02).

3. وهي أيضاً " قيام المصرف التقليدي باختيار طريقة يمارس من خلالها العمل المصرفي وفق أحكام الشريعة الإسلامية، بحيث يتم إحلال العمل المصرفي المطابق للشريعة الإسلامية محل العمل المصرفي المخالف لها، من خلال توفير أدوات مالية إسلامية، أو فتح صناديق استثمارية إسلامية، أو تحويل فروع قائمة إلى فروع إسلامية أو إنشاء فروع جديدة للمعاملات الإسلامية، أو بتحويل المصرف التقليدي بالكامل إلى العمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية العظيمة " (سالم و العطي، 2007، صفحة 76).

4. و عرفت الشبايبك الإسلامية من طرف مجلس الخدمات المالية الإسلامية أنها " جزء من مؤسسة مالية تقليدية تقوم بالاستثمار بشكل يتوافق مع منهج الشرع الإسلامي، وقد تكون وحدة متخصصة أو فرعاً في المؤسسة ولكنها لا تتمتع باستقلالية من الناحية القانونية " (مفيد، صفحة 161).

❖ من خلال ما سبق ذكره يمكن القول أن الشبايبك الإسلامية هي بمثابة قاعدة مالية هيكلية لبنك تقليدي قائمة على تقديم الخدمات بنكية تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

ثانياً: خصائص الشبايبك الإسلامية.

تتميز الشبايبك الإسلامية في البنوك التجارية ببعض الخصائص أبرزها: (شحاتة، 2006، الصفحات 148-149) (الشريف، صفحة 09)

1. طبيعة عمل الفروع الإسلامية وجميع الأنشطة التي تقوم بها يراعى فيها أن تكون متفقة مع أحكام الشريعة، وكذلك الفتاوى والقرارات والتوصيات الصادرة عن هيئات ومجالس ومجامع الفتوى المعاصرة المعنية بالمصارف الإسلامية؛
2. التبعية للبنوك التجارية من حيث التكييف القانوني والملكية حيث تظهر ضمن إطار الخريطة للطريقة التقليدية؛ التنظيمية للبنك التجاري والذي يملك كذلك فروعاً تعمل وفقاً للطريقة التقليدية؛
3. تتمثل أهم الصيغ وأساليب الاستثمار في الشبائيك الإسلامية في المضاربة والمشاركة والمراجحة والإجارة بينما يقتصر الأمر في الشبائيك التقليدية على صيغة واحدة وإن اختلفت صورها ومسمياتها وهي منح القروض الربوية (اعتماد على سعر الفائدة)؛
4. تهدف فروع المعاملات الإسلامية إلى تحقيق مجموعة من الأغراض المختلفة والتي يمكن إيجازها في الآتي :
 - أ. تطبيق أحكام ومبادئ الشريعة في مجال الأعمال المصرفية؛
 - ب. جذب شريحة من المتعاملين والمحافظة على المتعاملين؛
 - ج. المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
 - د. اكتساب خبرات في المجالات المصرفية الإسلامية.

الفرع الرابع: ضوابط العمل في المصارف والشبائيك الإسلامية

أولاً: ضوابط العمل في المصارف الإسلامية

تعتمد ضوابط العمل في المصارف الإسلامية على:

1. الضوابط الشرعية: تتمثل فيما يلي:

- أ. تحريم الربا : ويعتبر الربا محرماً في جميع الأديان السماوية لقوله تعالى : ﴿ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ﴾ (سورة البقرة) ، لما فيه من أكل لأموال الناس بغير وجه حق، لأن المتعامل بالربا يأخذ زيادة على أصل القرض وبالتالي فهو يربح دائماً دون تحمل أي مخاطرة، في حين أن المقترض يتحمل الربح والخسارة (لعمش، الصفحات 13-14) ، لذلك فالمصارف الإسلامية ملزمة باستخدام المال وتنميته وفق ما يرضي الله سواء من حيث الطرق أو الوسائل تطبيقاً لقوله تعالى ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلْالاً طَيِّباً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ إِنَّمَا يَأْمُرُكُم بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴾ (سورة النساء) (الوابي، صفحة 155).
- ب. منع الغرر: عرفه العلماء بعبارات متقاربة، منها تعريف ابن تيمية " هو الجهول العاقبة"، وعرفه ابن القيم بتعريف جامع فقال : " بأنه مالا يعلم حصوله، أو لا تعرف حقيقته ومقداره وأما ضابط الغرر الممنوع في المعاملات".
(https://www.islamweb.net/ar/fatwa) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/19).
- ج. الالتزام بقاعدة الخراج بالضمان (الغرم بالغنم): يعتبر من القواعد الفقهية الكلية، حيث أن الضمان غرم، والخراج غنم، والتزام هذه القاعدة في التمويل الإسلامي أمر لا بد منه لجعل العدالة في المعاملات المالية من خلال اشراك الممول والممول في المغنم والمغرم، أي في الربح والخسارة، وهما النتيجة الحتمية لأي مشروع، وتعتبر القاعدتين

السابقتين أساس قيام المعاملات المالية في الإسلام، لان المال وحده لا يمكن أن ينتج مالا في شكل عوائد والأرباح إلا إذا كان هناك عمل ومشاركة وتحتمل للمخاطر بجميع أنواعها. (موساوي، 2018، صفحة 197)

د. **منع الظلم:** إن جميع المعاملات المالية في الشريعة الإسلامية مبنية على أساس العدل ومنع الظلم بجميع أنواعه وصوره، على اعتبار أنّ العقود والمعاملات القائمة على أساسه فاسدة سواء كان الظلم على أحد الطرفين أو كليهما حفاظاً على مصالح الناس وإرضاء لجميع الأطراف في العقود المالية التي من شأنها إلحاق الضرر بالمتعاملين أو أكل أموالهم بالباطل (لعمش، صفحة 18).

2. **الضوابط الاقتصادية والمالية:** تتمثل فيما يلي: (لعمش، الصفحات 19-22) (السويلم، 2007، صفحة 64).

أ. **حفظ المال وتنميته:** يعتبر المال عنصراً أساسياً في قيام العلاقات المالية بين المتعاملين، وهذا ما يجعل الحفاظ عليه وتنميته أمراً ضرورياً ومقصداً أساسياً للرفع من درجة الكفاءة الاقتصادية في استخدامه وتخصيصه، وبشكل يضمن القضاء على المشكلات الاقتصادية التي تنتج عن نقص الموارد المتاحة وسوء توزيع الثروة.

✓ يكون حفظ المال وتنميته من خلال: (لعمش، الصفحات 19-22) (السويلم، 2007، صفحة 64)

- **استثمار الأموال بالطرق المشروعة:** والمقصود بذلك اجتناب استثمارها بالطرق الغير المشروعة أو المحرمة، لما لها من أضرار على مصلحة الأفراد والمجتمع، وبالتالي توجيه الأموال نحو الاستثمارات التي تحقق التنمية الحقيقية بأبعادها المختلفة الاقتصادية والاجتماعية.

- **استثمار الأموال استثماراً حقيقياً غير وهمي:** تكون من خلال الاستثمارات الحقيقية الغير وهمية، التي تحقق قيمة مضافة وتلبي احتياجات المجتمع عملاً بأولويات الاستثمار في الشريعة الإسلامية.

- **عدم إكتناز الأموال:** حرمت الشريعة الإسلامية إكتناز الأموال وحبسها عن التداول، لما لذلك من آثار سلبية على الاقتصاد ككل كالانخفاض في الانفاق الاستهلاكي والاستثماري، الكساد الاقتصادي.

ب. **تحقيق التنمية الحقيقية:** يعتبر تحقيق التنمية الحقيقية ببعديها الاقتصادي والاجتماعي، من بين جملة الضوابط التي يتوجب على المصارف الإسلامية مراعاتها عند تمويل مختلف المشاريع الاستثمارية، لما لها من آثاراً إيجابية في الوصول إلى تنمية شاملة للمجتمع ككل.

ج. **ضابط المخاطرة:** إن عنصر المخاطرة عنصراً ملازماً للعمليات التجارية والاستثمارية، وتختلف سلوكيات الأفراد وميولاتهم في تحمل هذا العنصر، وبالنظر إلى الضوابط الشرعية التي تحكم عمل المؤسسات المالية الإسلامية، نجد أن كل تحريم كان من باب وجوب تحمل الحد الأدنى للمخاطر المصاحبة للنشاط الاقتصادي.

ثانياً: **ضوابط العمل في الشبايبك الإسلامية**

يخضع فتح البنوك التقليدية لنوافذ إسلامية إلى ضوابط شرعية ودينية نذكر أهمها فيما يلي: (مفتاح و معارفي فريدة، صفحة 154).

1. تحصل نوافذ المعاملات الإسلامية على عمولة أو إجارة عن الخدمات المقدمة، وهو جائز شرعاً وفقاً لعقد الوكالة أو الإجارة؛

2. يحكم حسابات الاستثمار عقد المضاربة الشرعية حيث تعتبر النافذة رب العمل والمستثمر رب المال، ويتشارك معا في نتيجة المشروع؛
3. يحكم توظيف الأموال عقود إسلامية؛
4. إذا اختلطت أرباح النافذة الإسلامية بمال حرام فيجب تجنبه وعدم توزيعه على أصحاب الحسابات الاستثمارية وتوزيعه في وجوه البر لتطهيره من المال الخبيث؛
5. لا يجوز لنوافذ المعاملات الإسلامية خصم الكمبيالات، والشيكات المؤجلة، أو بيع الديون وما في حكم ذلك لأنها من المعاملات المحرمة شرعاً؛
6. الفصل المحاسبي بين النافذة والبنك بإيجاد قسم محاسبة وسجلات ونظام محاسبي مستقل يستخرج منه المركز المالي وحسابات المصروفات والإيرادات (الأسس الشرعية للفروع الإسلامية في البنوك التقليدية).

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإسلامية

يقدم المصرفي الإسلامي كافة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك التقليدي، فيما عدا الخدمات المصرفية التي تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية والتي تستخدم أسعار الفائدة في تنفيذ تلك الخدمات.

الفرع الأول: تعريف الخدمة المصرفية الإسلامية

عرفت الخدمات الإسلامية أهمية ومكانة كبيرة في مختلف الدول، سيما منها الدول العربية، وقد عرفت بأنها:

1. هي " خدمات مصرفية تقدمها المصارف الإسلامية، تساهم في تسيير معاملات الافراد المتعاملين معها مع تحقيق معدلات من العوائد لمساهميها " (المغزى، 2004، صفحة 191).

❖ من تعريف الخدمة المصرفية الإسلامية نستخلص انها خدمات تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، بذلك الاعتماد على المبادئ والإرشادات المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، حيث تلتزم المصارف بتطبيق قواعد الشريعة الإسلامية ذات الصلة بالمعاملات المالية، مثل المعاملات غير القائمة على الفوائد والالتزام بمعايير الشفافية والنزاهة.

الفرع الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإسلامية

تنقسم الخدمات المصرفية المقدمة بالمصارف الإسلامية إلى نوعين هما:

أولاً: خدمات مصرفية تتضمن عمليات ائتمانية: تتضمن عمليات ائتمانية تخضع لعمليات الدراسات الائتمانية؛ فيتم تنفيذها بالمصارف الإسلامية كعمليات استثمارية (نقير، 2019، الصفحات 1-6).

ثانياً: خدمات مصرفية لا تتضمن عمليات ائتمانية: يتم تنفيذها كخدمة مصرفية يتم أخذ عمولة (أجر) مقابل تقديم الخدمة والتي تنقسم الى: (عريقات و سعيد جمعة عقل، 2010)

1. **الاعتمادات المستندية:** يعرف الاعتماد المستندي بأنه طلب يتقدم به المتعامل من أجل سداد ثمن مشتريات بضائع من الخارج، يقوم المصرف بموجبه عن طريق المراسلين بسداد القيمة بالعملة المطلوب السداد بها، حيث تنفذ الاعتمادات المستندية بالمصارف من خلال أسلوبين هما:
 - أ. الاعتماد المستندي كخدمة مصرفية؛
 - ب. الاعتماد المستندي كائتمان مصرفي.
- ✓ وتنفذ هذه العملية بالمصرف الإسلامي عن طريق إحدى قنوات الإستثمار (مراجعة أو مشاركة الاعتمادات).
2. **خطابات الضمان:** يعرف خطاب الضمان بأنه تعهد كتابي يصدر من المصرف بناء على طلب المتعامل بدفع مبلغ نقدي معين أو قابل للتعين بمجرد أن يطلب المستفيد ذلك من المصرف خلال مدة محددة ويجوز امتداد الضمان لمدة أخرى وذلك قبل انتهاء المدة الأولية (الوطيان، 2000، صفحة 114).
3. **الأوراق المالية:** يقصد بالأوراق المالية الأسهم والسندات، والسهم يحصل صاحبه على عائد سنوي، أما السند فيحصل صاحبه على فائدة ثابتة، ولذلك فإن المصارف الإسلامية لا تتعامل بالسندات (تقرير، 2019، الصفحات 1-6).
4. **الأوراق التجارية:** تستخدم الأوراق التجارية (الكمبيالة، السند الأذني، الشيك) بصفة عامة في الأعمال التجارية كسند يثبت فيه المدين تعهدا للدائن بدفع مبلغ معين إما بنفسه أو عن طريق شخص آخر في تاريخ معين وتستخدم الأوراق التجارية أداة للوفاء بالديون مقابل الغير بحيث يمكن تحويل المديونية من شخص لآخر (عوض، 1991، صفحة 127).
5. **الصرف الأجنبي:** عمليات الصرف الأجنبي والعملة الأجنبية هي كل عملة لدولة يتم تداولها خارج نطاق تلك الدولة وعمليات الصرف الأجنبي من المعاملات الجائزة شرعا حيث يتم بيع وشراء العملة فورا وتسديدها للمراسل في حالة الاعتمادات المستندية أو تسليمها للمتعامل في حالة البيع النقدي وتحصل المصارف مقابل ذلك على أجر مقابل تحويل العملات للخارج، وتندرج تحت التكييف الشرعي عقد الوكالة، كما تستفيد المصارف أيضا من فرق العملة بين سعر الشراء وسعر البيع، ومن شروط صحة عمليات الصرف الأجنبي التقابض في مجلس الصرف (عريقات و سعيد جمعة عقل، 2010).
6. **السحب على المكشوف:** تقوم المصارف التقليدية بالسماح لعملائها بالسحب النقدي من حساباتهم الشخصية مقابل فائدة معينة، وهذه الخدمة لا تجوز بالمصارف الإسلامية حيث لا يتم التعامل بالفائدة أخذا أو إعطاء ولكن في حالة كشف حساب المتعامل بمبلغ من المال مقابل مديونية فيعد هذا من قبيل القرض الحسن، وذلك يكون لمدة معينة، أما إذا كان هذا القرض قد تعدي لمدة أكبر فيتم دراسته وتنفيذه من خلال أحد قنوات الإستثمار الإسلامية وخاصة المشاركة والتي يمكن استخدامها لتمويل رأس المال العامل (تقرير، 2019، الصفحات 1-6).
7. **تأجير الخزائن:** تعد هذه الخدمة من الخدمات المصرفية التي تقدم بالمصارف للعملاء، لحفظ ممتلكاتهم أو المستندات الهامة أو العقود ويتقاضى المصرف أجرا مقابل ذلك وتكييفها الشرعي أنها عقد إجارة (عريقات و سعيد جمعة عقل، 2010).
8. **بطاقات الفيزا:** يتقاضى المصرف مقابل تقديم هذه الخدمة رسوما تتمثل في تكاليف إصدار البطاقة ورسوم تدفع للشركة الدولية، فالمصارف الإسلامية تختلف عن المصارف التقليدية في نقطة هامة في استخدام بطاقات الفيزا وهي ان عملية

- استخدام البطاقة في السحب النقدي في المصرف التقليدي تكون بمقابل عن السحب النقدي، أما المصرف الإسلامي فإنه يشترط على المتعامل عدم استخدامها في عمليات السحب النقدي إلا في أضيق الحدود، وفي حالة السحب النقدي لا يتقاضى المصرف أي فائدة بل يعتبر ذلك من قبيل القرض الحسن (عريقات و سعيد جمعة عقل، 2010).
9. **الحوالات:** يحتاج الكثير من العملاء بالمصارف إلى إجراء عملية تحويل أموال داخل البلد الواحد أو أي بلد آخر خارج البلد الأصلي، ويتم تغطية هذه الخدمة إما عن طريق التحويلات البرقية أو التلكس أو عن طريق شيكات تحصل في بلد المستفيد، تندرج هذه الخدمات في العقد الشرعي ضمن عقد الوكالة ويتقاضى المصرف مقابل ذلك أجرا (الوادي و حسين محمد سمحان، الصفحات 221-236).
10. **بيع وشراء الشيكات السياحية:** تقوم المصارف بتقديم هذه الخدمة لعملائها سواء شراء الشيكات السياحية الخاصة بهم أو بيع الشيكات السياحية الخاصة بالمصارف أو المؤسسات المالية الدولية مقابل عمولة متعارف عليها، التكييف الشرعي لهذه الخدمة يندرج تحت عقد الوكالة يحصل المصرف مقابل ذلك على أجر (عريقات و سعيد جمعة عقل، 2010).
11. **الحسابات الجارية:** يتيح الحساب الجاري للعميل حفظ أمواله في المصرف مع إمكانية سحبها أو سداد أي التزام مالي عليه في أي وقت، سواء عن طريق إصدار شيكات للدائنين، أو السحب من رصيده مباشرة من خلال فروع المصرف أو من خلال ماكينات الصرف الآلي (ATM) والتي تعمل طوال اليوم، وقد اختلف في التكييف الشرعي للحساب الجاري! .. هل هو عقد ودیعة أو عقد قرض؟ وقد اتفق الفقهاء على أن الحساب الجاري هو عقد قرض كما اتفق على أن عوائد استثمار الحساب الجاري تضاف إلى عوائد المساهمين وليس للمودعين حصة فيها حيث أن المصرف ضامن لهذه الأموال وتقع مخاطر استثمار هذه الأموال على المصرف وليس على المودع، طبقا لقاعدة "الخروج بالضمان" (الجبوري، 2016، الصفحات 165-188).

الفرع الثالث: معوقات ومتطلبات الخدمات المصرفية الإسلامية

اجتازت المصارف الإسلامية الكثير من المشاكل والمعوقات التي وقفت في طريق نشوتها وانتشارها، فعلى الرغم من ذلك لا تزال تعاني من مجموعة من التحديات والمشاكل التي تقف في طريق تطورها، معتمدة في ذلك على تطبيق أهم المتطلبات والعوامل التي تساهم في نجاح عملية التحول وتذليل التحديات.

أولاً: معوقات الخدمات المصرفية الإسلامية

من بين العوائق التي تقف امام تجسيد الخدمات المصرفية الإسلامية نذكر (دنيا، 2020-2021، الصفحات 56-59) :

1. المشاكل القانونية والضوابط الشرعية:

أ. المشاكل القانونية:

- عدم اعتراف المصارف المركزية بالمصارف الإسلامية؛
- عدم تناسب احكام العمل المصرفي التقليدي مع الاحكام والقواعد الشرعية؛

- ارتفاع الضرائب على الأرباح ما ضاعف في مشاكل المصارف مع المستثمرين بالمشاركة أو المضاربة الذين يعملون على التهرب من دفع هذه الضرائب من خلال عدم الإفصاح عن النتائج الحقيقية لأعمالهم والأرباح المتحققة.

ب. الضوابط الشرعية:

تتمثل في اختلاف الاجتهادات والفتاوى الشرعية، حيث نلاحظ أن هناك تناقض حاد وشديد للفتاوى لدى هيئات الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية مع تعددها وبين تلك الهيئات الشرعية وعلماء المسلمين من خلال هيئات الرقابة الشرعية، ما بين فتاوى نظرية وفتاوى تلامس الحاجة المصرفية والحياة الاقتصادية.

2. مشاكل الموارد البشرية والمشاكل التشغيلية: (خصاونة، 2008، صفحة 96)

يلعب العنصر البشري دورا كبيرا في إنجاح أية منظمة، مهما كان نوعها، لأنه هو الذي يتولى المسؤولية الكبرى في نشاطها، كما أن حداثة عهد المصارف الإسلامية بالعمل المصرفي جعلها تعاني من عدة مشاكل بطبيعة عملها في حد ذاتها.

أ. مشاكل الموارد البشرية: تتمثل هذه المشاكل فيما يلي:

- المواصفات الأخلاقية للعاملين بالمصارف الإسلامية: من الشروط الواجب توفرها في الفرد المسلم بصفة

عامة والعاملين في المصارف الإسلامية بصفة خاصة هو ضرورة تحليهم بالأخلاق الإسلامية فإذا اجتمعت كلها أو بعضها في موظفي المصارف الإسلامية فسيكونون قدوة لغيرهم خاصة بالنسبة لعملاء.

- نقص التكوين الشرعي للموظفين: فأغلب موظفي المصارف الإسلامية لديهم تكوين مصرفي تقليدي، لأنهم

عملوا في المصارف التقليدية، ثم انتقلوا إلى المصارف الإسلامية، يعني أن هؤلاء الموظفين سوف يتأثرون بشكل كبير جدا بالمصرفية التقليدية، وهو ينعكس سلبا على عملهم بالبنك الإسلامي.

- نقص المؤسسات والمعاهد المتخصصة في تكوين موظفي المصارف الإسلامية: بالنسبة للمصرفية الإسلامية

فان عددها قليل جدا.

- نقص الوعي المصرفي الإسلامي لدى العملاء: إن مشاكل المصارف الإسلامية لا يتوقف عند موظفيها

فقط، بل تمتد إلى عملائها كذلك الذين لا يملكون الوعي الكامل بقواعد المعاملات المالية الإسلامية التي تجعل مهمة البنك الإسلامي صعبة فتقلل من فرص نجاحه وتزيد من مخاطره.

ب. المشاكل التشغيلية: تظهر المشاكل تشغيلية داخل المصرف نفسه وبين المصارف فيما بينها من خلال: (دنيا،

2020-2021، الصفحات 56-59)

- قلة العاملين المؤهلين والمتخصصين في الجانب المصرفي والشرعي معا؛

- انعدام السوق المالي الإسلامي وضعف التعاون فيما بينها؛

- عدم اصدار أي قوانين أو تعليمات تخص المصرفية الإسلامية من طرف المصارف المركزية متعلقة بطبيعة

التعاملات المصرفية خاصة منها المتعلقة ببدايات التعامل بالفائدة.

3. المشاكل المؤسسية ونقص الهيئات الداعمة للعمل البنكي الإسلامي: تعاني البنوك الإسلامية نقصا كبيرا في مجال الحماية

والدعم المؤسسي وهو ما يجنب عنها المساعدة نظرا للاتجاهات السلبية للغرب والهيئات الدولية لأعمال هذه المصارف (رقية،

2012، صفحة 172)

ثانيا: متطلبات الخدمات المصرفية الإسلامية

نظراً للدور والأهمية الكبيرة للخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فإنه يتطلب من السلطات النقدية توفير المناخ الملائم من أجل تقديمها، وذلك من خلال عدة متطلبات يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. **تقنين العمل المصرفي:** والمقصود بذلك أن تكون خدمات وأعمال المصارف الإسلامية محكومة بقوانين وتشريعات محددة صادرة عن الجهات الرسمية والمختصة في الدولة، بحيث يتناول قانون خاص كل ما يتعلق بالمصارف الإسلامية، من أحكام إنشائها والرقابة عليها (خصاونة، 2008، صفحة 96).
2. **تنظيم العلاقة مع المصارف المركزية:** إن الاختلاف والتميز في طبيعة عمل المصارف الإسلامية، يفرض على المصارف المركزية في أي دولة أن تتعامل بطريقة خاصة وتمتيزه أيضا مع هذه المصارف، دون أن يعني ذلك خروجاً عن دائرة رقابته، بل المطلوب هو إيجاد واستخدام أدوات وأساليب خاصة لهذه الرقابة تتلاءم وطبيعة عملها (دنيا، 2020-2021، الصفحات 56-59)
3. **تدريب والتثقيف الشرعي للعاملين بالمصارف الإسلامية:** يساهم وعي العاملين في المصارف الإسلامية ومعرفتهم الكاملة بأصول المعاملات المالية الإسلامية والتأصيل الشرعي الصحيح لصيغ الاستثمار والخدمات الكثير من العثرات ومعالجة الخلل الذي يصيب كثيرا من المصارف الإسلامية، لهذا يجب تهيئة الإطارات المؤهلة علميا وعمليا للعمل بالمصارف والمؤسسات المالية من خلال إنشاء مراكز تعليمية وتدريبية متخصصة في العلوم البنكية الإسلامية مع ضرورة الاستفادة من تجارب جهود بعض الهيئات الإقليمية والدولية، التي تعمل على تطوير الصيرفة الإسلامية (ناصر و عبد الحميد بوشرمة، 2009-2010، صفحة 313).

المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية

ساهمت التكنولوجيا المالية في التأثير على الخدمات المصرفية الإسلامية، من خلال التقنيات الرقمية الجديدة، الأنظمة والبرامج الالكترونية التي رفعت من مستوى أدائها مثبتة بذلك فعاليتها وكفاءتها.

المطلب الأول: التكنولوجيا المالية في المصارف والشبابيك الإسلامية

تبنّت المصارف والشبابيك الإسلامية التكنولوجيا المالية من أجل تحسين خدماتها، مع تقديم منتجات وخدمات مالية مبتكرة ومتوافقة مع الشريعة الإسلامية

الفرع الأول: تعريف ودوافع تبني التكنولوجيا المالية في المصارف والشبابيك الإسلامية

اثرّت التكنولوجيا المالية على القطاع المصرفي، فقد كانت ولا تزال من بين الأسباب الرئيسية لتبنيها خاصة في مجال تسويق وتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية.

أولاً: تعريف التكنولوجيا المالية الإسلامية

1. تعرف التكنولوجيا المالية الإسلامية بأنها: " جميع تطبيقات و منتجات التكنولوجيا المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، التي يتم اعتمادها في المؤسسات المالية و المصرفية الإسلامية " (حنان، 2022، صفحة 111) ؛
2. هي أيضا: " التقنيات الرقمية التي تستخدمها المصارف الإسلامية التي تمكنها من التعريف بمنتجاتها وخدماتها، فهي فرصة للقيام بشركات من اجل تقديم أفضل الحلول المصرفية المرقمنة المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية " (السعدون أ.، صفحة 582).

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن التكنولوجيا المالية الإسلامية تشير الى:

- ❖ توظيف وادماج مجموعة من التكنولوجيات، الابتكارات والتطبيقات الرقمية في تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية المتوافقة مع مقاصد الشريعة الإسلامية، والتي تهدف الى تلبية وتحقيق الرغبات المالية للعملاء.

ثانياً: دوافع تبني التكنولوجيا المالية في المصارف والشبايك الإسلامية

من بين الدوافع والأسباب الأساسية التي ألزمت المصارف والشبايك الإسلامية على ضرورة تطبيق واعتماد التكنولوجيا المالية نجد: (الاسرج، 2014، صفحة 9)

1. فسح المجال امامها بتوسيع أعمالها عالميا بما يتوافق مع معايير الشريعة والقواعد المصرفية المنظمة لكل دولة؛
2. التكنولوجيا الحديثة تعمل على تحسين التسلسل والأداء الإداري وإعادة هيكلة العمليات المصرفية الإسلامية الداخلية والخارجية؛
3. تطبيقات التكنولوجيا المالية أضفت للعمليات البنكية الإسلامية قيمة ملموسة إلى مجموعة المنتجات المتميزة بما ييسر تحقيق أهدافها، ويتيح تقديم منتجات مبتكرة جديدة من خلل قنوات الجيل الجديد من الخدمات المتكاملة.
4. تساعد تطبيق تكنولوجيا المالية على تحقيق الكفاءة التشغيلية، مع التأكيد على توافق جميع المعاملات والمنتجات والخدمات المقدمة مع الشريعة الإسلامية مع الحفاظ على رضي العملاء كأولويتنا القصوى دائما وأبدا؛
5. الأنظمة التكنولوجيا المالية بالبنوك والشبايك الإسلامية صارت ضرورية لتصنيف عملاءهم، وتقسيمهم لشرائح بما يسمح بتصميم منتجات مصرفية إسلامية تلائم كل شريحة (الاسرج، 2014، صفحة 9) ؛
6. التكنولوجيا هي الان بمثابة عامل رئيسي لتطوير الخدمات المالية الذي شهدته الخدمات المصرفية والتمويل الإسلامي، فقد استطاعت ان تجمع بين التمويل الإسلامي والتكنولوجيا المالية فظهرت التكنولوجيا المالية الإسلامية كنسخة إسلامية (حنان، 2022، صفحة 112).

الفرع الثاني: تقنيات التكنولوجيا المالية في المصارف والشبائيك الإسلامية

إن تبني القطاع المصرفي الإسلامي للتكنولوجيا المالية، ساهم في ابتكار العديد من الخدمات المصرفية الرقمية، ما سمح بتطويرها وعصرنتها ونمى من قدراتها التنافسية، فاستطاعت بذلك التكنولوجيا المالية من أحداث تغيير في طبيعة عمل القطاع المصرفي الإسلامي من خلال تقنيات مالية مبتكرة وحديثة، نجدها متمثلة فيما يلي:

أولاً: ان التقنيات المالية التي ابتكرتها وطورتها التكنولوجيا المالية هي بمثابة فرصة للصناعة المصرفية الإسلامية وتحديدا كبيرا في نفس الوقت لا يمكن الإفلات منه، فهي تعمل على الإبقاء على العملاء المطالبين للخدمات الرقمية كالعملات المشفرة، تقنيات البلوكشين (سلسلة الكتل)، تقنيات المدفوعات وغيرها (قندوز د.، 2019، الصفحات 95-96)؛

ثانياً: تتطلب بعض الابتكارات التكنولوجية المالية للخدمات المالية الإسلامية أن تنضبط بضوابط الشريعة الإسلامية، مثال ذلك خدمات صرف العملات التي تقدمها بعض شركات التقنيات المالية، حيث ينبغي ان تنضبط تلك المعاملات بضوابط عقد الصرف، وكذا الحال مثلا لشركات تكنولوجيا التأمين، حيث يجب أن تعمل على توفير خدمة التأمين التكافلي (منيرة و فالي نبيلة، 2020، الصفحات 46-47)؛

ثالثاً: أن عدد الشركات الناشئة العاملة في مجال التقنيات المالية الإسلامية هو 90 مؤسسة، منها 65 تقدم تكنولوجيا النظراء (P2P) لتسهيل تمويل الاعمال، 14 مؤسسة تمكن من الإيداع وتحويل الأموال من خلال تقنية سلسلة الكتل، كما من المتوقع ان تفتح تقنيات (FinTech) المجال امام إمكانية تعزيز الخدمات للعملاء والقدرة التنافسية من خلال توفيرها لتقنيات أسهل وأسرع في خدمات الدفع والتحويلات المالية بالإضافة الى تخفيض التكاليف (قندوز، 2019، الصفحات 95-96)؛

رابعاً: استخدام التكنولوجيا الرقابية (Regtech) من شأنه أن يحسن من عمليات الامتثال في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية، وبالتالي زيادة الإقبال على أنواع التمويل الإسلامي، خاصة تلك القائمة على عقود الشراكة، ومن أجل مواكبة التطورات المالية التكنولوجية (منيرة و فالي نبيلة، 2020، الصفحات 46-47).

الفرع الثالث: مستقبل المصارف والشبائيك الإسلامية في ظل التكنولوجيا المالية

أولاً: لا شك أن التكنولوجيا المالية أعادت تشكيل سوق الخدمات المالية والمصرفية في العالم أجمع، من خلال خلق منتجات وخدمات استجابت لمتغيرات طلب العملاء، وحتى تتمكن المصارف الإسلامية من تأمين مستقبلها، وتعظيم تنافسيتها، وضمان تطورها كان لابد عليها أن تسرع من انفتاحها على التكنولوجيا المالية الإسلامية مستعينة بتقنيات التكنولوجيا المالية لتحديث وتحسين أنظمتها وتحويلها إلى أنظمة سريعة عالية الأداء وأكثر كفاءة لتلبية احتياجات عملائها مع تقديم حلول وخيارات مصرفية جديدة ومتعددة؛

ثانياً: توصلت دراسة حديثة بعنوان التكنولوجيا المالية وسلسلة الكتل والتمويل الإسلامي (مراجعة شاملة للأدبيات) إلى حزمة من الاستنتاجات منها (السعدون أ.، الصفحات 586-589):

1. إذا كانت المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية ترغب في زيادة الكفاءة والشفافية ورضا العملاء، فعليها أن تتبنى التكنولوجيا المالية الإسلامية؛

2. تتحقق المزايا الإيجابية للتكنولوجيا المالية الإسلامية من خلال التعاون والمشاركة بين منصات وشركات التكنولوجيا المالية الإسلامية والمصارف والمؤسسات المالية الإسلامية، وبإشراف فعال من هيئات الرقابة الشرعية في المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية لتضمن تجنب تطبيقات التكنولوجيا المالية للعناصر المحظورة في المعاملات المالية الإسلامية، ولا تتجه لتمويل المحرمات وغيرها، وفي إطار البيئة التنظيمية والتشريعية للتكنولوجيا المالية الإسلامية التي توفرها البنوك المركزية.

ثالثاً: ينبغي أن تسعى المصارف الإسلامية لملاء الثغرات وتعزيز تنوع الصناعة من خلال التشابك مع قطاع التكنولوجيا المالية وذلك من خلال ثلاث طرق متاحة أمامها (السعدون أ.، الصفحات 586-589):

1. شراء الخدمات من شركات متخصصة في التكنولوجيا المالية؛

2. أو تطوير تطبيقات وبرامج التكنولوجيا المالية داخلياً؛

3. أو الدخول في شراكات مع شركات التكنولوجيا المالية.

رابعاً : بشكل عام فإن المؤسسات المالية والمصرفية الإسلامية من خلال تعاونها وتكاملها وتشابكها مع شركات التكنولوجيا المالية الإسلامية، سيكون لديها القدرة على إحداث ثورة في الصناعة المالية الإسلامية بأكملها بما يمنحها القدرة على التعامل مع التحديات القائمة، وتحقيق قيمة مضافة تعزز من مزايا منتجاتها، ويتيح لها تقديم منتجات مبتكرة جديدة من خلال قنوات الجيل الجديد من الخدمات المصرفية (السعدون أ.، الصفحات 586-589) ؛

خامساً: إدراك العديد من المصارف الإسلامية أهمية تطبيق التكنولوجيا المالية الإسلامية، وتصميم استراتيجياتها التطويرية لتتضمن حلولاً مصرفية مبتكرة؛

سادساً: كما دفعت التكنولوجيا المالية المصارف الإسلامية إلى المزيد من الابتكار التقني فمثلاً حصل بنك البحرين الإسلامي على جائزة (المنتج المصرفي الأكثر ابتكاراً في قطاع التجزئة) نظير التزامه المطلق بتبسيط التجربة المصرفية للزبائن والخدمات؛

سابعاً: وحتى اثناء تداعيات جائحة كورونا عملت عدة مصارف إسلامية على تنفيذ استراتيجيتها الرقمية مع اعتماد التكنولوجيا المالية بوتيرة أسرع؛

ثامناً: أصبح لزاماً على قطاع المصارف الإسلامية الاستجابة والتكيف مع التغييرات التكنولوجية العالمية بدءاً ب بروز دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية ضمن منتجاتها واستراتيجياتها التنافسية (السعدون أ.، الصفحات 586-589).

المطلب الثاني: أبعاد المزيج التسويقي للخدمات المصرفية في المصارف والشبابيك الإسلامية

تسعى المصارف الإسلامية وأيضاً البنوك التقليدية من خلال شبابيكها الإسلامية، نحو وضع استراتيجية تسويقية فعالة حتى تصل خدماتها إلى العملاء وتحقق الفائدة والمنفعة المرجوة من ورائها من خلال تقديمها مزيجاً متكاملًا من الخدمات المالية والمصرفية، غايتها في ذلك مواكبة المتغيرات المحيطة والبيئة التنافسية المصرفية.

الفرع الأول: مفاهيم حول المزيج التسويقي للخدمات الإسلامية

يعرف المزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية بأنه:

1. هو: " مجموعة من العناصر المتكاملة التي تستخدمها البنوك الإسلامية لتوفير الخدمات المصرفية وفق ضوابط ومعايير شرعية، والتي تحقق مختلف أهداف البنك، وتلبي حاجات زبائنه الحالية والمستقبلية " (لخضر ع.، 2021، صفحة 441)

2. أيضاً: "كافة الجهود الإنسانية المبذولة والمتعلقة بتصريف وانسياب الخدمات والأفكار المصرفية والتكافلية من البنك الإسلامي إلى العملاء والمستفيدين، إشباع حاجاتهم ومتطلباتهم المالية والاجتماعية، والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتحقيق المنافع المادية والمعنوية للمساهمين والعاملين والمجتمع في ضوء الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية " (المغربي، 2004، صفحة 376).

✓ من خلال تعريفه تظهر انه يعتمد على مجموعة من الضوابط الشرعية منها: (الطاهر و شريف مراد، 2013، صفحة 146)

1. المشروعية: يقصد بها أن تكون مفاهيمه وأساليبه تتفق مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية؛
2. الأخلاق والسلوك الحسن: يعني أن يلتزم رجل التسويق للمصرفية الإسلامية بالقيم والأخلاق الفاضلة والسلوك الحسن الطيب، وتجنب سوء الخلق وانحراف السلوك؛
3. تحقيق المنفعة المعتبرة شرعاً: ويقصد بذلك أن تركز العملية التسويقية على ما يقدمه المصرف الإسلامي من خدمات ومنتجات مصرفية تحقق النفع المشروع للفرد وللدولة وللأمة الإسلامية؛
4. تجنب المتاجرة بالدين: ويقصد بذلك عدم تحميل النصوص القرآنية والأحاديث النبوية ما لا تحمل أو تطويعها لتتفق مع الأعراف السائدة في المصرفية التقليدية أي التحايل على شرع الله.

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإسلامية

تم التطرق لمفهوم الخدمات المصرفية الإسلامية ضمن المطلب الثالث.

الفرع الثالث: تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية

يعد تسعير الخدمات الإسلامية من الأمور الشائكة نظراً لما ترتبط به هذه الخدمات من تنوع وتعدد، إلى جانب اختلاف نمط تقديمها في كل مرة عن الأخرى، بالإضافة إلى ما يحيط هذه الخدمات من مخاطر وصعوبات وتعدد أنواع العملاء والمستفيدين.

1. هو: " مزيج متكامل من التكاليف والأعباء التي يتحملها الأفراد للحصول على الخدمة المرغوبة، وعادة ما يتكون من التكلفة النقدية والأعباء الأخرى المرتبطة بالطاقة والجهد والوقت والأثر النفسي " (المغربي، 2004، صفحة 388)؛

2. يمكن تعريفه أيضاً بأنه: " السياسة التي من خلالها تحقق المؤسسة الأرباح المرغوب فيها بعد خصم التكلفة، والتي تسمح للمؤسسة بالاستمرارية والحفاظ على حصتها من السوق، وللتسعير تأثير كبير على عناصر المزيج التسويقي الأخرى، ويرتبط التسعير بشكل كبير بجودة المنتج المراد تسعيره، وقدرته على تلبية حاجات ورغبات المستهلك أو الزبون. ولعل من أهم محددات السعر هو العرض، ولذا فعلى الإدارة التسويقية الاعتناء بهذا الجانب للوصول إلى تحديد سعر المثل أو بعارة أخرى السعر العادل " (النوري، 2021، صفحة 45).

3. يعتمد التسعير في القطاع الإسلامي على جملة من الضوابط الشرعية: (أحمد و حاجي كريمة، 2011، صفحة 15)

أ. مبدأ التراضي: يجب على المصارف وكذا الشبايك الإسلامية ممارسة العمل التجاري طبقاً لمبدأ التراضي، لقوله تعالى:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا * وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ﴾ (سورة النساء)

، هذا يعني الرضا المطلق حيث يجب مراعاة مصلحة كل من المشتري والبائع.

ب. نسبة الربح: تكون نسبة الربح يسيرة، تتماشى مع العرف الجاري، تتلاءم مع درجة المخاطرة، تساعد على دوران رأس المال.

ج. المنافسة السعرية الشرعية: إن المنافسة في إطار الشرعي تعد طريقة من طرق المعتمدة في التسعير، لأنها ترقى بالمنتج وللزبون على السواء وذلك بطرح منتجات أو خدمات بالجودة الحسنة والسعر المناسب.

د. عدم رفع الأسعار من خلال الاحتكار: ان المنهج الإسلامي يحرم الاحتكار لما يجره من كسب غير مشروع دون عمل وجهد لفئة قليلة وجعل بقية الزبائن يعيشون في الفقر.

الفرع الرابع: توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية

1. التوزيع في الخدمات المصرفية الإسلامية هو: " المكان أي أحد العناصر الأساسية في مزيج تسويق الخدمات التي تقدمها البنوك، ويشير إلى مكان تقديم الخدمة المالية والمصرفية والتكافلية ".

2. من بين أهم الضوابط الشرعية المرتبطة بالعملية التوزيعية للخدمات المصرفية الإسلامية نذكر:

- أ. اختيار قنوات التوزيع المناسبة التي تعمل على تقديم الخدمة بشكل مباشر أو غير مباشر، وهي تتوقف على نوعية الخدمات المقدمة وإمكانية الانتشار الجغرافي لفروع البنوك وصور المنافسة القائمة والمواقع المختارة، وإمكانية الوصول إليها؛
- ب. المواقع المناسبة التي يجب أن تتركز فيها الفروع المختلفة؛
- ج. العوامل المؤثرة في اختيار المواقع الجديدة لفروع البنوك وبصفة خاصة؛
- د. عند اختيار فروع البنك يجب مراعاة مجموعة من النقاط منها نوعية العملاء والمستفيدين من الخدمات المصرفية والمالية مع تحديد نوعها، خصائصها، تكاليفها والعوائد المنتظرة من تحقيقها؛
- هـ. العوامل الواجب مراعاتها لإغلاق فرع معين أو نقله أو تجديده وتطوير أعماله. (المغربي، 2004، الصفحات 389-390)

الفرع الخامس: ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية

1. يشير ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية الى: " أساليب الاتصال ووسائل الإقناع لتعريف العملاء والمستفيدين بكافة خدماته وتقريب الفجوة القائمة نبي العملاء والمستفيدين وإقبالهم على الانتفاع بالمنافع المرجوة، وعادة ما يضم الترويج لخدمات البنوك الإسلامية مزيجاً متكاملًا من الإعلان والاتصال المباشر والنشر وتنشيط الإقبال على تلك الخدمات وبالطبع فهو يعتمد على نموذج الاتصال المكون من المرسل ومستقبل الرسالة " (المغربي، 2004، صفحة 389).
2. الضوابط الشرعية المرتبطة بترويج الخدمات المصرفية الإسلامية (أحمد و حاجي كريمة، 2011، صفحة 17):
- أ. الالتزام بنشر البيانات والمعلومات الصحيحة والصادقة؛
- ب. النهي عن الكذب والغش والخداع والتضليل؛
- ج. النهي عن استخدام وسائل تنشيط مبيعات مخالفة ومضرة؛
- د. إقامة علاقات وطيدة مع العملاء والجمهور؛
- هـ. دراسة شكاوى العملاء والسعي لدراساتها وتحليلها وعلاجها؛
- و. النصح والإرشاد للاستخدام الصحيح للمنتجات.

الفرع السادس: المزيج التسويقي الإضافي للخدمات المصرفية الإسلامية

أولاً: البيئة المادية أو الدليل المادي:

إن البيئة المادية للخدمة، تؤثر بشكل كبير في إدراكات العميل المتعلقة بتجربته مع الخدمة، فهي تسعى لإضافة ملامح محسوسة لخدمة غير محسوسة في الأصل، وهذا بدوره يعزز من إدراك العميل للخدمة، ويجعله أكثر قدرة على تقويمها، وتتضمن الأبعاد البيئية للخدمة الظروف المحيطة مثل: الألوان، والديكور، وغيرها، واستثمار الحيز مثل الأجهزة والمعدات، والسلع الداعمة

لتقديم الخدمة، بالإضافة إلى العلامات، والرموز وأشياء من صنع الإنسان أو من ناتج بداعته (الظاهر و شريف مراد، 2013، الصفحات 151-153).

يتأكد هذا المبدأ في البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية أكثر من غيرها، لأن طبيعتها تقوم على ابتكارات جديدة فالفن المصرفي، يبتعد عن المرتكز الأساسي للعمل المصرفي التقليدي وهو الإقراض والاقتراض، وإن ابتكار فيض من الأدوات الاستثمارية يقدم للزبائن بدائل جذابة، تحفزهم إلى تحويل موجوداتهم المادية إلى هذه البنوك، كما تجتذب عملاء جدد وبإبداعات جديدة (الظاهر و شريف مراد، 2013، الصفحات 151-153).

ثانيا: مقدمو الخدمات المصرفية الإسلامية (الموظفون):

يعرف على أهم مجموعة الأفراد المشاركين في تقديم الخدمة للزبون ولهم تأثير على مدى تقبل الزبون للخدمة، اما فيما يتعلق بالسلوكيات الرفيعة التي يجب أن يتحلى بها المصرفي الناجح في البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية فهي متعددة، نذكر من بينها: (الظاهر و شريف مراد، 2013، الصفحات 151-153)

1. الحفاظ على المواعيد واحترام أهمية وقت الآخرين؛
2. الصبر وعدم التأثر بسرعة رد الفعل وخاصة في المواقف الحرجة؛
3. تسلسل خطوات وإجراءات التعامل خاصة مع العملاء الجدد؛
4. الإنصات الجيد للعميل ولما يديه من وجهات نظر والرد عليها بهدوء؛
5. الصدق في التعامل دون تضليل أو مبالغة أو الوعد بما لا يمكنه؛
6. الحفاظ على المظهر العام لمكان العمل والظهور بالهندام الطيب؛
7. عدم الضغط على العميل أو إظهاره في صورة الجاهل.

ثالثا: عملية تقديم الخدمة:

تعد عملية تسليم الخدمة للزبون عنصرا أساسيا من عناصر المزيج التسويقي للخدمة وهي تمثل الكيفية التي من خلالها يتم تقديم الخدمة المصرفية، أي بمعنى الإجراءات والسياسات المتبعة لحصول العميل على الخدمة المصرفية، وتعرف العملية بأنها الكيفية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة للزبائن، و التي تعد حاسمة بالنسبة للبنك، فعملية تسليم الخدمة تؤثر على تصورات الزبائن و عن جودة الخدمة المقدمة إليهم، لذلك فإن تكامل الخطط التسويقية وعملية تسليم الخدمة إلى الزبائن ضمن المزيج التسويقي يمكن أن توجد بنوكا أكثر فاعلية إلى جانب تحقيق الربح ورضا الزبائن، هذا بالإضافة إلى عاملي السرعة والوقت اللذان يعتبران الأهم في تقديم الخدمات الداعمة في عصر السرعة لذلك على البنوك أخدهما بعين الاعتبار (الظاهر و شريف مراد، 2013، الصفحات 151-153).

المطلب الثالث: تأثير التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي للخدمات الإسلامية

يعد المزيج التسويقي المصرفي للخدمات الإسلامية، بمثابة الأداة التنفيذية للتسويق المصرفي وجوهر الاستراتيجيات التسويقية المصرفية على مستوى البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية.

الفرع الأول: تأثير التكنولوجيا المالية على الخدمات المصرفية الإسلامية

تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية من خلال:

1. تهيئة ما يلزم من بنية تشريعية وتنافسية للشركات المالية التي تعمل وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية؛
 2. انتاج كيانات مصرفية إسلامية ضخمة، من خلال عمليات الاندماج في القطاع المصرفي ما زاد من قوة المصارف الإسلامية من حيث رأسمالها، وتمويلها بشكل عام؛
 3. ساهمت التكنولوجيا المالية بشكل كبير في تطوير القطاع المصرفي وبالخصوص تحسين أداء المصارف الإسلامية من خلال الحجم الهائل للصفقات والمعاملات المالية، ما عكس تواصل التدفقات الاستثمارية نحو تطوير التكنولوجيا المالية والدعم اللامحدود الذي تحظى به التكنولوجيا المالية؛
 4. التكنولوجيا المالية عامل تمكني رئيسي للخدمات المالية والتجارية المستقبلية مكنت المصارف الإسلامية من تطوير خدماتها وتحسين أداؤها حيث ساهمت في طرح منصات استثمارية إسلامية بين البنوك يقوم من خلالها الأفراد والشركات والمستثمرون بتوجيه صناديق الإستثمار من خلال البنوك الإسلامية، لتوفري التمويل للعملاء الذين يتقدمون بالطلب على الأترنت؛
 5. تعزيز فكرة الإبداع والابتكار في الصناعة المالية من خلال إطلاق منتجات جديدة في التمويل الإسلامي تجسيدا لنموذج التمويل الجماعي؛
 6. ضمان خدمة مصرفية أسرع وأفضل وتشمل الخدمات الإيداع النقدي أو إيداع الشيكات وسحب الأموال، إصدار بطاقة سحب آلي، التحويل بين الحسابات الشخصية، دفع البطاقة الائتمانية، طباعة كشوف الحسابات؛
 7. إطلاق خدمات بمثابة حلول تمويلية توفر خدمات المراجعة الرقمية وتطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال لتكون أقرب إلى عملائها؛
 8. إقامة هيئات رقابية شرعية مركزية (البنوك المركزية) ضمن استراتيجيات تنظيم القطاعات المالية؛
 9. تطوير برمجيات من أجل خدمة الصناعة المالية الإسلامية والامتثال لمقاصد الشريعة الإسلامية (منصة أيفن البحرينية
- IFIN (Islamic Financial Initiation Network)** وبالتفاه مع شركة **path solution** للحلول المبتكرة ؛

10. دور التكنولوجيا المالية في تطوير جودة الخدمات المصرفية الإسلامية وتعزيز قدرتها التنافسية؛
11. تمكين العملاء في حرية المفاضلة والاختيار بين منتجات وأدوات المصارف الإسلامية (مراجعة، مشاركة، مضاربة...) حسب احتياجاته ورغباته؛
12. التكنولوجيا المالية مكنت من تقديم حزمة من الخدمات المتميزة جمعت بين السرية والحماية القانونية والتنظيم المحكم والسرعة والفعالية.

الفرع الثاني: تأثير التكنولوجيا المالية على تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية

للتكنولوجيا المالية تأثيرات عدة على الخدمات المصرفية الإسلامية نذكر منها:

- (1) التكنولوجيا المالية استطاعت الحفاظ على أسعار ثابتة من خلال التطبيقات والخدمات التي توفرها وبالتالي تفادي الفوارق السعرية؛
- (2) استطاعت التكنولوجيا المالية أن تقدم حلولاً رقمية في مجال توفير التكاليف من خلال تقليص التكاليف التشغيلية للبنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية، وبالتالي وصول الخدمات المصرفية الإسلامية إلى العملاء بأقل الأسعار؛
- (3) التكنولوجيا المالية مكنت من تحقيق العدالة في تسعير خدماتها عبر استخدام تقنيات التحليل البياني والذكاء الاصطناعي؛
- (4) توفير معلومات عن الأسعار بطريقة سهلة عبر تطبيقات التكنولوجيا المالية التي سمحت للعملاء بمقارنة الأسعار عن غيرها بين البنوك والشبابيك الإسلامية؛
- (5) التكنولوجيا المالية مكنت من تطبيق التسعير الديناميكي أي تحديد الأسعار بناءً على العوامل المتغيرة للعرض والطلب؛
- (6) التحكم في التغيرات السعرية المفاجئة واتخاذ قرارات فورية بشأنها.

الفرع الثالث: تأثير التكنولوجيا المالية على توزيع الخدمات في المصارف الإسلامية

تلعب التكنولوجيا المالية دوراً أساسياً في إنجاح السياسة المصرفية، وفي إيصال الخدمات الإسلامية إلى العملاء، لذلك فإن لها تأثيراً وأهمية تكمن في:

1. تخفيض تكاليف المتعلقة بتوزيع الخدمات الإسلامية عبر خدمات التطبيقات الرقمية؛
2. تمكين مجموعة متنوعة من الشركات للمشاركة والدخول في سوق التمويل عن طريق منصات رقمية مثل (**Platform Digital**) ؛
3. توسيع نطاق الانتشار واستحداث المزيد من فرص العمل؛
4. تقليص دور الوسطاء التقليديين، بتطبيق تطبيقات مالية كفيلة بتقديم خدمات مصرفية مباشرة؛

5. توفير أجهزة متاحة طيلة أيام الاسبوع وحتى أيام العطل الرسمية، تتيح خدمات التواصل مع موظفي المصارف عبر مكالمات فيديو من إنجاز المعاملات المصرفية او الحصول على المساعدة التي يحتاجها العملاء.

الفرع الرابع: تأثير التكنولوجيا المالية على ترويج الخدمات في المصارف الإسلامية

هناك فكرة مفادها أن المنتج الجيد يبيع نفسه بنفسه، و لكن بتطور الإنتاج و زيادة حدة المنافسة و ظهور المفاهيم التسويقية الحديثة و القائمة على التوجه بالسوق و بالعملاء، ترسخ في أذهان المسوقين أن المنتج مهما كان جيدا فإنه لا يبيع نفسه بنفسه، و لكنه بحاجة إلى جهود ترويجية كبيرة كي يعرف العملاء بوجوده، و يقنعون به و يفضلونه على غيره، و من ثم يقررون التعامل مع البنك و الاستمرار في ذلك التعامل مستقبلا (حساني، 2010-2011، صفحة 76)، وهذا ما عملت عليه التكنولوجيا المالية من خلال :

- 1) استقطاب العديد من الشركات العربية والأجنبية؛
- 2) جذب قطاع واسع من المستثمرين عن طريق احدى عنصري المزيج الترويجي: الدعاية والإعلانات من خلال تصميم حملات مستهدفة وفعالة للوصول الى الجمهور المستهدف، مع استخدام الواجهات التفاعلية لتسهيل توصيل معلومات حول المنتجات المالية، ما يعزز في الارتباط بين الشركات المالية والعملاء؛
- 3) تمكين العملاء من توسيع الوصول الى الخدمات الإسلامية في مناطق مختلفة حول العالم من خلال استخدام التطبيقات المصرفية والمنصات الرقمية ما عزز من ترويج الخدمات الإسلامية المصرفية؛
- 4) التكنولوجيا المالية ساهمت مع وسائل التواصل الاجتماعي وكذا المواقع الالكترونية من ترويج الخدمات المصرفية وسمحت بالتواصل مع العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد؛
- 5) حسنت التكنولوجيا المالية من تجربة العملاء أثناء ممارسة البيع الشخصي، حيث أن التطبيقات المصرفية المالية ساعدت في إيصال العروض وكذا التخفيضات بشكل مباشر، بسيط وسهل؛
- 6) التكنولوجيا المالية عززت من العلاقات العامة وعملت على توفير الثقة للعملاء وجعلهم أكثر إدراكا للخدمات المبتكرة، من خلال الترويج لسياسات جديدة في صناعة الخدمات المصرفية الإسلامية؛
- 7) قدرة الشركات من التوسع، مع تحقيق زيادة في المبيعات عن طريق الدخول في أسواق جديدة تمكنهم من معرفة تفضيلات العملاء وسلوكياتهم المالية.

الفرع الخامس: تأثير التكنولوجيا المالية على المزيج التسويقي الإضافي للخدمات الإسلامية

فرضت التكنولوجيا المالية على القطاع المصرفي مواكبة ومسايرة الأنظمة المالية وتطوراتها، مع تقديم أفضل مزيج إضافي للخدمات المصرفية الإسلامية.

أولاً: البيئة المادية أو الدليل المادي.

1. توفير بنية تحتية مرنة وسهلة الاستخدام؛
 2. الاهتمام بتطوير أدوات التمويل الإسلامية من خلال استحداث الوسائل التكنولوجية الحديثة لما لها من أهمية في توسيع وانتشار هذه المصارف؛
 3. تخفيض التكاليف الإدارية والتشغيلية (ورق-طابعات-الصيانة والتشغيل....) بفضل التطبيقات المصرفية والتوقيع الإلكتروني والوثائق الرقمية؛
 4. إعادة النظر في تصاميم ابنية المصارف الإسلامية وفروعها بجعلها اقل مساحة وذلك بالاعتماد على التطبيقات المصرفية.
- ثانياً: الافراد (الموظفون).

1. خلق الوعي لدى العاملين وتحفيز الحلول التكنولوجية المبتكرة؛
2. تشكيل مجموعات لتنظيم ورعاية نظام أوسع للبيئة المالية مع توفير مناخ سياسي وتنظيمي ملائم للابتكار؛
3. توفير آليات دعم المواهب والكوادر لتعزيز الابتكار والمشاركة لضمان استدامة الشركات والشراكات لتمكين قابلية التوسع في التكنولوجيا المالية الإسلامية؛
4. تحفيز العاملين لتقديم مقترحاتهم وأفكارهم لتطوير الخدمات القائمة أو ابتكار خدمات جديدة تتلاءم مع خصوصية الصيرفة الإسلامية؛
5. تخفيض ضغط العمل وتجنب الإجراءات الإدارية، وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل؛
6. تحفيز وترغيب العملاء في التحول إلى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
7. نمو قاعدة العملاء الذين يستخدمون الخدمات المصرفية الإلكترونية بكافة قنواتها سواء عبر الأنترنت أو الهواتف الذكية؛ الإبداع في تقديم خدمات مصرفية وغير مصرفية مميزة عبر القنوات الإلكترونية؛
8. استجابة لاحتياجات العملاء المتغيرة وطلباتهم المواكبة لمنتجات التكنولوجيا المالية عبر وضع استراتيجية تقوم على تقديم منتجات وخدمات مصرفية مبتكرة وتحقيق التميز في خدمة العملاء.

ثالثاً: عملية تقديم الخدمة.

1. إطلاق تطبيقات جديدة تسمح بتحديد موقع أقرب أجهزة الصراف الآلية من خلال خريطة الموقع التفاعلية الجديدة؛
2. القيام وبكل سهولة بالاطلاع على تفاصيل الحسابات والعمليات المالية، تفاصيل البطاقات، الاطلاع على المراجعات، استقبال الإشعارات؛
3. توفير خدمات التداول الإلكتروني للمستثمرين وذلك عن طريق الدخول المباشر إلى أسواق الأسهم من خلال حساب واحد، حيث يستفيد العملاء من احتفاظهم بحساباتهم المصرفية وحسابات التداول تحت غطاء واحد من الخدمات؛
4. سهولة تحويل الأموال بين الحساب المصرفي وحساب التداول أو الخدمة المصرفية عبر الإنترنت من خلال الخدمة الهاتفية؛
5. استطاعت التكنولوجيا المالية تغيير طبيعة عمل البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية، حيث أصبح مجالاً جديداً يشمل المهارات التكنولوجية والتقنيات المالية وتقديمها بصورة دقيقة وفي أقل وقت ممكن.

خلاصة الفصل:

اعتمادا على ما تم التطرق اليه يمكننا استخلاص مدى أهمية التكنولوجيا المالية وتأثيرها على اهم القطاعات الاقتصادية فقد اوضحت خيارا استراتيجيا وعلى الخصوص بالنسبة للخدمات المصرفية الإسلامية التي كان لها الحظ من التطور العلمي والتكنولوجي من خلال شركات التكنولوجيا المالية التي سهلت في بناء مجموعة من المنصات والتطبيقات المالية ساهمت في تقديم حلول مالية مبتكرة من خدمات و منتجات مصرفية خاضعة لضوابط الشريعة الإسلامية مثل صيغ التمويل الإسلامي التي جمعت بين الفئات الاستثمارية المختلفة كمنصات التمويل الجماعي استطاعت بفضلها مواكبة الابتكار والابداع و اكسبتها المزيد من الجودة و السرعة و رفعت من كفاءة اداء القطاع المصرفي الإسلامي من ذلك تحقيق الأهداف المرجوة وفي مقدمتها رضا العملاء وتخفيض للتكاليف في ظل التحديات التنافسية التي فرضتها التكنولوجيا .

كذلك و كنتيجة حتمية، نجد ان المزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية قد تأثر وبصورة مباشرة بالتكنولوجيا المالية التي ساهمت في توفير حلول مبتكرة ومرنة فيما يخص الخدمات المصرفية، التسعير، التوزيع والترويج بالإضافة الى المزيج التسويقي الإضافي للمصارف الإسلامية، مع توفير خيارات تمويل شفافة ومتوافقة مع الأصول الشرعية.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

تمهيد:

فتحت التكنولوجيا المالية آفاق جديدة لمستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية، من خلال مساهمتها في تنفيذ عملياتها وتقديم خدماتها بطرق أكثر أماناً، كما أن تطورات التكنولوجيا المالية فرضت عليها ، خلق نوع من التوازن بين تجنب المخاطر والتوجه العالمي نحو ابتكارات التكنولوجيا المالية ، فالصناعة المصرفية الإسلامية اليوم في سباق مع الزمن لوضع منهاج للابتكارات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، تعمل على تطوير أداؤها من أجل مواكبة تطورات التكنولوجيا المالية المتسارعة، المتوقع أن تشهد الصناعة المالية والمصرفية الإسلامية تطورا واسعا من خلال تبني التكنولوجيا المالية، لا سيما فيما يتعلق بتحسين نوعية الخدمات وابتكار منتجات جديدة للوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.

فبعد التعرض بالدراسة والتحليل لمختلف الجوانب النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، ولمعرفة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، أردنا اسقاط هذه الدراسة على الواقع من اجل تسليط الضوء أكثر على الموضوع واختبار الفرضيات للإجابة عن إشكالية دراستنا اخترنا عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وهي:

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-
- البنك الوطني الجزائري. شباك الصيرفة الاسلامية -وكالة بسكرة-.

المبحث الأول: تقديم عام للبنوك محل الدراسة

من أجل الوصول الى نتائج يمكن اسقاطها على الدراسة النظرية، اعتمدنا في هذا الفصل ببناء الدراسة على عينة من البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية، ففي مقدمتها وكأولى العينات نجد:

مصرف السلام الجزائري، عبر فرعه بولاية بسكرة، الذي يعمل وفق استراتيجية واضحة تتماشى ومتطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين، والمستثمرين، وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة والاقتصاد.

بالإضافة الى أحد اهم البنوك التي استطاعت بفضل استراتيجياتها التنافسية، فتح النوافذ الإسلامية في الجزائر كخطوة نحو التحول الجزئي من النظام الربوي إلى النظام المصرفي الإسلامي وهو البنك الوطني الجزائري - وكالة بسكرة رقم 386-، وبالتالي تصبح النوافذ الإسلامية من الحلول الجيدة والبديلة في امتصاص الكتلة المالية الموجودة خارج الاقتصاد الوطني.

المطلب الأول: التعريف بمصرف السلام الجزائري

سنقدم فيما يلي البنك الاول محل الدراسة والمتمثل في مصرف السلام الجزائري، ثم نتطرق الى احدى فروع الكائنة بولاية بسكرة من خلال التعريف به، ونشأته وهيكله التنظيمي.

الفرع الأول: نبذة عن مصرف السلام

أعتبر بنك السلام نموذج للصرفية الإسلامية في الجزائر، فهو ثاني بنك إسلامي في السوق المصرفي الجزائري بعد بنك البركة، يعمل وفقا لضوابط الشريعة الإسلامية في كافة انشطته المصرفية التي يقوم بها.

هو فرع إماراتي خاضع للقوانين الجزائرية، فكرته جاءت ضمن التعاون الجزائري الخليجي، تم الإعلان عن إنشائه بتاريخ 08 جوان 2006، و تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008، وهو مصرف تجاري تأسس بموجب القانون الجزائري، برأس مال اجتماعي قدره 2,7 مليار دينار جزائري، ليبدأ مزاوله نشاطه بداية من تاريخ 20 أكتوبر 2008، مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة و بغية تلبية حاجات السوق والمتعاملين والمستثمرين في مجال الاستغلال و الاستهلاك من طريق عدة صيغ تمويلية منها: المشاركة والمضاربة والإجارة و الاستصناع والسلم والبيع بالتقسيط والبيع الآجل.

تأسس برأس مال اجتماعي قدره 2.7 مليار دينار جزائري، وقد تم رفع رأس ماله الاجتماعي سنة 2009 إلى 10 مليار دينار جزائري؛ تتكون شبكة فروعها حاليا من 23 فرعاً منتشرة عبر مختلف ربوع الوطن، في انتظار افتتاح فروع أخرى؛ انسجاماً مع رؤية واستراتيجية المصرف التي تسعى إلى توفير وتقريب خدماته المصرفية بمختلف صيغها لمتعامليه وبأفضل جودة.

يسعى مصرف السلام الى إيصال مجموعة الأهداف عبر موقعه الالكتروني تتضمن التالي:

• رسالتنا

التميز والتفوق في توفير خدمات مصرفية مبتكرة وذات جودة عالية تتواءم مع المستجدات والحلول المالية العصرية ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية لتحقيق أفضل قيمة ومنفعة مستدامة لجميع الأطراف.

• رؤيتنا

الريادة في مجال الصيرفة الشاملة بمطابقة مفاهيم الشريعة الإسلامية، وتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة، معتمدة من الهيئة الشرعية للمصرف.

• قيمنا الجوهرية

يحرص المصرف ان يعكس قيمه الجوهرية في قراراته وسلوكه وافعال موظفيه في مختلف تعاملاتهم وبحيث يتم الالتزام بهذه القيم من مختلف الوحدات التنظيمية للمصرف وعلى كافة المستويات. وفيما يلي قيمنا الجوهرية الأساسية التي نعتز بها:

❖ التميز

التجديد والابتكار والابداع في طرح منتجات وخدمات متطورة ومبتكرة بما يتوافق مع القيم الإسلامية وضمن أحدث التقنيات بما يحقق تطلعات جميع الأطراف.

❖ الالتزام

بمعايير الجودة الشاملة والحفاظ على حقوق المتعاملين والعمل وفق الاسس والاحكام المتوافقة مع الشريعة الإسلامية وتطبيق مبادئ الحوكمة المؤسسية.

❖ التواصل

لقد جعلنا من التواصل الداخلي/ الخارجي، أهم أولوياتنا، لإدراكنا أنه الوسيلة المثلى لتقديم أفضل خدمة لعملائنا.

الفرع الثاني: منتجات مصرف السلام

يقترح مصرف السلام-الجزائر-مجموعة من المنتجات والخدمات الجديدة التي أنشأتها الخدمات المصرفية الإلكترونية اليوم ويريد أن نقدمها لك.

يمول مصرف السلام-الجزائر المشاريع الاستثمارية، وكافة الاحتياجات في مجال الاستغلال والاستهلاك عن طريق عدة صيغ تمويلية:

1. تمويل عن طريق ائتمان تجاري

أ. المراجعة؛

ب. البيع بالأجل؛

ج. البيع بالتقسيط؛

د. الاستصناع؛

- هـ. السلم ؛
- و. البيع بالوكالة؛
- ز. الايجارة (التشغيلية/تملكية/خدمات/من الباطن).

2. تمويلات المساهمة

- أ. المضاربة؛
- ب. المشاركة.

3. التجارة الخارجية

مصرف السلام-الجزائر- يضمن تنفيذ تعاملاتك التجارية الدولية دون تأخير، حيث يقترح عليك خدمات سريعة وفعالة من وسائل الدفع على المستوى الدولي:

- أ. العمليات المسندية؛
- ب. التعهدات وخطابات الضمان البنكية؛

4. الاستثمار والادخار

تنمية رأس مالك واستثمار فائض السيولة والاستفادة من أفضل الشروط الموجودة في السوق.

مصرف السلام-الجزائر يقترح حلول جذابة وآمنة من خلال :

- أ. اكتتاب سندات الاستثمار ؛
- ب. فتح دفتر التوفير أمني؛
- ج. حسابات الاستثمار.

5. الخدمات الالكترونية: تتمثل في:

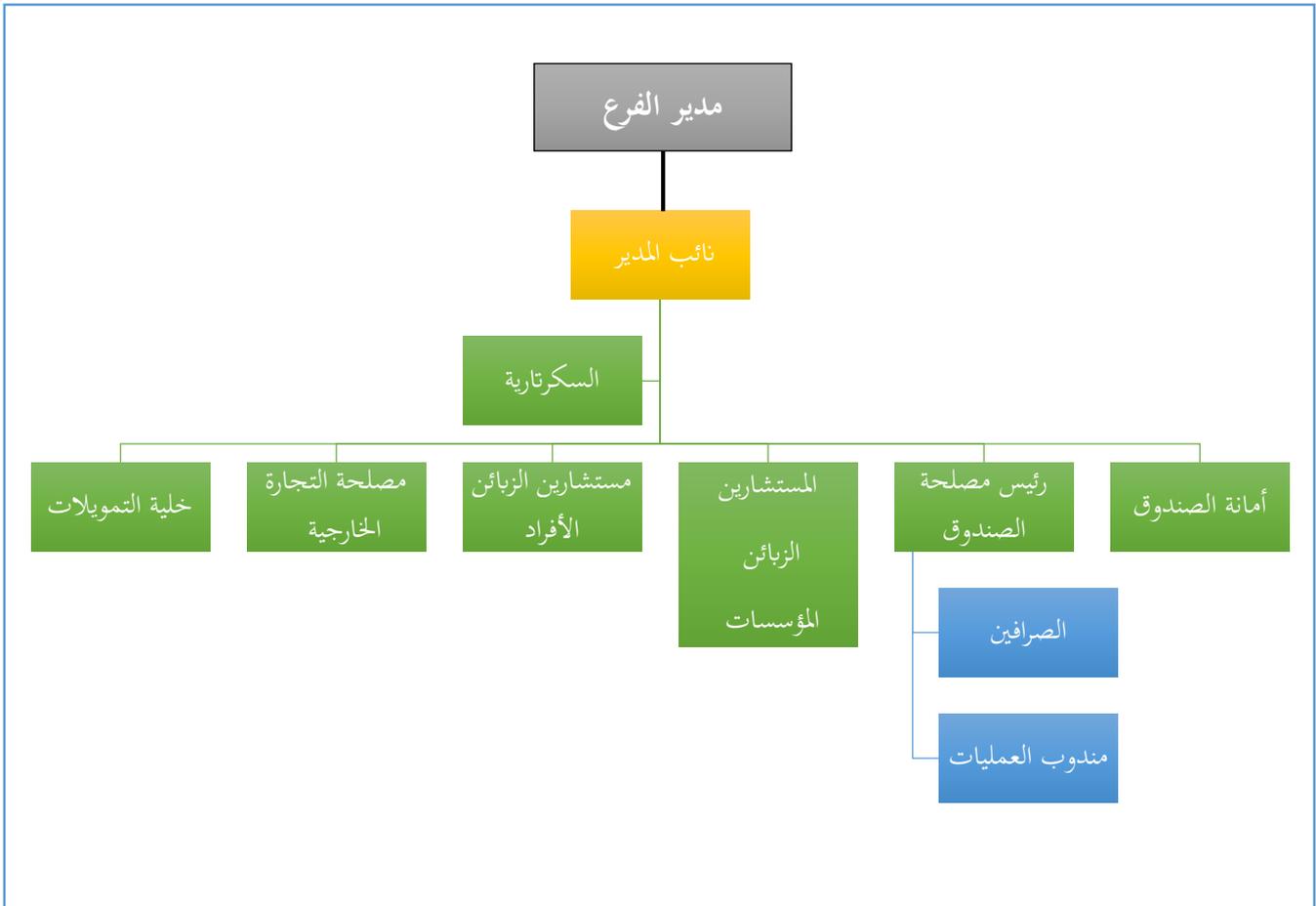
- أ. خدمة تحويل الأموال عم طريق أدوات الدفع الآلي ؛
- ب. الخدمات المصرفية عن بعد "السلام مباشر"؛
- ج. خدمة "موبايل بكنغ" ؛
- د. خدمة مايل سويفت "سويفتي"؛
- هـ. بطاقة الدفع الالكترونية "آمنة"؛
- و. بطاقات السلام فيزا الدولية؛
- ز. خدمة الدفع عبر الانترنت Amina E ؛
- ح. خزانات الأمانات "أمان"؛
- ط. ماكينات الدفع الآلي ، ماكينات الصراف الآلي.

الفرع الثالث: مصرف السلام- فرع بسكرة-

أنشئ فرع بسكرة في 2018/11/14 ، بعد الحصول على تصريح من بنك الجزائر ، ويحمل الرمز 12 ، بفضل هذا الفرع الجديد، استطاع مصرف السلام الجزائر تلبية متطلبات عملاءه في المنطقة من شركات و مهنيين وأفراد، حيث يقدم لهم منتجات تتوافق مع مبادئ الشريعة الاسلامية، وتمكنهم من الاستفادة من مجموعة كبيرة من صيغ التمويل والخدمات المصرفية الراقية ، و كذا صيغ شرعية ومبتكرة لاستثمار الأموال تسمح لهم بتنمية مدخراتهم. ، يقع مصرف السلام - فرع بسكرة - في شارع يحي السايحي طريق تقرة مقابل بنك الخليج بعاصمة الولاية ، مجهزة بكل الوسائل الحديثة.

✓ يقوم مصرف السلام عبر فرعه بولاية بسكرة بتنفيذ مجموعة من الوظائف الموضحة في هيكله التنظيمي بالشكل رقم (09) التالي:

الشكل رقم (09) : الهيكل التنظيمي لمصرف السلام - فرع بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة وبناء على وثائق مصرف السلام فرع "بسكرة".

المطلب الثاني: التعريف بالبنك الوطني الجزائري

يعتبر البنك الوطني الجزائري من أهم البنوك التي يتكون منها الجهاز المصرفي الجزائري، من هنا سوف نتعرض الى إعطاء نبذة عنه، بالإضافة الى التطرق أهم الخدمات والمنتجات التي يقدمها.

الفرع الأول: نبذة عن البنك الوطني الجزائري

أعتبر البنك الوطني الجزائري أول البنوك التجارية التي تم تأسيسها في الجزائر المستقلة حيث أنشئ بموجب المرسوم 66-178 وبتاريخ 13/06/1966 برأس مال قدره عشرون مليون دينار جزائري، وقد جاء ليحل محل سلسلة من البنوك الأجنبية التي كانت في الحقيقة استعمارية، حيث مارس كافة نشاطات البنك الشاملة، من بينها التمويل الزراعي منذ إنشائه، رافق البنك الوطني الجزائري زبائنه، سواء كانوا أفراد، مهنيين ومؤسسات، ما جعله اليوم، أحد أكثر البنوك الفاعلة في الساحة المصرفية، مع أكثر من 2.5 مليون زبون.

ولقطة البنوك الإسلامية في الجزائر أسهم البنك الوطني الجزائري في تنشيط الصيرفة الإسلامية، بإتباع طريقة تسويقية مبنية في الأساس على إنشاء شبائيك إسلامية بفروعه عبر مختلف ربوع الوطن ، وبدأ نشاطه في الصيرفة الإسلامية فعليا عند إصدار النظام رقم 20-02 المؤرخ في 15/03/2020 ، المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية اين تحصل البنك الوطني الجزائري على رخصة تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية يوم الخميس 30 جويلية 2020، بطرحه لمجموعة ثرية من صيغ الادخار والتمويل، الموافقة لتعاليم الشريعة الإسلامية، والتي تمت المصادقة عليها من قبل هيئة الرقابة الشرعية بالبنك ومن طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية.

حقق البنك الوطني الجزائري من خلال نشاطاته على الإحصائيات التالية: (<https://www.bna.dz/ar>) (أطلع عليه بتاريخ: 2023/05/27)

1. مديرية جهوية :21؛
2. وكالة :223؛
3. وكالة مخصصة حصريًا للصيرفة الإسلامية :8؛
4. شباك إسلامي :68؛
5. عدد المنخرطين في خدمة الدفع بدون تلامس:18.079؛
6. وكالة رقمية :31؛
7. جهاز دفع إلكتروني :8.000؛
8. متعامل منخرط في منصة الدفع الإلكتروني :64؛
9. شباك آلي : 99؛
10. موزع آلي : 180؛

11. بطاقة بنكية : 380.000؛
12. حساب الزبائن : 2.4 مليون؛
13. زبون مشترك في خدمة البنك عن بعد : 121.305؛
14. موظف : 5.000؛

الفرع الثاني: منتجات البنك الوطني الجزائري

يُثري البنك الوطني الجزائري عرضه بإطلاق باقات من المنتجات والخدمات البنكية الموجهة لزبائنه من الأفراد، المهنيين والمؤسسات.

تجمع هذه الباقات بين مجموعة من الخدمات والمنتجات التكميلية المعروضة بسعر مغري وجذاب، تهدف إلى تلبية الاحتياجات المحددة لكل شريحة من الزبائن:

1. حسابات بنكية:

- أ. الأفراد: حسابات الشيك / حسابات العملة الصعبة؛
- ب. المهنيين: حسابات الشيك / الحسابات الجارية / حسابات العملة الصعبة؛
- ج. المؤسسات: الحسابات الجارية / الحسابات بالعملة الصعبة / حسابات اجنبية قابلة التحويل بالدينار الجزائري / حسابات داخلية لغير المقيمين.

2. التمويلات:

- أ. قروض للأفراد (قروض الاستغلال، قروض الكراء)؛
- ب. قروض للمهنيين (اقتناء محلات تجارية، اقتناء الأثاث والمعدات و / أو المعدات المتحركة الموجهة حصريًا لممارسة النشاط المهني، تهيئة المقرات المهنية، تمويل دورة استغلال النشاط)؛
- ج. أما بالنسبة للمؤسسات فقد خصص البنك الصيغ التمويلية (قروض الاستثمار، قروض الاستغلال، التجارة الخارجية وتمويل الترقية العقارية).

3. التوفير والاحتياط:

- أ. حسابات لأجل؛
- ب. تحت الطلب (حسابات توفير)؛
- ج. سندات الصندوق.

4. النقد والبنك عن بعد:

- أ. البطاقات البنكية؛
- ب. الخدمات البنكية الإلكترونية؛
- ج. الدفع الإلكتروني؛

- د. خدمة الدفع بدون تلامس؛
 - هـ. الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر الإنترنت؛
 - و. طلب التمويل عن بُعد؛
 - ز. التجارة الإلكترونية.
5. التامين البنكي:
- أ. التامين على السفر والمساعدة في الخارج؛
 - ب. التامين على الوفاة أو الإعاقة الجزئية أو الكلية؛
 - ج. تأمين وردة.
6. تأجير صناديق مؤمنة: صغير، كبير ومتوسط
7. باقات خدمات البنك الوطني الجزائري:
- أ. **Pack Basic** (حساب الشيك)؛
 - ب. **Pack Serein** (بحساب الشيك وكذا ادخار مالي)؛
 - ج. **Pack Famille** (حساب الشيك للعائلة)؛
 - د. **Pack Privilège** (حساب توفير ذو عائد تصاعدي بطاقة توفير).
8. محاكاة: تتضمن مجموعة من المنتجات المتعلقة بالحالات الافتراضية من أجل الاستفادة من العروض (قرض سيارة، قرض عقاري وقرض الرفاهية).
- الفرع الثالث: البنك الوطني الجزائري-وكالة بسكرة 386-

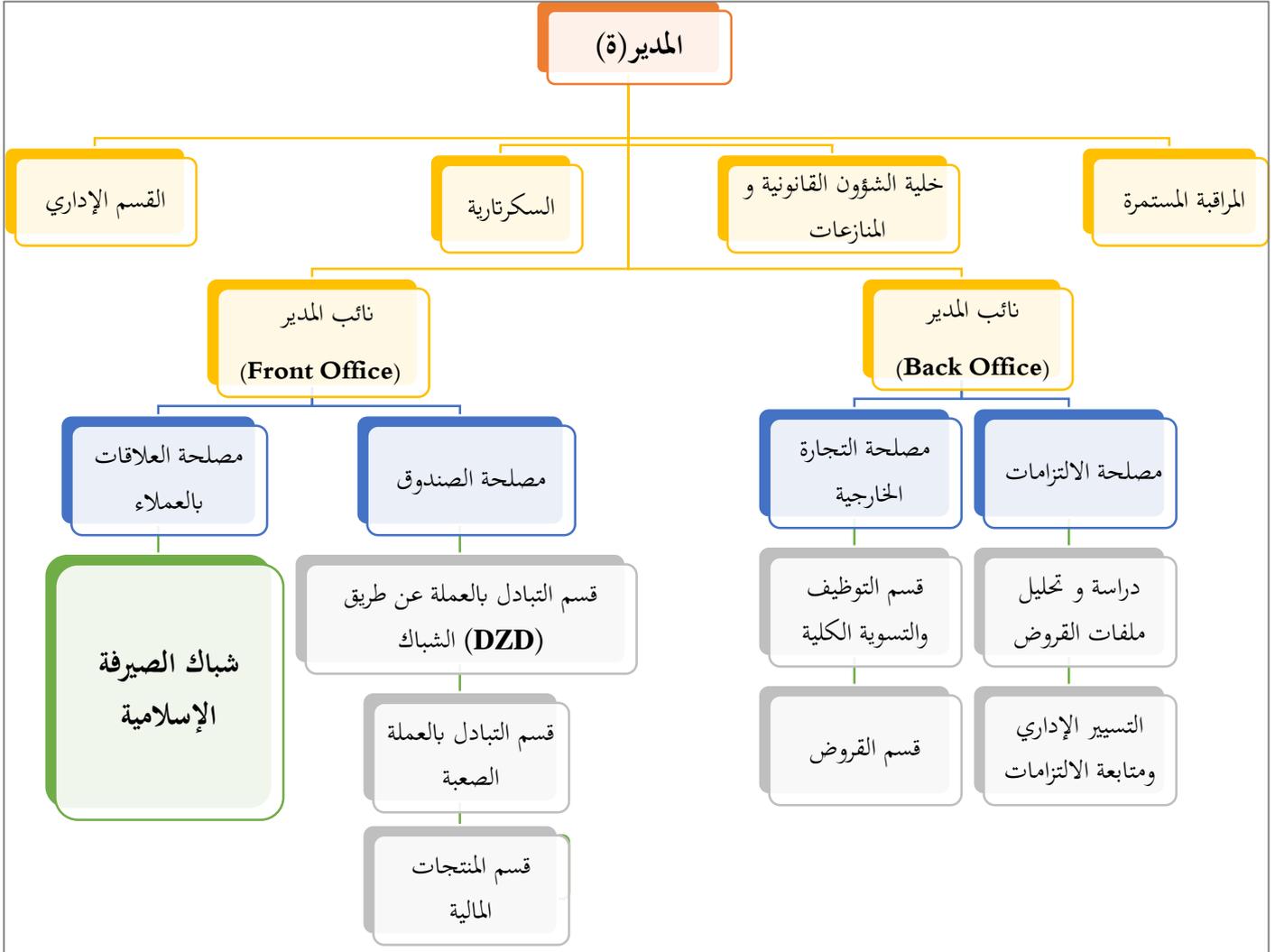
تأسست وكالة البنك الوطني الجزائري رقم 386 في عام 1986، كواحدة من بين الست (06) وكالات التابعة للمديرية الجهوية للاستغلال بولاية بسكرة، والواقعة في حي الجمهورية، تضطلع الوكالة بنفس المهام وهي كالتالي - :

1. تقديم خدمات الصيرفة الإسلامية

- أ. المراجعة؛
 - ب. الاجارة؛
 - ج. حساب التوفير الاسلامي؛
 - د. حساب التوفير الإسلامي " للشباب"؛
 - هـ. حساب الاستثمار الإسلامي غير مقيد CIINR (هو حساب يخضع لمبدأ المضاربة الذي يتركز على أساس تقاسم الخسائر والارباح).
2. فتح الحسابات بكل أنواعها حسابات تحت الطلب أو الأجل؛
3. تقديم القروض بعد دراستها والتأكد من كفاية الضمانات؛

4. خصم وتحصيل الأوراق التجارية؛
 5. تقوم بعمليات الصرف والتجارة الخارجية في إطار القوانين المعمول بها؛
 6. تقوم بتحصيل الشيكات وعمليات التحويل.
- ✓ يقوم البنك الوطني الجزائري من خلال وكالته رقم - 386 - بيسكرة بتنفيذ الوظائف الإدارية و التشغيلية الموضحة في هيكله التنظيمي الموضح بالشكل رقم (10) التالي :

الشكل رقم (10) : الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري (وكالة بسكرة رقم 386)



المصدر: من إعداد الطالبة وبناء على وثائق الوكالة " BNA " .

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

سنناقش في هذا المبحث الجانب المنهجي للدراسة، حيث يحتوي على مجتمع وعينة الدراسة بالإضافة الطرق والأساليب التي استخدمت من أجل الوصول الى أهداف الدراسة.

المطلب الأول: عرض الإجراءات الميدانية

الفرع الأول: منهج الدراسة وإطارات الدراسة

1. منهج الدراسة

تم في هذه الدراسة الاعتماد على المنهج الوصفي "فهو الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث، مع ملاحظة أنه يشمل في كثير من الأحيان عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل، وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهم إجراءات المقارنة، وتحديد العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات " (سيوكر و د/نجلاء نجاحي، 2019، صفحة 46).

من هنا فقد تمت الدراسة من الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، واهتمنا بوصفها وصفاً دقيقاً.

2. إطارات الدراسة

أ. الإطار المكاني: نقصد به مكان الدراسة الميدانية والتي كانت على مستوى عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وهي:

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-
- البنك الوطني الجزائري - وكالة بسكرة-

ب. الإطار الزمني: يراد به المدة الزمنية من بداية الى نهاية الدراسة الميدانية (من: 2023/05/07 الى 2023/05/17).

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة

يقصد به "الاطار البشري للبحث أو مفرداته البشرية" (المشهداني، 2019، صفحة 78)، فعن دراستنا هذه فان مجتمع الدراسة تمثل في موظفي البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية على مستوى :

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-
- البنك الوطني الجزائري - وكالة بسكرة-

2. عينة الدراسة

"يجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة حتى يتمكن الباحث من تعميم النتائج أو حتى التنبؤ بواسطتها للمستقبل" (المحمودي، 2019، صفحة 105)، أما موضوع الدراسة هي تتمثل "عينة عشوائية بسيطة أو العينة الاحتمالية تستخدم في حالة المجتمع صغير ومتجانس" (المشهداني، 2019، صفحة 90)، من ذلك فقد تم اختيار عينات عشوائية من مختلف المستويات الإدارية سواء للوكالة أو للفرع محل الدراسة، وتم تسليم الاستبيان لمدراء كل وكالة وفرع لتوزيعها على الموظفين، وقد تم استرجاع 55 استبيان من أصل 60 صالحة للتحليل موزعة كالتالي :

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة- : 12 مفردة ؛
- البنك الوطني الجزائري - وكالة بسكرة- : 43 مفردة.

نسبة حجم العينة = (الإجمالي في كل مفردة/حجم المجتمع)*100

جدول (02) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	البيان	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	30	54.5
	أنثى	25	45.5
	المجموع	55	100
الفئات العمرية	أقل من 30 سنة	06	10.9
	من 30 - 40 سنة	36	65.5
	بين 40 - 50 سنة	13	23.6
	أكثر من 50 سنة	00	00
	المجموع	55	100
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	05	9.1
	جامعي	45	81.8
	دراسات عليا	05	9.1
	المجموع	55	100

29.1	16	أقل من 05 سنوات	سنوات الخبرة
50.9	28	10-5	
12.7	07	15-10	
7.3	04	أكثر من 15 سنة	
100	55	المجموع	
9.1	05	إطار سام	الوظيفة المشغولة
67.3	37	إطار	
23.6	13	موظف	
100	55	المجموع	

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مستخرجات SPSS .V25

الفرع الثالث: متغيرات الدراسة ومصادر جمع البيانات

1. متغيرات الدراسة

- أ. المتغير المستقل : " هو المتغير الذي نريد أن نقيس مدى تأثيره على الموقف " أي الذي نبحت عن أثره في متغير آخر" (زايدة، 2018، صفحة 114)، ففي موضوع الدراسة فهو يمثل التكنولوجيا المالية : الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية.
- ب. المتغير التابع : " هو نتاج تأثير العامل المستقل في الظاهرة" (المحمودي، 2019، صفحة 71)، والذي بدوره يمثل الخدمات المصرفية الإسلامية : تشير الخدمات التي تتم ضمن نظام مصرفي يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية من خلال توفير خدمات مالية ومصرفية للعملاء (أفراد أو شركات،)، فهي تركز على العدالة و المساواة بين البنوك والعملاء مع تجنب الربا والفوائد واستبدالها بنماذج مالية متوافقة مع الشريعة الإسلامية، مثل الإيجار والمشاركة في الأرباح والخسائر ، تشتمل الخدمات المصرفية الإسلامية العديد من المنتجات والخدمات، مثل الحسابات الجارية وحسابات التوفير والاستثمار والتمويل العقاري وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والتأمين والاستثمار في الأسهم المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

2. مصادر جمع البيانات

تم الاعتماد في جمع بيانات الدراسة على نوعين من البيانات نذكرها كالتالي:

أ. البيانات الأولية: تتمثل فيما يلي:

- الاستبيان: من اجل توضيح مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية على مستوى

عينة من البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية:

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة؛

- البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الاسلامية - وكالة بسكرة.

✓ تم إعداد الاستبيان وتطويره بشكل يساعد في جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها إحصائيا والحصول على النتائج.

ب. البيانات الثانوية:

تمثلت البيانات الثانوية في الكتب، الدراسات والأبحاث المنشورة، الملتقيات والرسائل الجامعية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وكذا مصادر ومراجع أجنبية، حيث تم تغطية الجانب النظري من الدراسة والذي يعتبر جزءا أساسيا في إجراء الدراسة الميدانية.

المطلب الثاني: عرض أدوات الدراسة، التحليل الاحصائي، صدق وثبات الدراسة

الفرع الاول: أدوات الدراسة

بما أن المنهج المتبع في الدراسة الميدانية هو منهج وصفي أو المسحي، اذن فإننا سوف نستخدم "الاستبيان كأداة رئيسية

للادراسة في جمع البيانات والمعلومات " (قنديلجي، 2020، صفحة 160)، والتي تتكون من جزئين:

1. الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية للأفراد وهي: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة والوظيفة المشغولة.

2. الجزء الثاني: فيتضمن (45) عبارة وزعت على متغيري الدراسة:

أ. المتغير المستقل: التكنولوجيا المالية شملت (11) عبارة.

ب. المتغير التابع: الخدمات المصرفية الإسلامية شملت (34) عبارة تمثل المزيج التسويقي للخدمات المصرفية

الاسلامية- كمايلي :

ج. الخدمة وتقيسه العبارات من (01-09)؛

د. التسعير وتقيسه العبارات من (01-06)؛

هـ. التوزيع وتقيسه العبارات من (01-05)؛

و. الترويج وتقيسه العبارات من (01-05)؛

ز. العناصر الإضافية (الدليل المادي-العمليات-الأشخاص) وتقيسه العبارات من (01-09).

الفرع الثاني: أدوات التحليل الاحصائي

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Statistical Package For Social Sciences**

(SPSS.V25) "تحليل البيانات الأولية التي جمعت ، مع اجراء التعديلات الإحصائية المختلفة من ادخال للبيانات وتلخيصها مع عرضها بأشكال هندسية وبيانات " (حنوش، 2009، صفحة 96) و بغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة و للإجابة على أسئلتها، فقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية منها :

1. اختبار ألفا كرونباخ (α) :

هو إجراء اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان المستخدمة من جميع البيانات، "فهو يمثل أحد معاملات الثبات لفقرات الاستبانة و الموثوقية، يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فاذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فان قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس اذا كان هناك ثبات تام في البيانات فان قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح" (الفتاح، صفحة 536)، يعبر عليه بالمعادلة التالية :

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum vi}{vt} \right)$$

حيث :

α :معامل ألفا كرونباخ؛

n :عدد الأسئلة ؛

Vt :معامل التباين لاسئلة المحور؛

Vi :التباين لأسئلة المحور.

2. التكرارات والنسب المئوية: حيث استخدمت لغرض معرفة تكرارات فئات متغير ما ، أيضا معرفة درجة أهمية إجابات عينة الدراسة وكذا ترتيب العبارات وتحسب بالعلاقة الآتية :

$$\frac{\text{تكرارات المجموعة } 100 \times}{\text{المجموع الكلي للتكرارات}} = \text{النسبة المئوية}$$

3. الانحراف المعياري : يتم حسابيا لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة الدراسة، حيث أن الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في العبارات، ويعبر عنه بالعلاقة الآتية :

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum(Xi - \bar{X})^2}}{N}$$

حيث:

S = يمثل الانحراف المعياري؛

X_i = يمثل قيمة الأسئلة؛

X = يمثل المتوسط الحسابي؛

4. **المتوسط الحسابي:** هو عبارة عن مؤشرا لترتيب البنود حسب اهميتها من وجهة نظر أفراد العينة المختارة، ويعبر عنه بالعلاقة التالية :

$$X = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{N}$$

حيث:

X : يمثل المتوسط الحسابي؛

X_i : تمثل قيمة الأسئلة؛

N : يمثل عدد الأسئلة.

5. الانحدار البسيط

ويستخدم هذا الاختبار لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع. ويتعلق بتحليل الانحدار بالتنبؤ بالمستقبل (غير معروف) اعتمادا على بيانات جمعت عن الماضي (المعروف)، فهو يحمل أحد المتغيرات (المتغير التابع) متأثرا بعامل آخر أو أكثر من عامل مستقل، وقد تم استخدام تحميل الانحدار البسيط لاختبار أثر التكنولوجيا المالية على أبعاد الميزج التسويقي للخدمات المصرفية في البنوك المقدمة للخدمات الإسلامية.

6. معامل الارتباط بيرسون

يستخدم معامل الارتباط بيرسون لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة ببعضها، وتم حسابه انطلاقا من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V25) حيث أنو محصور ضمن المجال [1-1] أي بين الواحد الصحيح السالب والواحد الصحيح الموجب، فإذا اقتربت القيمة من الواحد الصحيح الموجب هذا يعني أن هناك علاقة طردية ذات تأثير إيجابي قوي جدا، والعكس إذا اقتربت من 0 هذا يعني أن هناك علاقة طردية ذات تأثير سلبي جدا بين المتغيرات والعكس إذا اقتربت من 0 فان هناك علاقة عكسية ذات تأثير سلبي ضعيف جدا بين المتغيرات.

خلاصة القول أنه تم في هذه الدراسة إستخدام مجموعة من البرامج تتمثل في برنامج (Exel2013) وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V25) وكذلك مجموعة من الأدوات الإحصائية، والمتمثلة في التكرارات والنسب المئوية ومعامل ألفا كرومباخ، و المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى معامل الارتباط بيرسون، وهذا من أجل تحليل نتائج الاستبيان واختبار الفرضيات والتي سيتم التطرق إليها في المبحث الموالي.

يقصد بصدق الأداة أنها تتضمن فقرات ذات صلة بالمتغيرات التي تعمل على قياسها وان مضمونها متفق مع الغرض الذي صممت من اجله.

لذا ومن اجل تأكيد ثبات وصدق أداة الدراسة تم ذلك من خلال مرحلتين:

✓ بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة وتصنيفها في صورتها الأولية بما يتناسب مع أهداف الدراسة عرضت على الأستاذ المشرف الذي أعطى توجيهات في إعادة صياغة بعض العناصر والأسئلة من اجل التحكيم، ولقد كان الغرض من ذلك التأكد من مدى انتماء الأسئلة والعبارات إلى محاورها والتأكد من وضوحها وبساطتها وصياغتها اللغوية، وللتأكد من أن الأداة المستخدمة في هذه الدراسة تقيس فعليا ما يجب قياسه.

✓ وكتيجة لذلك تمت إعادة مراجعة الاستمارة سواء في الشكل العام أو في تعديل صياغة الأسئلة، وحذف بعضها وإضافة أسئلة جديدة، كما كانت ملاحظات من طرف الأستاذ المشرف بإعادة ترتيب الأسئلة في المحاور وبعدها تم إعادة صياغة الاستمارة بشكل جديد من أجل تطبيقها على مجتمع الدراسة بشكل نهائي كما هو موضح في (الملحق رقم 01).

1. قياس ثبات أداة الدراسة بمعامل ألفا كرونباخ (α): يعرف الثبات "بأنه لو كررت عمليات القياس لأظهرت نفس النتائج (الحفيظ و مصطفى حسين الباهي ، 2002، صفحة 178) ، للتحقق من مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدم معامل ألفا كرونباخ على عينة استطلاعية مكونة من (55) ، والجدول رقم (03) يوضح ذلك :

جدول رقم (03) : معامل الفاكرونباخ لقياس ثبات (الاستبيان) أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات لكل متغير	معامل الثبات "ألفا كرونباخ"	معامل الصدق
المحور الأول: التكنولوجيا المالية	11	0.732	0.855
المحور الثاني: الخدمات المصرفية الإسلامية	34	0.949	0.974
أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية.	09	0.844	0.918
ثانياً: التسعير.	06	0.896	0.946
ثالثاً: التوزيع.	05	0.850	0.921
رابعاً: الترويج.	05	0.875	0.935
خامساً: المزيج التسويقي الإضائي.	09	0.874	0.934
الاستبانة ككل	45	0.949	0.974

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .V25

من الجدول رقم (03) يتبين أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في الدراسة الميدانية، إذ بلغ معامل الثبات العام لمحاور الدراسة (0.949) لإجمالي فقرات الاستبيان الخمس والاربعون وهو معامل ثبات عالي وممتاز ومناسب لأغراض

البحث ، وهذا يعني أن استمارة الاستبيان تتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالتالي ثبات الأداة قوية، كما تتراوح معامل الثبات بمتغيرات الدراسة بين (**0.732-0.949**) وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث مما يجعلنا على ثقة بصحتها وصلاحيتها لتحليل النتائج.

2. الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان:

تم القيام بقياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان وذلك من خلال دراسة معامل الارتباط لكل بعد مع الاستبيان ككل:

جدول رقم (04): قياس الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان (معامل الارتباط بيرسون)

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	المحاور والابعاد
0.00	0.820**	المحور الأول: التكنولوجيا المالية
0.00	0.984**	المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية
0.00	0.871**	أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية.
0.00	0.881**	ثانياً: التسعير.
0.00	0.810**	ثالثاً: التوزيع.
0.00	0.787**	رابعاً: الترويج.
0.00	0.786**	خامساً: المزيج التسويقي الإضافي.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

(**) دال على مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن جميع قيم معامل ارتباط محاور الدراسة مع الاستبيان ككل ومن ثم كل بعد من أبعاد المحور الثاني مع محوره دالة عند مستوى دلالة 0.01 حيث تتراوح قيم معامل الارتباط ما بين (0.786 إلى 0.984) وتعتبر دلالة إحصائية قوية جداً، ومنه يمكننا القول أن كل عبارات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

3. اختبار التوزيع الطبيعي:

تم التحقق من التوزيع الطبيعي من خلال حساب قيمة معامل الالتواء ومعامل التفلطح لمتغيرات الدراسة ويمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (05): التحقق من التوزيع الطبيعي (معامل الالتواء والتفلطح)

المتغيرات	معامل الالتواء	معامل التفلطح
المحور الأول: التكنولوجيا المالية	0.177	-0.613
المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية	0.498	-0.772
أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية.	0.201	-1.087
ثانياً: التسعير.	0.173	-0.812
ثالثاً: التوزيع.	0.190	-0.280
رابعاً: الترويج.	0.174	-1.067
خامساً: المزيج التسويقي الإضافي.	0.007	0.756

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول نجد أن قيمة معامل الالتواء بالنسبة لجميع المتغيرات كانت محصورة بين (0.007 و 0.498)، وكذلك معاملات التفلطح محصورة بين (0.756 و -1.087) وهي ضمن المجال المقبول (3- و 3) بالنسبة لمعامل الالتواء، (10- و 10) بالنسبة لمعامل التفلطح، مما يشير أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يسمح لنا بمواصلة اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

المطلب الأول: خصائص مبحوثي الدراسة

الفرع الأول: عرض أسلوب التحليل الاحصائي للنتائج النهائية

سيتم في هذا الفرع عرض وتحليل النتائج المتعمقة بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة من حيث متغير الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية والوظيفة المشغولة.

1. متغير الجنس

توزعت عينة الدراسة حسب الجنس على النحو الموضح في الجدول أسفله، سيتم تحديد نسبة وتكرار كل عامل من هذه العوامل فيما يلي فمن خلال المعلومات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية ومن خلال الاستمارة، يمكن القول بأن أفراد المجتمع يتميزون بالصفات التالية:

جدول رقم (06) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

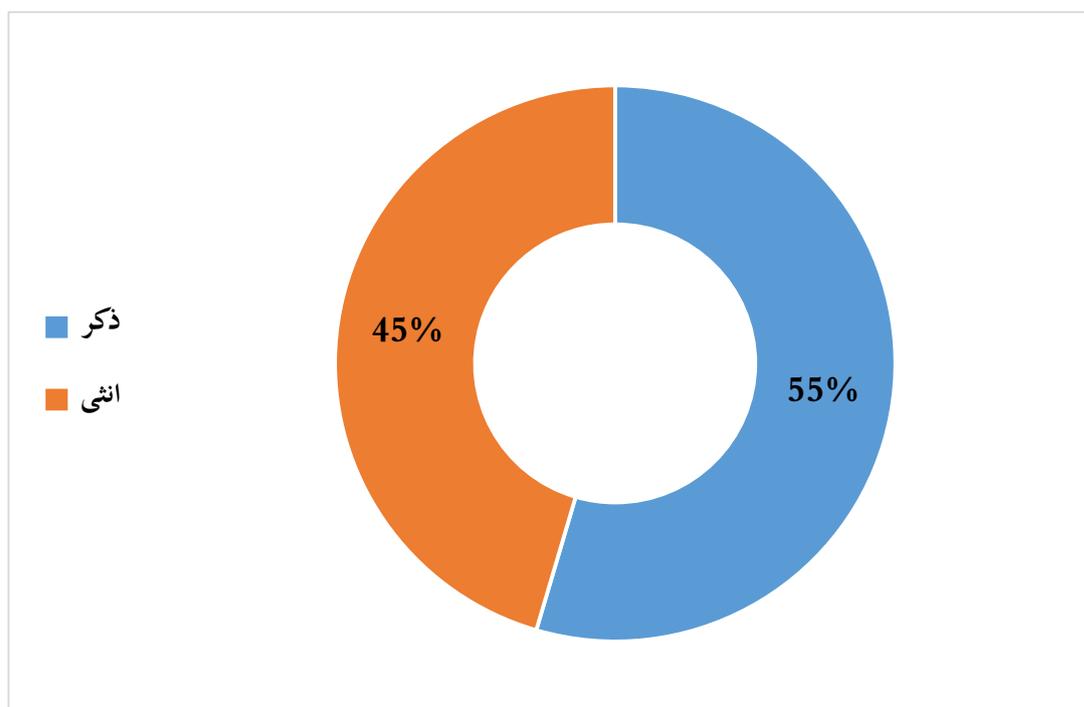
النسبة المئوية (%)	التكرار	فئات المتغير
54.5	30	ذكر
45.5	25	انثى
100	55	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS. V25

يمكن ترجمة معلومات الجدول السابق إلى الشكل الموالي:

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية عينة الدراسة كانوا من الذكور فيما يتعلق بمتغير الجنس، حيث بلغت نسبتهم (54.5%) في حين بلغت نسبة الإناث (45.5%) من مجموع أفراد عينة البحث، ومنه فإن العينة العشوائية التي تم اختيارها من بين البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية، أغلب موظفيها من فئة الذكور.

الشكل رقم (11): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



متغير الفئات العمرية

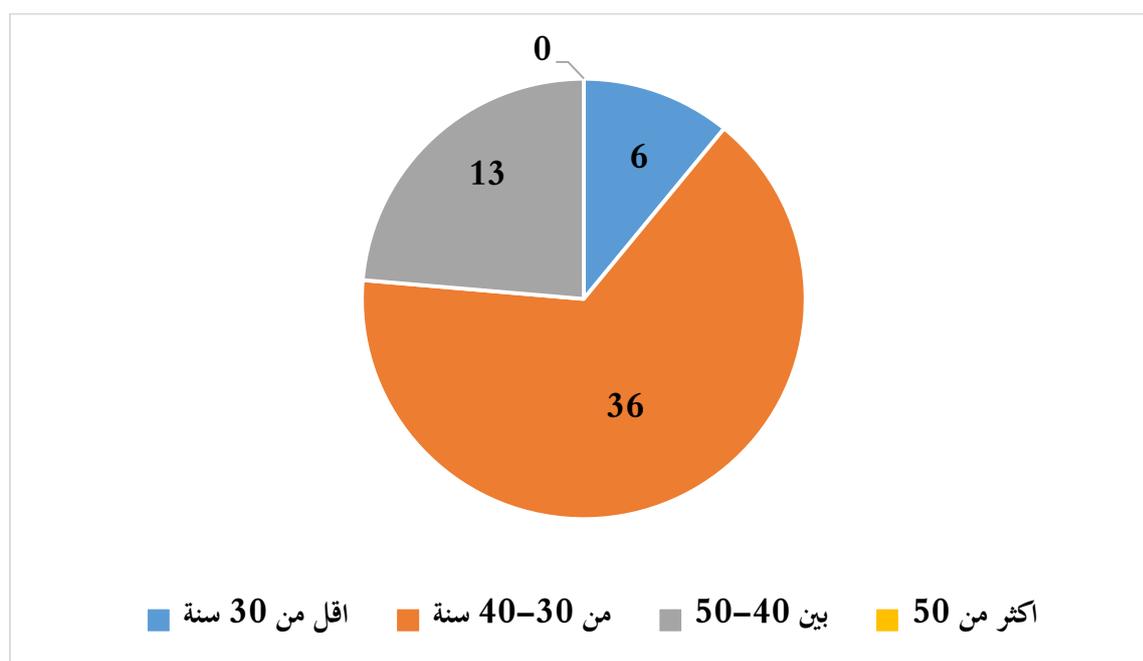
جدول رقم (07) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

النسبة المئوية (%)	التكرار	فئات المتغير
10.9	06	اقل من 30 سنة
65.5	36	من 30-40 سنة
23.6	13	بين 40-50
00	00	أكثر من 50
100	55	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .V25

بالنسبة لمتغير الفئات العمرية فنجد أن الفئة (من 30-40 سنة) احتلت أعلى نسبة بـ (65.5%) تليها مباشرة الفئة (بين 40-50 سنة) بنسبة (23.6%) في حين نسبة الباحثين ضمن الفئة العمرية (اقل من 30 سنة) بلغت (10.9%)، ويمكن القول أن عينة البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية موضوع الدراسة تحظى بولاء موظفه كما تسعى لاستقطاب موظفين جدد من الفئة الشباب.

الشكل رقم (12): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية



2. متغير المؤهل العلمي

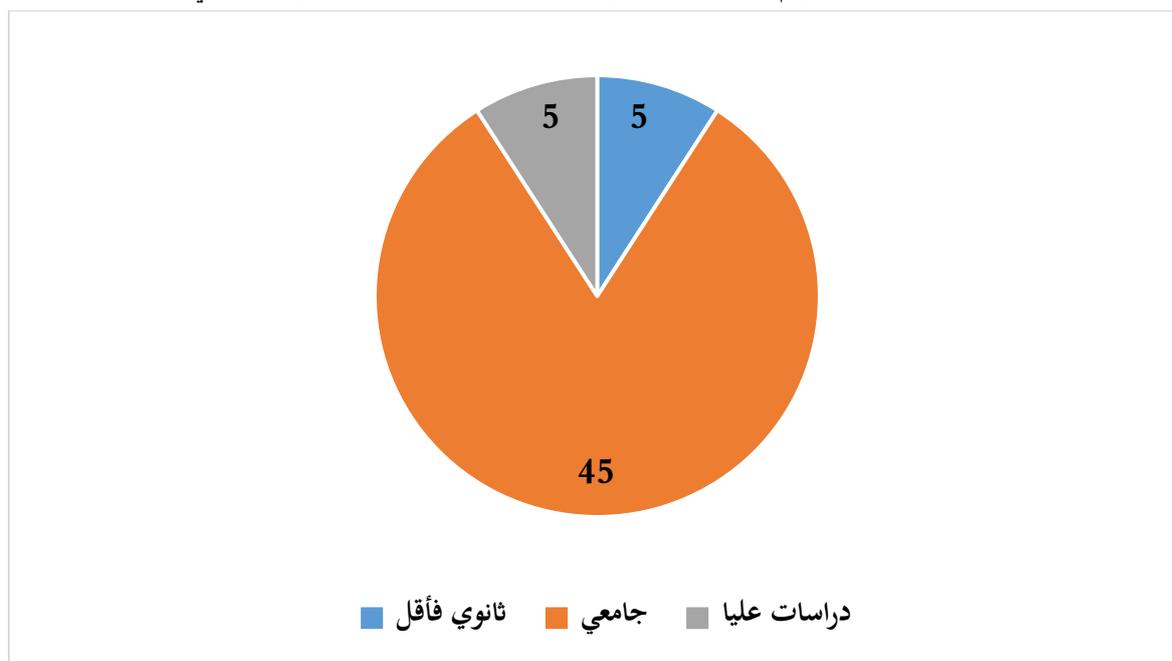
جدول رقم (08) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية (%)	التكرار	فئات المتغير
9.1	05	ثانوي فأقل
81.8	45	جامعي
9.1	05	دراسات عليا
100	55	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

معظم مبحوثين عينة الدراسة مؤهلهم العلمي من المستوى جامعي، حيث بلغت نسبتهم (81.8%)، وتقسمت النسبة الباقية على كل من المبحوثين الذين بلغ مستواهم العلمي المستوى الثانوي فأقل بنسبة (9.1%)، والمبحوثين الذين لديهم مستوى عالي (دراسات عليا) بنسبة (9.1%)، منه فإن عينة البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية تستقطب مختلف المستويات العلمية خاصة ذوي مستوى الجامعي، والعالي وهذا لطبيعة العمل البنكي الذي يتطلب توظيف موارد بشرية مؤهلة تمتلك المهارات والقدرات اللازمة من اجل تنفيذ استراتيجياتها وسياساتها.

الشكل رقم (13): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي



3. متغير الخبرة المهنية

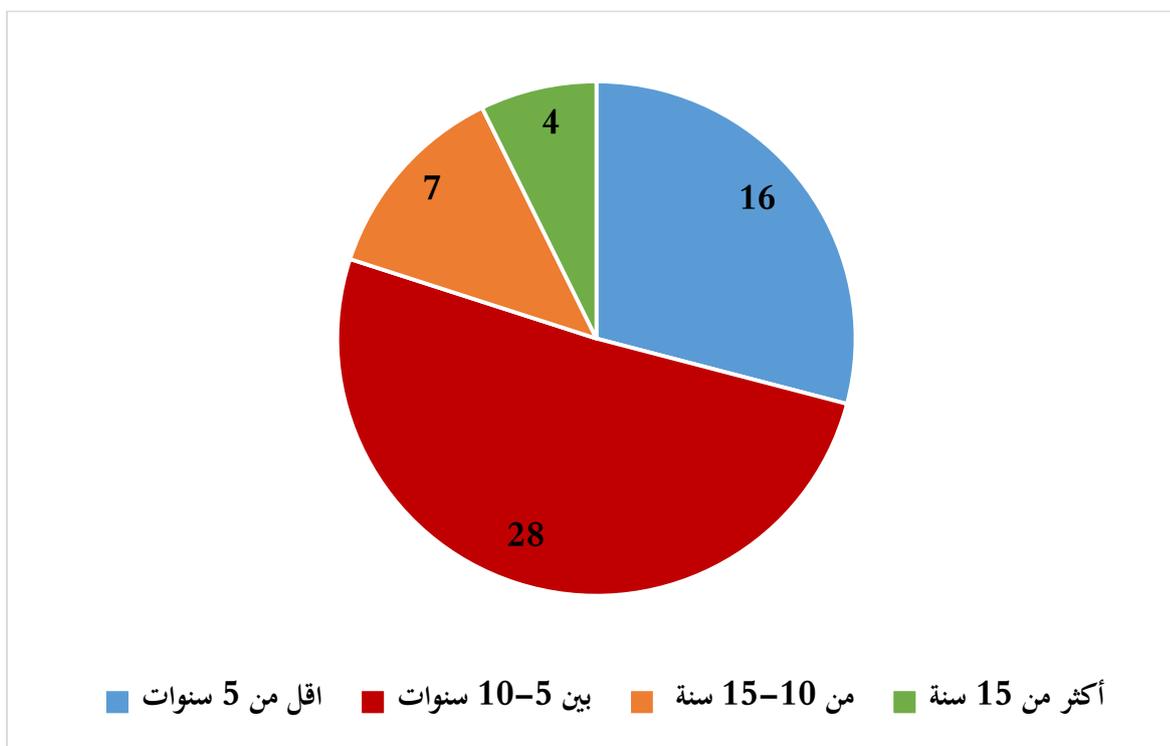
جدول رقم (09) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية (%)	التكرار	فئات المتغير
29.1	16	اقل من 5 سنوات
50.9	28	بين 5-10 سنوات
12.7	07	من 10-15 سنة
7.3	04	أكثر من 15 سنة
100	55	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

فيما يتعلق بمتغير الخبرة المهنية نجد أن (50.9%)، من أفراد عينة الدراسة خيروهم المهنية من 5 إلى 15 سنة، وتليها فئة (أقل من 05 سنوات) بنسبة (29.1%) من المبحوثين، أما الأفراد الذين تبلغ خبرتهم المهنية من 10-15 سنة فقد بلغت نسبتهم (12.7%)، وفي المرتبة الأخيرة نرى فئة (أكثر من 15 سنة) بحيث بلغت نسبتهم (7.3%).

الشكل رقم (14): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية



4. متغير الوظيفة المشغولة

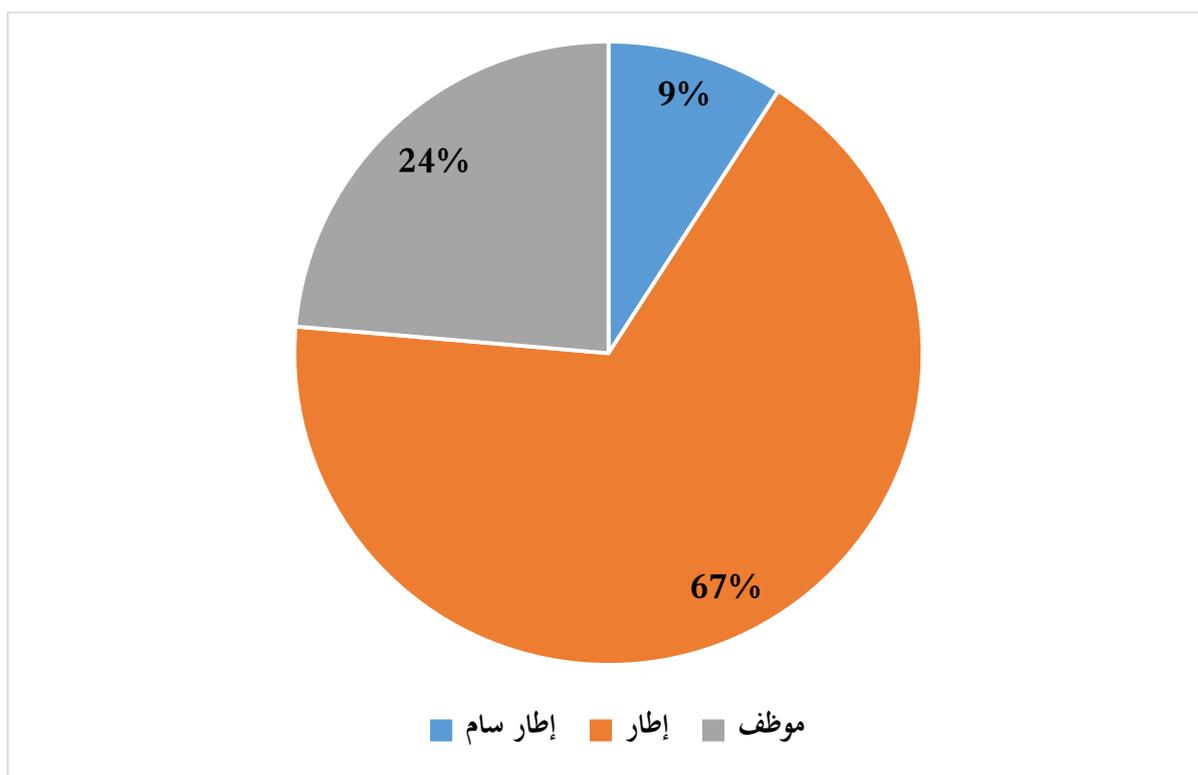
جدول رقم (10) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة المشغولة

النسبة المئوية (%)	التكرار	فئات المتغير
9.1	05	إطار سام
67.3	37	إطار
23.6	13	موظف
100	55	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

معظم أفراد عينة الدراسة ذوي وظيفة (إطار)، حيث بلغت نسبتهم (67.3%)، تلي هذه الفئة الأفراد الذين يشغلون وظيفة (موظف) بنسبة (23.6%)، وأخيرا فئة الأفراد الذين يشغلون وظائف سامية (إطار سام) بنسبة (9.1%)، ونفسر ذلك بأن أغلب الموظفين الذين وزعنا عليهم الاستبيانات يحتلون وظائف مهمة بعينة البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية وذلك لجدية موضوع الدراسة والذي يتطلب موظفين ملمين بمواضيع متغيرات الدراسة.

الشكل رقم (15): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الوظيفة المشغولة



خلاصة القول أنه تم في هذا الفرع الوصف الإحصائي لعينة الدراسة من خلال عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة، من حيث متغير الجنس، الفئات العمرية، المؤهل العلمي، الخبرة المهنية، والوظيفة المشغولة للبنوك، وسيتم عرض وتحليل نتائج الدراسة في الفرع الموالي.

الفرع الثاني: تحليل وتفسير النتائج النهائية

سوف نقوم في هذا المطلب بتحليل نتائج إجابات الاستبيان وذلك لمناقشة أبعاد ومحاور الدراسة عن طريق استخدام الإحصاءات الوصفية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مستوى القبول وترتيب العبارات.

- لتحويل إجابات الدراسة إلى بيانات كمية، تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي (الترتيبي) لكونه أكثر تغييراً وتنوعاً وباعتباره يعطي مجالات أوسع للإجابة، ويمكن توضيح الدرجات الخمس الموافقة في الجدول كالتالي:

جدول (11): يوضح درجات مقياس ليكارت الخماسي

المصدر: (اسامة، 2013، صفحة 238)

الإجابات (الأوزان)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

- يتضح من خلال الجدول رقم (11) أنه يعطي مجال أوسع للإجابة، حيث تمثل إجابة موافق بشدة: الدرجة الأكبر 5 و موافق: الدرجة 4 و محايد: الدرجة 3 و غير موافق: الدرجة 2 و غير موافق بشدة: الدرجة الأقل وهي 1.

الدرجة	5	4	3	2	1
المستوى	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
مستوى القبول	مرتفع جداً	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جداً
المتوسط الحسابي	05.00-4.20	04.19-3.40	3.39-2.60	2.59-1.80	1.79-1.00

يكون حساب المتوسط الحسابي (المرجح) من خلال حساب طول الفئة وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5 . حيث 4 تمثل عدد الفئات (من 1 إلى 2 فئة أولى، ومن 2 إلى 3 فئة ثانية، ومن 3 إلى 4 فئة ثالثة، ومن 4 إلى 5 فئة رابعة)، 5 تمثل عدد الاختيارات (الدرجات) فعند قسمة 4 على 5 نحصل على طول الفئة الذي يساوي 0.80 (المهادي، 2013، صفحة 24).

1. تقييم العينة لعبارات التكنولوجيا المالية:

وفي هذا الجزء سوف نقوم بالتحليل الإحصائي لعبارات المحور الأول: التكنولوجيا المالية

جدول رقم (12) تقييم عينة الدراسة لعبارات التكنولوجيا المالية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
1	يتم تطبيق المعايير الشرعية الإسلامية في استخدام التكنولوجيا المالية في البنك.	4.18	0.883	مرتفع	08
2	قرار استخدام منتجات التكنولوجيا المالية من اختصاص الإدارة العليا للبنك.	4.49	0.539	مرتفع جدا	01
3	لدى البنك البنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية.	4.21	0.809	مرتفع جدا	06
4	لدى البنك صورة واضحة عن التكنولوجيا المالية والية تطبيقها في تقديم الخدمة البنكية الإسلامية.	4.16	0.811	مرتفع	09
5	ساهم استخدام التكنولوجيا المالية من تقديم الخدمة البنكية بجودة عالية.	4.32	0.746	مرتفع جدا	03
6	يواجه البنك عوائق تقنية في تطبيق منتجات التكنولوجيا المالية.	3.63	1.128	مرتفع	11
7	ساهمت التكنولوجيا المالية في البنوك محل الدراسة من زيادة المنافسة بينه وبين البنوك الأخرى المقدمة للخدمات البنكية الإسلامية.	4.18	0.669	مرتفع	07
8	حافظت التكنولوجيا المالية للبنك على سرية معاملات العملاء وحمايتهم.	4.29	0.711	مرتفع جدا	04
9	يوفر البنك لعملائه تطبيقات إلكترونية تمكنهم من تنفيذ معاملاتهم المالية.	4.41	0.599	مرتفع جدا	02
10	تضمنت منتجات التكنولوجيا المالية للبنك كافة المعاملات المالية والبنكية.	4.21	0.567	مرتفع جدا	05
11	لدى البنك برامج حماية متطورة ضد عمليات القرصنة البنكية.	4.10	0.761	مرتفع	10
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	4.20	0.398	مرتفع جدا	/

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

نلاحظ من الجدول رقم (12) أن اتجاهات العينة كانت إيجابية نحو كل عبارات المحور الأول: التكنولوجيا المالية، حيث تشكل أغلبها مستوى قبول مرتفع جدا، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المحور ما بين (3.63-4.49) بانحرافات معيارية بين (0.539-1.128)، نستطيع الاستنتاج من خلال ذلك أن تقييم عينة الباحثين للتكنولوجيا المالية كان إيجابيا، وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 4.20 بانحراف معياري قدره 0.398 ما يدل على نسبة تشتت قليلة جدا في إجابات العينة المبحوثة.

ونجد العبارة رقم (02) قد جاءت في المرتبة الأولى لهذا المحور وذلك بمتوسط حسابي قدره 4.49 وانحراف معياري 0.539 ما يدل على أن قرار استخدام منتجات التكنولوجيا المالية من اختصاص الإدارة العليا للبنك تليها العبارة رقم (09) والتي تنص على أن البنك يوفر لعملائه تطبيقات إلكترونية تمكنهم من تنفيذ معاملاتهم المالية وذلك بمتوسط حسابي قدره 4.41 وانحراف معياري 0.599 وأخيرا ونجد في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (06) بمتوسط حسابي قيمته 3.63 وانحراف معياري 1.128 ما يدل على أن البنوك تواجه بعض العوائق التقنية في تطبيق منتجات التكنولوجيا المالية.

2. تقييم العينة لعبارات الخدمات البنكية الإسلامية

وفي هذا الجزء سوف نقوم بالتحليل الإحصائي لعبارات المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية

أ. الخدمة البنكية الإسلامية

جدول رقم (13) تقييم عينة الدراسة لعبارات الخدمة البنكية الإسلامية

الترتيب	مستوى القبول	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
/	مرتفع جدا	0.460	4.21	أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية.	
07	مرتفع	0.825	4.14	يقوم البنك بتقديم خدمات مصرفية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.	1
09	مرتفع	0.720	4.00	الخدمة البنكية الإسلامية مقيّدة بتكنولوجيا مالية معينة.	2
08	مرتفع	0.790	4.07	يستخدم البنك ابتكارات التكنولوجيا المالية (الدفع الإلكتروني، العمليات البنكية الإلكترونية، تقنية التحقق الثنائي العامل -2FA-) في الخدمة البنكية الإسلامية.	3
04	مرتفع جدا	0.591	4.27	التكنولوجيا المالية تساعد في الوصول الى الابداع البنكي من خلال عمليات الاقراض، التمويل والأدوات المالية المبتكرة.	4
05	مرتفع جدا	0.607	4.23	ساهمت التكنولوجيا المالية في الوصول الى الشمول المالي لخدمات البنك.	5
06	مرتفع جدا	0.665	4.23	سمحت تقنيات التكنولوجيا المالية للمصرف بتصميم منتجات مصرفية تلائم كل الشرائح البنكية.	6

01	مرتفع جدا	0.672	4.34	ساهمت منتجات التكنولوجيا المالية في تطوير خدمات البنك وتعزيز القوى التنافسية.	7
03	مرتفع جدا	0.634	4.30	مكننت التكنولوجيا المالية البنك على التنويع في تقديم الخدمات البنكية.	8
02	مرتفع جدا	0.668	4.32	ساعدت التكنولوجيا المالية من تقليص وقت تحصيل الخدمات على مستوى البنك.	9

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (13) نجد نلاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي لعبارات البعد الأول بلغ 4.21 والتي تشير أن إلى مستوى قبول مرتفع جدا من قبل عينة المبحوثين، وبانحراف معياري قدره 0.460 ما يمثل وجود تجانس في إجابات العينة، وتشير النتائج أيضا أن العبارة رقم 07 التي تنص على أن (منتجات التكنولوجيا المالية ساهمت في تطوير خدمات البنوك وعززت القوى التنافسية لديهم) أحتلت المرتبة الأولى بهذا البعد بمتوسط حسابي قيمته 4.34 وانحراف معياري قدره: 0.672، بينما جاءت العبارة رقم 02 بالمرتبة الأخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 4.00 وانحراف معياري قدره 0.720 والتي تدل على أن الخدمة البنكية الإسلامية مقيدة بتكنولوجيا مالية معينة.

ب. التسعير

جدول رقم (14) تقييم عينة الدراسة لعبارات التسعير

الرقم	المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
	ثانيا: التسعير.	4.16	0.551	مرتفع	/
1	منتجات التكنولوجيا المالية مكنت البنك من تحقيق الهدف سعري التسويقي من خلال المنافسة والوصول إلى أكبر عدد من العملاء.	4.20	0.677	مرتفع جدا	04
2	زادت التكنولوجيا المالية من ربحية البنك.	4.25	0.615	مرتفع جدا	02
3	التكنولوجيا المالية خفضت من تكاليف الخدمات البنكية.	4.25	0.672	مرتفع جدا	03
4	تساهم التكنولوجيا المالية للبنك في تحسين تسعير خدمات البنك للمتعاملين الاقتصاديين والعملاء.	4.25	0.584	مرتفع جدا	01

06	مرتفع	0.768	3.96	يملك البنك تأميننا من المخاطر السعرية جراء استخدام التكنولوجيا المالية.	5
05	مرتفع	0.744	4.03	هناك تفاوتاً في التسعير لدى المصارف التقليدية التي تستخدم تقنيات مالية مقارنة بتلك التي لا تستخدمها.	6

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

يتضح من الجدول رقم (14) نلاحظ أن قيمة المتوسط الحسابي لعبارات البعد الثاني بلغ **4.16** والتي تشير أن إلى مستوى قبول مرتفع جداً من قبل عينة المبحوثين، وبانحراف معياري قدره **0.551** ما يمثل وجود تشتت ضعيف في إجابات العينة، وقد احتلت العبارة رقم **04** المرتبة الأولى بهذا البعد بمتوسط حسابي قدره **4.25** وانحراف معياري قيمته **0.584** وهذا يدل على أن التكنولوجيا المالية للبنوك تساهم في تحسين تسعير خدمات البنك للمتعاملين الاقتصاديين والعملاء، بينما احتلت العبارة رقم **05** المرتبة الأخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره **3.96** وانحراف معياري قدره **0.768** والتي تعبر على أن البنوك تمتلك تأميناً من المخاطر السعرية جراء استخدام التكنولوجيا المالية.

ج. التوزيع

جدول رقم (15) تقييم عينة الدراسة لعبارات التوزيع

الرقم	المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
	ثالثاً: التوزيع.	4.31	0.459	مرتفع جداً	/
1	تساعد التكنولوجيا المالية للبنك على تحسين توزيع الخدمات البنكية الإسلامية.	4.36	0.485	مرتفع جداً	03
2	حققت التكنولوجيا المالية سهولة إيصال الخدمات البنكية إلى جميع الزبائن.	4.30	0.573	مرتفع جداً	04
3	وفرت التكنولوجيا المالية خدمات متطورة ومرنة للعملاء من خلال وجود قنوات متعددة للوصول إليها.	4.16	0.687	مرتفع	05
4	طورت التكنولوجيا المالية من جودة وكفاءة توزيع خدمات البنك.	4.36	0.556	مرتفع جداً	01
5	سمحت التكنولوجيا المالية بإيصال خدمات البنك للمتعاملين في ظروف استثنائية (جائحة كوفيد-19).	4.36	0.588	مرتفع جداً	02

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

نستنتج من الجدول رقم (15) أن المتوسط الحسابي لعبارات البعد الثالث بلغت **4.31** ما يشير إلى مستوى قبول مرتفع جدا من قبل عينة المبحوثين، كما نلاحظ أن الانحراف المعياري للإجابات قدره **0.459** ما يمثل وجود تجانس في إجابات العينة، حيث نرى أن كل من العبارات رقم 01، 04، 05 على التوالي جاؤوا بنفس المتوسط الحسابي والذي قيمته **4.36** وانحراف معياري قدر ب: **0.556، 0.485، 0.588** على التوالي ما يدل على أن التكنولوجيا المالية طورت من جودة وكفاءة توزيع خدمات البنوك محل الدراسة، كما قد سمحت التكنولوجيا المالية بإيصال خدمات البنك للمتعاملين في ظروف استثنائية (جائحة كوفيد-19)، وتساعد أيضا على تحسين توزيع الخدمات البنكية الإسلامية، بينما احتلت العبارة رقم **03** المرتبة الأخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره **4.16** وانحراف معياري قدره **0.687** ما يدل على أن التكنولوجيا المالية وفرت خدمات متطورة ومرنة للعملاء من خلال وجود قنوات متعددة للوصول إليها.

د. الترويج

جدول رقم (16) تقييم عينة الدراسة لعبارات الترويج

الرقم	المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول	الترتيب
	رابعا: الترويج.	4.28	0.514	مرتفع جدا	/
1	يعتمد البنك على نوافذ ترويجية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.	4.27	0.756	مرتفع جدا	03
2	يستخدم البنك تقنيات قنوات اتصال تساعد في جذب عدد أكبر من الأفراد للاهتمام بالخدمات البنكية الإسلامية.	4.40	0.530	مرتفع جدا	01
3	ساعدت التكنولوجيا المالية في تحسين تواصل البنك مع العملاء بشأن الخدمات البنكية الإسلامية.	4.34	0.551	مرتفع جدا	02
4	مكنت منتجات التكنولوجيا المالية من التنسيق والتكامل بين عناصر المزيج الترويجي للبنك.	4.12	0.695	مرتفع	05
5	زيادة الوعي بالخدمات وتعزيز العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء بفضل التكنولوجيا المالية.	4.25	0.584	مرتفع جدا	04

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

يتبين من الجدول رقم (16) أن قيمة المتوسط الحسابي لعبارات البعد الرابع بلغ **4.28** والتي تشير أن إلى مستوى قبول مرتفع جدا من قبل عينة المبحوثين، وانحراف معياري قدره **0.514** ما يمثل وجود تشتت ضعيف جدا في إجابات العينة، حيث

احتلت العبارة **02** المرتبة الأولى بهذا البعد بمتوسط حسابي قدره **4.40** وانحراف معياري قيمته **0.530** وهو ما يعبر على أن البنوك محل الدراسة تستخدم تقنيات قنوات اتصال تساعد في جذب عدد أكبر من الأفراد للاهتمام بالخدمات البنكية الإسلامية، بينما احتلت العبارة رقم **04** المرتبة الأخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره **4.12** وانحراف معياري قدره **0.695** والتي تدل على أن منتجات التكنولوجيا المالية مكنت من التنسيق والتكامل بين عناصر المزيج الترويجي للبنك.

هـ. المزيج التسويقي الإضافي

جدول رقم (17) تقييم عينة الدراسة لعبارات المزيج التسويقي الإضافي

الترتيب	مستوى القبول	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير	الرقم
/	مرتفع	0.524	4.10	خامسا: المزيج التسويقي الإضافي.	
01	مرتفع جدا	0.525	4.27	تساهم التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات تقديم الخدمة البنكية.	1
04	مرتفع	0.650	4.14	لدى البنك هياكل مادية متعلقة بالتكنولوجيا المالية.	2
07	مرتفع	0.719	4.03	تصميم موقع البنك يوضح منتجات التكنولوجيا المالية.	3
02	مرتفع	0.713	4.16	يعمل البنك على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات الخاصة بالتكنولوجيا المالية باستمرار.	4
05	مرتفع	0.755	4.14	يوفر البنك برامج تدريبية وتأهيلية للموظفين حول تطبيق التكنولوجيا المالية.	5
03	مرتفع	0.787	4.16	الموظفون يمتلكون القدرة في الاستجابة لطلبات العملاء من خلال استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية.	6
08	مرتفع	0.769	4.00	التكنولوجيا المالية خفضت من أخطاء الموظفين.	7
06	مرتفع	0.741	4.07	تسهل التكنولوجيا المالية من عملية مراقبة إيصال الخدمات المقدمة للعملاء.	8
09	مرتفع	0.959	3.92	قلل استخدام التكنولوجيا المالية من اقبال المتعاملين على شبائيك البنك.	9

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (17) يتضح أن قيمة المتوسط الحسابي لعبارات البعد الرابع بلغ **4.10** والتي تشير أن إلى مستوى قبول مرتفع من قبل عينة المبحوثين، وانحراف معياري قدره **0.524** ما يمثل وجود تجانس في إجابات العينة، حيث احتلت العبارة

01 المرتبة الأولى في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 4.27 وانحراف معياري قيمته 0.525 وهو ما يعبر على أن التكنولوجيا المالية تساهم في تسهيل عمليات تقديم الخدمة البنكية ، بينما احتلت العبارة رقم 09 المرتبة الأخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 3.92 وانحراف معياري قدره 0.959 والتي تدل على أن أفراد عينة البحث يتفقون على أن استخدام التكنولوجيا المالية قلل من اقبال المتعاملين على شبائيك البنوك.

جدول رقم (18) تحليل نتائج أبعاد المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية

الترتيب	مستوى القبول	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد
03	مرتفع جدا	0.460	4.21	أولا: الخدمة البنكية الإسلامية.
04	مرتفع	0.551	4.16	ثانيا: التسعير.
01	مرتفع جدا	0.459	4.31	ثالثا: التوزيع.
02	مرتفع جدا	0.514	4.28	رابعا: الترويج.
05	مرتفع	0.524	4.10	خامسا: المزيج التسويقي الإضائي.
/	مرتفع جدا	0.415	4.20	الخدمات البنكية الإسلامية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية بمختلف أبعاده إيجابه ومرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 4.20 بانحراف معياري قدره 0.415 ما يدل على أن أغلب إجابات الأفراد متجانسة، وقد احتل البعد الثالث (التوزيع) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.31 وانحراف معياري 0.459، يأتي بعده البعد الرابع (الترويج) بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.514، ثم يليه البعد الأول (الخدمة البنكية الإسلامية) بمتوسط حسابي قدره 4.21 وانحراف معياري قيمته 0.460، ونجد البعد الثاني (التسعير) قد جاء بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قيمته 4.16 وانحراف معياري قدره ب 0.551، أما في المرتبة الأخيرة فيأتي البعد الخامس (المزيج التسويقي الإضائي) حيث المتوسط الحسابي بلغ 4.10 وانحراف معياري 0.524، ونستطيع أن نقول من خلال هذه النتائج أن مستوى الخدمات البنكية الإسلامية بالمؤسسة محل الدراسة مرتفع وإيجابي.

المطلب الثاني: فرضيات الدراسة

الفرع الأول: إختبار صحة الفرضيات

من خلال هذا الفرع سوف نتطرق إلى اختبار فرضيات الدراسة بعد التأكد من صلاحيتها بغرض الإجابة على تساؤلات البحث، بهدف الوصول إلى قبول الفرضيات أو رفضها والقيام بتفسيرها:

1. إختبار فرضيات الدراسة

أ. إختبار الفرضية الرئيسية:

والتي تنص على أنه "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية".

جدول رقم (19): نتائج تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضية الدراسة الرئيسية:

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	4.625	1	4.625	52.309	0.000
الخطأ	4.686	53	0.088		
الإجمالي	9.310	54			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

يتضح من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (19) يتضح ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة F المحسوبة (52.309) عند مستوى الدلالة المحسوب (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha=0.05$)، وبهذا نستدل على صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة.

الجدول رقم (20) يوضح: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية

الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T)	مستوى الدلالة	المرتبط (R)	معامل الارتباط (R ²)	معامل التحديد
التكنولوجيا المالية	0.734	7.232	0.000	0.705	0.497	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن قيمة $T=7.232$ وعند مستوى دلالة (0.000) و هي أقل من (0.05) مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية بالمؤسسة محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة F المحسوبة البالغة (52.309) بمستوى دلالة (0.000)، وبالتالي فإن قيمة كل من F و T دالتان عند مستوى الدلالة (0.000) وهي تعبر عن دلالة قوية، إضافة إلى قوة إرتباط ممتازة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول وكذلك معامل التحديد R^2 المقدر ب(0.497)، وهذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" تفسر ما نسبته (49.7%) من التباين الحاصل في "تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية" وباقي النسبة ترجع إلى متغيرات عشوائية أو عوامل أخرى لم تدخل في هذه الدراسة، وكما جاءت القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) التي بلغت قيمته (0.734).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الرئيسية التي تنص: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية".

2. اختبار الفرضيات الفرعية

ب. اختبار الفرضية الفرعية الأولى

والتي تنص على أنه "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية"

الجدول رقم (21) يوضح: نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير خدمات المصارف

الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T)	مستوى دلالة	(F)	معامل الإرتباط (R)	معامل R^2 التحديد
التكنولوجيا المالية	0.758	6.333	0.000	40.102	0.656	0.431

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (21) نلاحظ أن قيمة $T=6.333$ وعند مستوى دلالة (0.000) و هي أقل من (0.05) مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية بالبنوك محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة F المحسوبة البالغة (40.102) بمستوى دلالة (0.000)، وبالتالي فإن قيمة كل من F و T دالتان عند مستوى الدلالة (0.000) وهي تعبر عن دلالة قوية، إضافة إلى قوة إرتباط جيدة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول وكذلك معامل التحديد R^2 المقدر ب(0.431)، وهذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" تفسر ما نسبته (43.1%) من التباين الحاصل في "الخدمات المصرفية الإسلامية"، ونلاحظ كذلك القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) الذي بلغت قيمته (0.758).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية".

ج. اختبار الفرضية الفرعية الثانية

والتي تنص على أنه "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية"

الجدول رقم (22) يوضح: نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير خدمات المصارف

الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T) المحسوبة	مستوى دلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	معامل R^2 التحديد
التكنولوجيا المالية	0.872	5.899	0.000	34.801	0.630	0.396

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

يتضح من الجدول رقم (22) نلاحظ أن قيمة ($T=5.899$) وعند مستوى دلالة (0.000) و هي أقل من (0.05) مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية بالبنوك محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة F المحسوبة البالغة (34.801) بمستوى دلالة (0.000)، وبالتالي فإن قيمة كل من F و T دالتان عند مستوى الدلالة (0.000) و هي تعبر عن دلالة قوية، إضافة إلى قوة إرتباط جيدة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول وكذلك معامل التحديد R^2 المقدر ب(0.396)، و هذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" تفسر ما نسبته (39.6%) من التباين الحاصل في "تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية"، كما يتضح أن القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) الذي بلغت قيمته (0.872).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الثانية التي تنص: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية".

د. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

والتي تنص على أنه "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية"

الجدول رقم (23) يوضح: نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية

الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T) المحسوبة	مستوى دلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	معامل R^2 التحديد
التكنولوجيا المالية	0.569	4.131	0.000	17.066	0.494	0.244

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن قيمة ($T= 4.131$) وعند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية بالبنوك محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة

F المحسوبة البالغة (17.066) بمستوى دلالة 0.000، وبالتالي فإن قيمة كل من T و F دالتان عند مستوى الدلالة (0.000)، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول وحيث أن معامل التحديد R^2 المقدر بـ 0.244، وهذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" يفسر ما نسبته (24.4%) من التباين الحاصل في "توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية"، ونلاحظ أيضا القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) الذي بلغت قيمته (0.569).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية".

هـ. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

والتي تنص على "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية"

الجدول رقم (24) يوضح: نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية

الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T) المحسوبة	مستوى دلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R^2 معامل التحديد
التكنولوجيا المالية	0.708	4.772	0.000	22.772	0.548	0.301

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال نتائج الجدول رقم (24) نلاحظ أن قيمة (T=4.772) وعند مستوى دلالة 0.000 وهي أكبر من 0.05 مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية بالمؤسسة محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة F المحسوبة البالغة (22.772) بمستوى دلالة 0.000، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط متوسطة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول، وكذلك معامل التحديد R^2 المقدر بـ 0.301، وهذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" تفسر ما نسبته (30.1%) من التباين الحاصل في "توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية"، ونلاحظ كذلك القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) الذي بلغت قيمته (0.708).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية".

و. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

والتي تنص على أنه "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية"

الجدول رقم (25) يوضح: نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لأثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية

المتغير المستقل	(Beta)	(T) المحسوبة	مستوى دلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R ² معامل التحديد
التكنولوجيا المالية	0.725	4.808	0.000	23.113	0.551	0.304

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V25

من خلال نتائج الجدول رقم (25) نلاحظ أن قيمة (T=4.808) وعند مستوى دلالة (0.000) وهي أكبر من (0.05) مما يمكننا أن نستنتج وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية بالبنوك محل الدراسة، هذا ما دعمته قيمة F المحسوبة البالغة (23.113) بمستوى دلالة (0.000)، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط جيدة بين المتغيرين موضحة من خلال الجدول، وكذلك معامل التحديد R² المقدر ب(0.304)، وهذا يعني أن "التكنولوجيا المالية" تفسر ما نسبته (30.4%) من التباين الحاصل في "العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية"، ونلاحظ كذلك القيمة المتوسطة لمعامل خط الإنحدار (Beta) الذي بلغت قيمته (0.725).

وبناء على هذه النتائج نقبل الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على: "يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية"

الفرع الثاني: الإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة

نستنتج من خلال نتائج الجداول السابقة أن للتكنولوجيا المالية دور في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية وهذا ما يدل على أن البنوك محل الدراسة وهي:

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-
- البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الإسلامية - وكالة بسكرة-

تسعى لتطوير خدماتها المصرفية الإسلامية من خلال مختلف أبعاد المزيج التسويقي للخدمة البنكية (الخدمة المصرفية الإسلامية، التسعير، الترويج، التوزيع و المزيج التسويقي الإضافي) وذلك من خلال عملية تبني التكنولوجيا المالية لديها، حيث لاحظنا من خلال الجدول رقم (26) أن تقييم عينة الباحثين للتكنولوجيا المالية بالمؤسسة كان إيجابيا (ما يعني أن المؤسسة محل الدراسة تهتم بكافة الأساسات المتعلقة بتبني التكنولوجيا المالية، وتطبيقها)، كما يتضح من خلال دراسة الفرضيات أن للتكنولوجيا المالية دور في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية بالبنوك محل الدراسة.

خلاصة الفصل الثاني

بعد أن كنا قد تطرقنا في الجانب النظري لأهم المفاهيم المتعلقة بدراستنا، حاولنا من خلال هذا الفصل الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة، وذلك من خلال إسقاط هذه المفاهيم على الواقع عبر الدراسة التطبيقية في عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية:

- مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-
- البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الاسلامية - وكالة بسكرة-.

، أين استعرضنا المؤسسة محل الدراسة وأدوات وإجراءات الدراسة، ثم تناولنا الإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية من خلال تحديد مجتمع وعينة الدراسة وبعد ذلك تطرقنا إلى الأدوات المستعملة في دراستنا، وفي الأخير قمنا بعرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها.

خاتمة

خاتمة:

أصبح مستقبل الصيرفة الإسلامية يتوقف على مدى استغلال أحدث الطرق والأبحاث وابتكار صيغ جديدة للمفهوم المصرفي، وتطوير الصيغ الموجودة حالياً لتتلاءم وتواكب التطورات المصرفية، وهذا ما توفره التكنولوجيا المالية، خلال هذه الفترة التي تعتبر مرحلة انتقالية في قطاع الخدمات المالية، في ظل كل هذه الابتكارات والابداعات التكنولوجية المالية التي استطاعت ان تغير من موازين الاعمال المصرفية وكذا المعاملات المالية، مع التركيز على العملاء من خلال اقناعهم بوجود خدمات ومنتجات مالية أكثر مرونة من تلك التي يقدمها النموذج التقليدي.

ان تبني التكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي وخاصة للخدمات المصرفية الإسلامية اضفى جودة وكفاءة عاليتين، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة، فامتلاك القطاع لهذه التكنولوجيا لم يعد هدفا فقط، وانما أضحي وسيلة لإظهار مدى القدرة على التفوق الذي صنعتته شركات التكنولوجيا المالية، التي مكنت البنوك والشبابيك الإسلامية التي تتعامل بمقاصد الشريعة الاسلامية من الاستثمار في تقنيات رقمية جديدة زادت من إيراداتها كهدف استراتيجي تسعى اليه.

تم في هذه الدراسة تقديم نظرة شاملة لمدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، ولقد أتضح أنه يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية عبر أبعاد المزيج التسويقي المصرفي للخدمات الإسلامية، من خلال ما تم توضيحه في الجانب النظري، وما تم التوصل اليه في الجانب التطبيقي الذي كان حول دراسة حالة لعينة، تمثلت في البنوك المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية:

• مصرف السلام الجزائر - فرع بسكرة-

• البنك الوطني الجزائري. شبك الصيرفة الاسلامية - وكالة بسكرة.-

التي تم من خلالها جمع البيانات ومعالجتها واختبار الفرضيات المطروحة، عبر نشر استبيان لموظفيهم، ومحاولة التوصل لمعرفة أثر التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، حيث توصلنا الى مجموعة من النتائج وفق سياق معرفي ومنهجي مرتبط مع الإشكالية محل الدراسة.

نتائج الدراسة:

- تبني وتطبيق التكنولوجيا المالية من طرف البنوك محل الدراسة، هو من اختصاص الإدارة العليا؛
- تمتلك البنوك محل الدراسة للبنى التحتية اللازمة لتبني التكنولوجيا المالية؛
- تضمنت منتجات التكنولوجيا المالية للبنك كافة المعاملات المالية والبنكية؛
- ساهمت التكنولوجيا المالية من تقديم الخدمة البنكية بجودة عالية، كما استطاعت المحافظة على سرية معاملات العملاء وحمايتهم؛
- وفرت البنوك محل الدراسة لعملائها تطبيقات إلكترونية تمكنهم من تنفيذ معاملاتهم المالية؛
- توصلت الدراسة الى وجود أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية؛
- يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير تسعير الخدمات المصرفية الإسلامية؛

- يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية؛
- يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير ترويج الخدمات المصرفية الإسلامية؛
- يوجد أثر للتكنولوجيا المالية في تطوير العناصر الإضافية للمزيج التسويقي للخدمات المصرفية الإسلامية.

المقترحات:

من خلال ما توصلت إليه النتائج، يمكن تقديم مجموعة من المقترحات المساعدة في اسهام التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، والتي ندرجها فيما يلي:

- الاهتمام أكثر بتطبيق التكنولوجيا المالية؛
- إدراك العوائق التقنية التي تتعرض لها البنوك في تطبيق منتجات التكنولوجيا المالية، ومحاولة حلها؛
- تبني برامج حماية وأمن معلوماتية أكثر تطوراً من اجل مواجهة القرصنة البنكية؛
- توفير برامج تدريبية، تكوينية وتأهيلية للموظفين حول تطبيق التكنولوجيا المالية الإسلامية؛
- ضرورة تعريف البنوك عملائها بالتقنيات التي تقدمها التكنولوجيا المالية الإسلامية؛
- وجوب الاستفادة من تجارب البنوك الإسلامية التي خاضت تجارب تبني التكنولوجيا المالية والوقوف عند نجاحاتها.

أفاق الدراسة:

إن هذا البحث لا يقدم رؤية كاملة أو نهائية عن موضوع التكنولوجيا المالية ومدى مساهمتها في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية، ويرجع ذلك لتوسع مفاهيمه، وإمكانية دراسته من جوانب عديدة، وبأبعاد مختلفة. ومما لا شك فيه، أن هناك بعض النقائص التي تحتويها الدراسة، بالإضافة الى الجوانب الهامة التي يجب بقيام دراسات وابحاث حولها، نقتزحها لتكون إشكاليات رئيسية لبحوث ودراسات للتحليل مستقبلا وهي:

- مساهمة التكنولوجيا المالية الإسلامية في تحقيق الجودة المصرفية،
- التكنولوجيا المالية في البنوك (دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والتقليدية)؛
- التكنولوجيا المالية الإسلامية ومقاصد الشريعة الإسلامية؛
- المزيج التسويقي المصرفية الإسلامي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية لدى البنوك الإسلامية؛
- أثر التكنولوجيا المالية في ترقية البنوك الإسلامية الجزائرية؛
- واقع التكنولوجيا المالية في الشبابيك الإسلامية الجزائرية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر

I. القرآن الكريم. رواية ورش عن نافع. (سورة البقرة. الآيات: 168، 275/ سورة النساء. الآيات: 28، 29).

ثانياً: المراجع

أولاً: الكتب

I. باللغة العربية:

1. أحمد النجار. منهج الصحوة الإسلامية (بنوك بلا فوائد). مصر: الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية.
2. أحمد محمود أحمد. تسويق الخدمات المصرفية. عمان-الأردن: دار البركة للنشر. (2001).
3. اخلاص محمد عبد الحفيظ، ومصطفى حسين الباهي. طرق البحث العلمي والتحليل الاحصائي في مجالات النفسية والرياضية. القاهرة: مركز الكتاب. (2002).
4. اياد عبد الفتاح النصور. تسويق المنتجات المصرفية. عمان-الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. (2015).
5. ايمان حسن حنوش. طرق الاحصاء الوصفي. (الإصدار الاولي). عمان/الأردن: دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع. (2009).
6. ايمن صالح اسامة. الاحصاء (اسس ومبادئ). (الإصدار 1). عمان-الأردن: دار النشر والتوزيع. (2013).
7. بشير عباس العلق. تسويق الخدمات. عمان-الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع. (2007).
8. تيسير العجارمة. التسويق المصرفي. (الإصدار 1). الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع. (2005).
9. أبو حفيظة سهى مفيد. انشاء النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية. فلسطين. بيت المشورة.
10. حاتم أبو زائدة. مناهج البحث العلمي. (الإصدار الثانية). (2018).
11. حربي محمد عريقات. سعيد جمعة عقل. إدارة المصارف الإسلامية -مدخل حديث-. عمان-الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. (2010).
12. حسين حسين شحاتة. المصارف الإسلامية بين الفكر والتطبيق. (الإصدار الطبعة الاولي). القاهرة، مصر: مكتبة التقوى. (2006).
13. حسين عبد المطلب الاسرج. دور التكنولوجيا في تطوير المصرفية الإسلامية. لبنان: النشرة المصرفية العربية (اتحاد المصارف العربية). (2014).
14. حيدر يونس الموسوي. المصارف الإسلامية أدائها المالي وأثارها في سوق الاوراق المالية. (الطبعة الاولي). عمان-الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. (2011).
15. خالد أمين عبد الله. حسين سعيد سعيقان. العمليات المصرفية الإسلامية. (الإصدار 01). عمان: دار وائل للنشر. (2008).

16. رشاد العصار. رياض الحلبي. النقود والبنوك. (الإصدار 01). عمان-الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. (2000).
17. رعد حسن الصرن. عولمة جودة الخدمة المصرفية. سوريا: دار الوراق. (2008).
18. زاكي خليل المساعد. تسويق الخدمات وتطبيقاته (الإصدار 01). عمان-الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع. (2003).
19. سامي بن إبراهيم السويلم. التحوط في التمويل الإسلامي. (الإصدار الطبعة الأولى). جدة-المملكة العربية السعودية: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب. (2007).
20. سعد سلمان المشهداني. منهجية البحث العلمي. الإصدار الأولى. الأردن. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. (2019).
21. سليمان ناصر. تطوير صيغ التمويل قصير اجل للبنوك الإسلامية (دراسة تطبيقية حول مجموعة من البنوك الإسلامية). غرداية: نشر جمعية التراء. الطبعة الأولى. (2002).
22. شوقي بورقبة. التمويل في البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية. (الإصدار 01). الأردن: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع. (2013).
23. شوقي بورقبة، هاجر زرارقي. إدارة المخاطر الائتمانية في المصارف الإسلامية (دراسة تحليلية). (الإصدار 01). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع. (2015).
24. صادق راشد الشمري. أساسيات المصرفية الإسلامية. عمان-الأردن: اليازوردي. (2008).
25. طاهر فاضل البياتي،، و ميرال روجي سماره. النقود والبنوك والمتغيرات الاقتصادية المعاصرة. عمان-الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. (2013).
26. عامر ابراهيم قنديلجي. منهجية البحث العلمي (الإصدار اليازوري). (2020).
27. عبد الحليم عمار غربي. مصادر واستخدامات الأموال في البنوك الإسلامية على ضوء تجربتها المصرفية والحاسبية. (الإصدار 01). حماه-سوريا: مجموعة دار الفداء العالمية للنشر والتوزيع والترجمة. (2013).
28. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي. الادارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية. كلية التجارة -جامعة المنصورة-، جدة. البنك الإسلامي للتنمية. المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب. (2004).
29. عبد العزيز أبو نبعة. تسويق الخدمات المتخصصة. (الإصدار 1). عمان-الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع. (2005).
30. عز عبد الفتاح. مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، (بدون دار وتاريخ نشر).
31. علاء فرحان طالب وآخرون. المزيح التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن. (الإصدار 01). عمان-الأردن: دار صفاء للنشر و التوزيع. (2010).
32. علي جمال الدين عوض. عمليات البنوك من الوجهة القانونية. القاهرة-مصر: دار النهضة العربية. (1991).

33. علي عبودي نعمة الجبوري. إدارة المصارف الإسلامية-نظام مالي عادل-. (المجلد الطبعة الاولى). عمان-الاردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع. (2016).
34. عوض بدير الحداد. تسويق الخدمات المصرفية (الإصدار 1). القاهرة -مصر: البيان للطبع والنشر. (1999).
35. فادي محمد الرفاعي. المصارف الإسلامية. بيروت -لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية. (2004)
36. فهد الشريف. الفروع الإسلامية التابعة للبنوك الربوية. دراسة في ضوء الاقتصاد الإسلامي. (بدون دار وتاريخ نشر).
37. فيصل شياد. المصارف الإسلامية والتحديات المعاصرة. (المجلد الطبعة الاولى). الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي. (2015).
38. قادري محمد الطاهر واخرون. (المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول. (الإصدار 1). بيروت-لبنان: مكتبة حسن العصرية للطباعة والنشر والتوزيع. (2014).
39. محمد الوطيان. البنوك الإسلامية. مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع. (2000).
40. محمد بوجلال. المصارف الإسلامية: مفهوما، نشأتها، تطورها مع دراسة ميدانية على مصرف اسلامي. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب. (1990)
41. محمد سرحان علي المحمودي. مناهج البحث العلمي. الإصدار الثالثة. الجمهورية اليمنية. صنعاء: دار الكتب. (2019).
42. محمد صالح المؤذن. مبادئ التسويق. (الإصدار 1). عماد-الاردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع. (2002)
43. محمد فريد الصحن. قراءات في ادارة التسويق. مصر: الدار العالية. (2002)
44. محمود جاسم الصميدغي. ردينة عثمان يوسف. تسويق الخدمات. (الإصدار 1). عمان-الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع. (2010)
45. محمود حسن الصوان. أساسيات العمل المصرف الإسلامي. عمان-الاردن: دار وائل للنشر. (2001).
46. محمود حسين الوادي. حسين محمد سمحان. المصارف الإسلامية -الاسس النظرية والتطبيقات العملية-. (الطبعة الاولى/الطبعة الثانية). عمان-الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. (2007-2008).
47. محي الدين يعقوب ابو الهول. تقييم أعمال البنوك الإسلامية الاستثمارية. الاردن: دار النفائس. (2012).
48. مروان محمد أبو العرابي. الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية. (الإصدار 01). عمان-الاردن: دار تسنيم للنشر والتوزيع. (2002).
49. هاني حامد الضمور. تسويق الخدمات. دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع. (2015).
50. يسري أحمد عبد الرحمان. قضايا إسلامية معاصرة في النقود والبنوك والتمويل. الاسكندرية-مصر: الدار الجامعية. (2001).

ثانيا: الرسائل والاطروحات:

1. اسيا الوافي. ضوابط المصارف الاسلامية للوقاية من الازمات المالية العالمية. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم اقتصادية. باتنة-الجزائر. (2018-2019).
2. امال لعمش. دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية-دراسة نقدية لبعض المنتجات المصرفية الاسلامية-. مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-قسم العلوم التجارية-، سطيف-الجزائر. (2011-2012).
3. بن عيسى النوري. أخلاقيات الممارسة التسويقية في المصارف الاسلامية (دراسة حالة بنك البركة الجزائري). اطروحة دكتوراه الطور الثالث شعبة: علوم تجارية تخصص: الادارة التسويقية. غرداية -الجزائر-. (2021).
4. بن أحمد لخضر. متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر -دراسة الواقع والافاق-. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. جامعة الجزائر 3. (2011-2012).
5. بوحصر رقية. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير (استراتيجية البنوك الاسلامية في مواجهة تحديات المنافسة). جامعة قسنطينة. (2012).
6. بوخلة دنيا. اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية الاسلامية والعوامل المؤثرة في تبنيها. مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر-تخصص تسويق الخدمات-. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- قسم العلوم التجارية-، قالمة-الجزائر. (2020-2021).
7. زيدان محمد. دور التسويق المصرفي في القطاع المصرفي-رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة الجزائر. (2005).
8. عبد السلام طبييل. البنوك الاسلامية في خضم الازمة المالية العالمية الراهنة: واقع وآفاق. رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -جامعة دالي ابراهيم، الجزائر.
9. عبد القادر بربش. التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية-رسالة دكتوراه-العلوم الاقتصادية. الجزائر: جامعة الجزائر. (2006).
10. عبد الكريم حساني. (واقع التسويق في المؤسسة المصرفية). مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير. جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي. الجزائر. (2010-2011).
11. عبد اللطيف الطيبي. التطبيقات المتميزة لتقنيات التمويل والاستثمار في العمل المصرفي الاسلامي من منظور العائد والمخاطرة. مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير. ورقلة، جامعة ورقلة، ورقلة-الجزائر. (2010).
12. ميلود بن مسعودة. معايير التمويل والاستثمار في البنوك الاسلامية. مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير. 25. باتنة-الجزائر. (2007-2008).
13. زين خالف سالم العطيات. تحول المصارف التقليدية للعمل وفق مبادئ الشريعة الاسلامية. اطروحة دكتوراه تخصص المصارف الاسلامية. الاردن، الاردن: الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية. (2007)

ثالثا: المجلات والملتقيات:

1. أسعد حمود السعدون. المصارف الإسلامية وكسب رهان التكنولوجيا المالية مع التطبيق على المصارف الإسلامية بالمملكة العربية السعودية. مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية. (2021).
2. اسماعيل سبيوكر. نجلاء نجاحي. أهمية المنهج الوصفي في البحث في العلوم الانسانية. مقاليد. جامعة قاصدي مرباح. ورقلة. (2019).
3. اميرة مرابطي. وردة سعايدية. تحديات الصيرفة الإسلامية في الجزائر. مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية(04). (2022)
4. ايمان بومود. عواطف مطرف. شافية شاوي. ابتكارات التكنولوجيا المالية ودورها في تطوير أداء البنوك الإسلامية العربية. مجلة روى اقتصادية. (2020)
5. بباس منيرة. فالي نبيلة. الصناعة المصرفية الإسلامية في مواجهة تحديات التكنولوجيا المالية (دراسة حالة ماليزيا ودول مجلس التعاون الخليجي). المجلة الدولية للمالية الريادية. (2020).
6. بخاري فاطنة حنان. دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء البنوك الإسلامية. عرض لتجارب دول رائدة. مجلة البشائر الاقتصادية(02). (2022).
7. بن يعقوب الطاهر. شريف مراد. مفهوم التسويق المصرفي الاسلامي في المصارف الاسلامية من وجهة نظر العملاء بالجزائر. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. (2013).
8. جمال العسالي. سويسسي طه عبد الرحمان. البنوك الإسلامية: قراءة في المبادئ والأسس وأساليب التمويل. مجلة دفاتر اقتصادية. (2013).
9. حيزية بنية. ابتسام عليوش قريوع. تكنولوجيا المعلومات ثورة اقتصادية جديدة دراسة حالة منطقتي الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. (2018).
10. حيمر ليندة. نور الدين شارف. دور التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية (التجربة الماليزية نموذجاً). مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEC). (2022).
11. ذهبية لطرش. سمية حراق. واقع التكنولوجيا المالية في الدول العربية وأهميتها في تعزيز الشمول المالي في المؤسسات المتوسطة والصغيرة. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، (2020).
12. رحمت مورداني. هاري سوسانتو. ابدال شاه. الاستثمار في عملة البتكوين. الخراج. (2023).
13. زبير عياش. آخرون. دراسة تحليلية لواقع التكنولوجيا المالية في البنوك الإسلامية العربية (تطبيقات البلوكتشين نموذجاً). مجلة الاقتصاد المال والاعمال. (2020).
14. سعيدة حرفوش. التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي. افاق علمية. (2019).
15. سعيدة نيس. التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية. مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة. (2022).

16. سليم موساوي. المصرفية الاسلامية في الجزائر (مبررات التحول ومتطلبات النجاح). مجلة الشريعة والاقتصاد. (2018).
17. سليمان ناصر. عبد الحميد بوشرمة. متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر. مجلة الباحث. (2009-2010).
18. شراقة صبرينة. شركات التامين : اتجاه جديد لصناعة تامين متطورة ومتحولة تكنولوجيا (دراسة حالة الشركة الامريكية lemonade). مجلة دراسات العدد الاقتصادي. (2021).
19. صالح مفتاح. معارفي فريدة. الضوابط الشرعية لنوافذ المعاملات الاسلامية في البنوك التقليدية. مجلة العلوم الإنسانية. (2014).
20. عمارة لخضر. أثر المزيج التسويقي بالبنوك الإسلامية على السلوك الشرائي من وجهة نظر متعاملي بنك السلام الجزائري. Revue Algérienne d'Economie et gestion. (2021).
21. عمارية بختي غنية مجاني. دور تكنولوجيا المالية في دعم القطاع المصرفي. مجلة المدير. (2020).
22. غالي بتول عبد العالي. دور تطوير الخدمات المصرفية و خصائصها التسويقية في المصارف التجارية : دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية. مجلة الثغنى للعلوم الاقتصادية. (2017).
23. غربي خليل. دراجي أنيس. ترمجة ايمان. التحليل الفني للعملات المشفرة في ظل تبني ابتكارات التكنولوجيا المالية- البيبتكوين أمودجا-. مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية. (2022).
24. فاروق العاني. دراسة أسباب تحول المصارف التقليدية نحو النموذج الاسلامي. مجلة إسرا الدولية المالية الاسلامية (الأكاديمية العالمية للبحوث الاسلامية). (2012).
25. فاطمة الزهراء سبع. واقع عمل التكنولوجيا المالية في المنظومة المصرفية الإسلامية. مجلة العلوم الإسلامية والحضارة. (2021).
26. لزهاري أ. زاويد. نفيسة د. حجاج. التكنولوجيا المالية ثورة الدفع المالي. الواقع والآفاق. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. (2018).
27. لمياء عماني. وفاء حمدوش. نموذج الاعمال وخلق القيمة في شركات التكنولوجيا المالية. مجلة العلوم الادارية والمالية. (2017).
28. مريم د/قشي. بركان د/ايمان. أثر التكنولوجيا المالية FinTech على الصناعة المالية والمصرفية. التحول الرقمي وأثره على التنمية المستدامة مصر: دار أوبرا جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا. (2021).
29. مليكة بن علقمة. ويوسف سايجي. دور التكنولوجيا المالية في دعم قطاع الخدمات المالية والمصرفية. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. (2018).
30. مها خليل شحاده. التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في المصارف الإسلامية-دراسة في المصالح والمفاسد-. مجلة بيت المشورة. (2022).

31. نور الدين كروش. أسماء بللعماء. زهرة سيد أعمر. مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطورات التكنولوجيا المالية. مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة. (2020).
32. هيو أبو بكر علي. لبن مصطفى رسول. خدمات وأدوات التكنولوجيا المالية في المصارف الإسلامية. مجلة جامعة التنمية البشرية. (2022).
33. هاجر لطرش. اتجاهات الخدمات المالية والمصرفية في ظل التكنولوجيا المالية. ورقة بحث مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الوطني العلمي حول صناعة التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي بالدول العربية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة يحي فارس. المدية. الجزائر. (26 سبتمبر 2019).
34. بوشنافة أحمد. حاجي كريمة. الضوابط والقواعد الشرعية للمعاملات المالية. الضوابط الشرعية للمزيج التسويقي المصرفي الإسلامي. محور المشاركة الضوابط والقواعد الشرعية للمعاملات المالية كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير جامعة بشار. (2011).

رابعاً: المنتديات والتقارير:

1. تقرير صادر عن مركزي ومضة وبيوفرت. التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: توجهات قطاع الخدمات المالية. (2017).
2. تقرير مارمور. مقارنة بين الخدمات المالية التقليدية والابتكارات المعتمدة على التكنولوجيا. فينتك - الابتكارات المالية التقنية. (2019).
3. تقرير. الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية. الكوفة-العراق: جامعة الكوفة -العراق. (2019).
4. المنتدى العالمي للاقتصاد الإسلامي. الأسس الشرعية للفروع الإسلامية في البنوك التقليدية.

خامساً: القوانين والانظمة:

5. بنك الجزائر. النظام 20-02 المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصرافة الإسلامية. الجزائر: بنك الجزائر. (2020).

سادساً: أوراق عمل ومطبوعات:

1. بقلقول الهادي. تحليل البيانات باستخدام برنامج spss. جامعة برج باجي مختار. عنابة. قسم علوم التسيير. (2013).
2. مصادر أموال المصارف واستخداماتها. كلية التسيير والعلوم الاقتصادية والتجارية. جامعة الجلفة. (بدون تاريخ نشر).

II. باللغة الأجنبية:

أولاً: الكتب

1. Lovelock. **Marketing des services** (éd. 6). paris: Pearson Education. (2008).

ثانيا: المجلات والملتقيات:

1. Tahanout Kheira. **Financial Technology Prospects in The Middle East and Africa**. Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE.(2021).
2. Damak, M. Islamic finance outlook. . (2020).

ثالثا: الويبوغرافيا:

1. <https://www.arabictrader.com>
2. <https://www.kfh.bh/bahrain/personal/ways-to-bank/Open-Banking.html>.
3. <http://elearning.centre-univ-mila.dz>.
4. <https://www.arabictrader.com>.
5. <https://www.bna.dz/ar>.
6. <https://www.idnow.io/finance>.
7. <https://www.islamweb.net/ar/fatwa>.
8. <https://www.rain.com/ar/learn/initial-coin-offering-ico>.
9. <https://www.utocat.com>.

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية تخصص الثانية ماستر تسويق مصرفي



استبانة مذكرة ماستر

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته: تحية طيبة وبعد،

الأخ الكريم، الأخت الكريمة

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق مصرفي حول موضوع البحث الموسوم
ب: دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية-دراسة حالة عينة من البنوك المقدمة للخدمات المصرفية
الإسلامية-، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الموجه لموظفي:

- مصرف السلام - فرع بسكرة-؛
 - البنك الوطني الجزائري - وكالة بسكرة.
- ، وهذا بغرض إفادتنا في جمع البيانات ذات الصلة ببحثنا.

وقد تم اختياركم ضمن عينة البحث للإجابة على العبارات الواردة فيه، لذا يرجى من سيادتكم التكرم بالإجابة عن هذه
الأسئلة بموضوعية لما لذلك من أثر كبير على صحة النتائج التي سوف يتوصل إليها البحث.

مع العلم بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ولن يتم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي، ويشرفنا تعاونكم في المساعدة
على الإجابة، كما نشكركم ونوجه لكم أرقى التحيات سلفا على حسن تواصلكم معنا.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق عبارات الاحترام والتقدير.

اشراف: أ.د/ بن إبراهيم الغالي

اعداد الطالبة: لبعل صورية

السنة الجامعية: 2022 - 2023

الملاحق

القسم الأول: البيانات الشخصية

يتعلق هذا الجزء بالبيانات الشخصية لأفراد العينة، ولذا الرجاء منكم وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. الفئات العمرية: أقل من 30 سنة بين 30 - 40 بين 40-50 أكثر من 50
3. المؤهل العلمي: ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا
4. الخبرة المهنية: أقل من 05 سنوات بين 5 الى 10 سنوات بين 10 الى 15 سنة أكثر من 15 سنة
5. الوظيفة المشغولة: إطار سام إطار موظف

القسم الثاني: محاور الاستبيان

✓ المحور الأول (المتغير المستقل): التكنولوجيا المالية؛

تشير التكنولوجيا المالية إلى "الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية".
وفيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس التكنولوجيا المالية في البنك والمطلوب تحديد درجة موافقتك أو عدم موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (x) في المربع المناسب لاختيارك.

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يتم تطبيق المعايير الشرعية الإسلامية في استخدام التكنولوجيا المالية على مستوى البنك.					
02	قرار استخدام منتجات التكنولوجيا المالية من اختصاص الإدارة العليا البنك.					
03	لدى البنك البنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية.					
04	لدى البنك صورة واضحة عن التكنولوجيا المالية والية تطبيقها في تقديم الخدمة المصرفية الإسلامية.					
05	ساهم استخدام التكنولوجيا المالية من تقديم الخدمة المصرفية بجودة عالية.					
06	يواجه البنك عوائق تقنية في تطبيق منتجات التكنولوجيا المالية.					
07	ساهمت التكنولوجيا المالية في زيادة المنافسة بينه وبين البنوك الأخرى المقدمة للخدمات المصرفية الإسلامية.					
08	حافظت التكنولوجيا المالية للبنك على سرية معاملات العملاء وحمايتهم.					
09	يوفر البنك لعملائه تطبيقات إلكترونية تمكنهم من تنفيذ معاملاتهم المالية.					
10	تضمنت منتجات التكنولوجيا المالية للبنك كافة المعاملات المالية والمصرفية.					
11	لدى البنك برامج حامية متطورة ضد عمليات القرصنة المصرفية.					

✓ المحور الثاني (المتغير التابع) : الخدمات المصرفية الإسلامية (المزيج التسويقي للخدمة المصرفية)

الخدمات المصرفية الإسلامية: تشير الخدمات التي تتم ضمن نظام مصرفي يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية من خلال توفير خدمات مالية ومصرفية للعملاء (أفراد أو شركات،)، فهي تركز على العدالة و المساواة بين البنوك والعملاء مع تجنب الربا والفوائد واستبدالها بنماذج مالية متوافقة مع الشريعة الإسلامية، مثل الإيجار والمشاركة في الأرباح والخسائر ، تشمل الخدمات

الملاحق

المصرفية الإسلامية العديد من المنتجات والخدمات، مثل الحسابات الجارية وحسابات التوفير والاستثمار والتمويل العقاري وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والتأمين والاستثمار في الأسهم المتوافقة مع الشريعة الإسلامية".

وفيما يلي مجموعة من العبارات التي تقيس الخدمة المصرفية الإسلامية في البنك، بأبعاد المزيج التسويقي، والمرجو تحديد درجة موافقتك أو عدم موافقتك عنها، وذلك بوضع علامة (x) أمام العبارة التي تناسب اختيارك.

رقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أولاً: الخدمة المصرفية الإسلامية.						
01	يقوم البنك بتقديم خدمات مصرفية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.					
02	الخدمة المصرفية الإسلامية للبنك مقيّدة بتكنولوجيا مالية معينة.					
03	يستخدم البنك ابتكارات التكنولوجيا المالية (الدفع الإلكتروني، العمليات المصرفية الإلكترونية، تقنية التحقق الثنائي العامل -2FA-) في الخدمة المصرفية الإسلامية.					
04	التكنولوجيا المالية تساعد في الوصول إلى الأبداع المصرفي من خلال عمليات الاقراض، التمويل والأدوات المالية المبتكرة.					
05	ساهمت التكنولوجيا المالية في الوصول إلى الشمول المالي لخدمات المصرف.					
06	سمحت تقنيات التكنولوجيا المالية للبنك بتصميم منتجات مصرفية تلاءم كل الشرائح المصرفية.					
07	ساهمت منتجات التكنولوجيا المالية في تطوير خدمات البنك وتعزيز القوى التنافسية.					
08	مكنت التكنولوجيا المالية البنك على التنوع في تقديم الخدمات المصرفية.					
09	ساعدت التكنولوجيا المالية من تقليص وقت تحصيل الخدمات على مستوى البنك.					
ثانياً: التسعير.						
01	منتجات التكنولوجيا المالية مكنت البنك من تحقيق الهدف السعري التسويقي من خلال المنافسة والوصول إلى أكبر عدد من العملاء.					
02	زادت التكنولوجيا المالية من ربحية البنك.					
03	التكنولوجيا المالية خفضت من تكاليف الخدمات المصرفية.					

الملاحق

				تساهم التكنولوجيا المالية للبنك في تحسين تسعير خدمات البنك للمتعاملين الاقتصاديين والعملاء.	04
				يملك البنك تأميناً من المخاطر السعرية جراء استخدام التكنولوجيا المالية.	05
				هناك تفاوتاً في التسعير لدى البنوك التقليدية التي تستخدم تقنيات مالية مقارنة بتلك التي لا تستخدمها.	06
ثالثاً: التوزيع.					
				تساعد التكنولوجيا المالية للبنك على تحسين توزيع الخدمات المصرفية الإسلامية.	01
				حققت التكنولوجيا المالية سهولة إيصال الخدمات المصرفية إلى جميع الزبائن.	02
				وفرت التكنولوجيا المالية خدمات متطورة ومرنة للعملاء من خلال وجود قنوات متعددة للوصول إليها.	03
				طورت التكنولوجيا المالية من جودة وكفاءة توزيع خدمات البنك.	04
				سمحت التكنولوجيا المالية بإيصال خدمات البنك للمتعاملين في ظروف استثنائية (جائحة كوفيد-19).	05
رابعاً: الترويج.					
				يعتمد البنك على نوافذ ترويجية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.	01
				يستخدم البنك تقنيات قنوات اتصال تساعد في جذب عدد أكبر من الأفراد للاهتمام بالخدمات المصرفية الإسلامية.	02
				ساعدت التكنولوجيا المالية في تحسين تواصل البنك مع العملاء بشأن الخدمات المصرفية الإسلامية.	03
				مكنت منتجات التكنولوجيا المالية من التنسيق والتكامل بين عناصر المزيج الترويجي للمصرف.	04
				زيادة الوعي بالخدمات وتعزيز العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء بفضل التكنولوجيا المالية.	05
خامساً: المزيج التسويقي الإضافي.					
				تساهم التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات تقديم الخدمة المصرفية.	01
				لدى البنك هيكل مادية متعلقة بالتكنولوجيا المالية.	02
				تصميم موقع البنك يوضح منتجات التكنولوجيا المالية.	03
				يعمل البنك على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات الخاصة بالتكنولوجيا المالية باستمرار.	04

الملاحق

					يوفر البنك برامج تدريبية وتأهيلية للموظفين حول تطبيق التكنولوجيا المالية.	05
					الموظفون يمتلكون القدرة في الاستجابة لطلبات العملاء من خلال استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية.	06
					التكنولوجيا المالية خفضت من أخطاء الموظفين.	07
					تسهل التكنولوجيا المالية من عملية مراقبة إيصال الخدمات المقدمة للعملاء.	08
					قلل استخدام التكنولوجيا المالية من اقبال المتعاملين على شبابتك البنك.	09

-نشارك لكم حسن تعاونكم-

معامل الثبات

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,949	45

صدق المتغير المستقل

		المحور الأول: التكنولوجيا المالية	الاستبيان ككل
المحور الأول: التكنولوجيا المالية	Corrélation de Pearson	1	,820
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	55	55
الاستبيان ككل	Corrélation de Pearson	,820	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	55	55

صدق المتغير التابع

		المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية	أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية	ثانياً: التسعير
المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية	Corrélation de Pearson	1	,871	,881
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية	Corrélation de Pearson	,871	1	,787
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	55	55	55
ثانياً: التسعير	Corrélation de Pearson	,881	,787	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	55	55	55

الملاحق

ثالثا: التوزيع	Corrélation de Pearson	,810	,639	,667
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000
	N	55	55	55
رابعا: التوزيع	Corrélation de Pearson	,787	,664	,604
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000
	N	55	55	55
خامسا: المزيج التسويقي الإضافي	Corrélation de Pearson	,786	,502	,587
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000
	N	55	55	55

الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	30	54,5	54,5	54,5
أنثى	25	45,5	45,5	100
Total	55	100,0	100,0	

الفئات العمرية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 30 سنة	6	10,9	10,9	10,9
بين 30-40 سنة	36	65,5	65,5	76,4
بين 40-50 سنة	13	23,6	23,6	100,0
Total	55	100,0	100,0	

الملاحق

المؤهل العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي فأقل	5	9,1	9,1	9,1
	جامعي	45	81,8	81,8	90,9
	دراسات عليا	5	9,1	9,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

الخبرة المهنية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 05 سنوات	16	29,1	29,1	29,1
	بين 5 الى 10 سنوات	28	50,9	50,9	80,0
	بين 10 الى 15 سنة	7	12,7	12,7	92,7
	أكثر من 15 سنة	4	7,3	7,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

الوظيفة المشغولة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	إطار سام	5	9,1	9,1	9,1
	إطار	37	67,3	67,3	76,4
	موظف	13	23,6	23,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

المتغير المستقل

	N	Moyenne	Ecart type
يتم تطبيق المعايير الشرعية الإسلامية في استخدام التكنولوجيا المالية في البنك.	55	4,1818	,88382
قرار استخدام منتجات التكنولوجيا المالية من اختصاص الإدارة العليا للبنك.	55	4,4909	,53998
لدى البنك البنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية.	55	4,2182	,80946
لدى البنك صورة واضحة عن التكنولوجيا المالية والية تطبيقها في تقديم الخدمة البنكية الإسلامية.	55	4,1636	,81112
ساهم استخدام التكنولوجيا المالية من تقديم الخدمة البنكية بجودة عالية.	55	4,3273	,74671
يواجه البنك عوائق تقنية في تطبيق منتجات التكنولوجيا المالية.	55	3,6364	1,12815
ساهمت التكنولوجيا المالية البنك الوطني الجزائري في زيادة المنافسة بينه وبين البنوك الأخرى المقدمة للخدمات البنكية الإسلامية.	55	4,1818	,66919
حافظت التكنولوجيا المالية للمصرف على سرية معاملات العملاء وحمايتهم.	55	4,2909	,71162
يوفر البنك لعملائه تطبيقات إلكترونية تمكنهم من تنفيذ معاملاتهم المالية.	55	4,4182	,59910
تضمنت منتجات التكنولوجيا المالية للبنك كافة المعاملات المالية و البنكية.	55	4,2182	,56735
لدى البنك برامج حماية متطورة ضد عمليات القرصنة البنكية.	55	4,1091	,76189
N valide (liste)	55		

متغير التابع

الخدمة المصرفية

	N	Moyenne	Ecart type
يقوم البنك بتقديم خدمات مصرفية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.	55	4,1455	,82593
الخدمة البنكية الإسلامية مقيدة بتكنولوجيا مالية معينة.	55	4,0000	,72008
يستخدم البنك ابتكارات التكنولوجيا المالية في الخدمة البنكية الإسلامية.	55	4,0727	,79009

الملاحق

التكنولوجيا المالية تساعد في الوصول الى الابداع البنكي من خلال عمليات الاقراض، التمويل والأدوات المالية المبتكرة.	55	4,2727	,59175
ساهمت التكنولوجيا المالية في الوصول الى الشمول المالي لخدمات البنك.	55	4,2364	,60747
سمحت تقنيات التكنولوجيا المالية للمصرف بتصميم منتجات مصرفية تلائم كل الشرائح البنكية.	55	4,2364	,66566
ساهمت منتجات التكنولوجيا المالية في تطوير خدمات البنك وتعزيز القوى التنافسية.	55	4,3455	,67270
مكنت التكنولوجيا المالية البنك على التنوع في تقديم الخدمات البنكية.	55	4,3091	,63458
ساعدت التكنولوجيا المالية من تقليص وقت تحصيل الخدمات على مستوى البنك.	55	4,3273	,66818
N valide (liste)	55		

التسعير

	N	Moyenne	Ecart type
منتجات التكنولوجيا المالية مكنت البنك من تحقيق الهدف السعري التسويقي من خلال المنافسة والوصول إلى أكبر عدد من العملاء	55	4,2000	,67769
زادت التكنولوجيا المالية من ربحية البنك.	55	4,2545	,61518
التكنولوجيا المالية خفضت من تكاليف الخدمات البنكية.	55	4,2545	,67270
تساهم التكنولوجيا المالية للبنك في تحسين تسعير خدمات البنك للمتعاملين الاقتصاديين والعملاء.	55	4,2545	,58431
يمتلك البنك تأميناً من المخاطر السعرية جراء استخدام التكنولوجيا المالية.	55	3,9636	,76893

الملاحق

هناك تفاوتاً في التسعير لدى المصارف التقليدية التي تستخدم تقنيات مالية مقارنة بتلك التي لا تستخدمها.	55	4,0364	,74445
N valide (liste)	55		

التوزيع

	N	Moyenne	Ecart type
تساعد التكنولوجيا المالية للبنك على تحسين توزيع الخدمات البنكية الإسلامية.	55	4,3636	,48548
حققت التكنولوجيا المالية سهولة إيصال الخدمات البنكية إلى جميع الزبائن.	55	4,3091	,57325
وفرت التكنولوجيا المالية خدمات متطورة ومرنة للعملاء من خلال وجود قنوات متعددة للوصول إليها.	55	4,1636	,68755
طورت التكنولوجيا المالية من جودة وكفاءة توزيع خدمات البنك.	55	4,3636	,55656
سمحت التكنولوجيا المالية بإيصال خدمات البنك للمتعاملين في ظروف استثنائية (جائحة كوفيد-19).	55	4,3636	,58890
N valide (liste)	55		

الترويج

	N	Moyenne	Ecart type
يعتمد البنك على نوافذ ترويجية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.	55	4,2727	,75656
يستخدم البنك تقنيات قنوات اتصال تساعد في جذب عدد أكبر من الأفراد للاهتمام بالخدمات البنكية الإسلامية.	55	4,4000	,53055
ساعدت التكنولوجيا المالية في تحسين تواصل البنك مع العملاء بشأن الخدمات البنكية الإسلامية.	55	4,3455	,55170
مكنت منتجات التكنولوجيا المالية من التنسيق والتكامل بين عناصر المزيج الترويجي للبنك.	55	4,1273	,69534

الملاحق

زيادة الوعي بالخدمات وتعزيز العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء بفضل التكنولوجيا المالية.	55	4,2545	,58431
N valide (liste)	55		

المزيج الاضافي

	N	Moyenne	Ecart type
تساهم التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات تقديم الخدمة البنكية.	55	4,2727	,52545
لدى البنك هياكل مادية متعلقة بالتكنولوجيا المالية.	55	4,1455	,65030
تصميم موقع البنك يوضح منتجات التكنولوجيا المالية.	55	4,0364	,71915
يعمل البنك على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات الخاصة بالتكنولوجيا المالية باستمرار.	55	4,1636	,71398
يوفر البنك برامج تدريبية وتأهيلية للموظفين حول تطبيق التكنولوجيا المالية.	55	4,1455	,75567
الموظفون يمتلكون القدرة في الاستجابة لطلبات العملاء من خلال استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية.	55	4,1636	,78796
التكنولوجيا المالية خفضت من أخطاء الموظفين.	55	4,0000	,76980
تسهل التكنولوجيا المالية من عملية مراقبة إيصال الخدمات المقدمة للعملاء.	55	4,0727	,74173
قلل استخدام التكنولوجيا المالية من اقبال المتعاملين على شباك البنك.	55	3,9273	,95945
N valide (liste)	55		

الملاحق

المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة

	N	Moyenne	Ecart type	Skewness	
	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Statistiques	Erreur standard
المحور الأول: التكنولوجيا المالية	55	4,2033	,39856	,177	,322
المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية	55	4,2000	,41523	,498	,322
أولاً: الخدمة البنكية الإسلامية	55	4,2162	,46032	,201	,322
ثانياً: التسعير	55	4,1606	,55181	,173	,322
ثالثاً: التوزيع	55	4,3127	,45989	,190	,322
رابعاً: الترويج	55	4,2800	,51439	,174	,322
خامساً: المزيج التسويقي الإضافي	55	4,1030	,52459	,007	,322
N valide (liste)	55				

اختبار الفرضية الرئيسية

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,705	,497	,487	,29734

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,625	1	4,625	52,309	,000
	de Student	4,686	53	,088		
	Total	9,310	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,114	,429		2,598
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,734	,102	,705	7,232

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,012
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000

اختبار الفرضية الفرعية الأولى

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,656	,431	,420	,35057

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,929	1	4,929	40,102	,000
	de Student	6,514	53	,123		
	Total	11,442	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,030	,505		2,038
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,758	,120	,656	6,333

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,047
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000

اختبار الفرضية الفرعية الثانية

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,630	,396	,385	,43275

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,517	1	6,517	34,801	,000
	de Student	9,925	53	,187		
	Total	16,442	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	,497	,624		,796
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,872	,148	,630	5,899

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,429
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,494	,244	,229	,40374

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,782	1	2,782	17,066	,000
	de Student	8,639	53	,163		
	Total	11,421	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,919	,582		3,297
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,569	,138	,494	4,131

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,002
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,548	,301	,287	,43424

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,294	1	4,294	22,772	,000
	de Student	9,994	53	,189		
	Total	14,288	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,306	,626		2,087
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,708	,148	,548	4,772

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,042
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000

الملاحق

اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,551	,304	,291	,44186

ANOVA

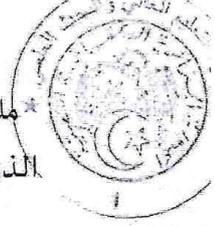
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,513	1	4,513	23,113	,000
	de Student	10,348	53	,195		
	Total	14,861	54			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	
		B	Erreur standard	Bêta	t
1	(Constante)	1,054	,637		1,655
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,725	,151	,551	4,808

Coefficients

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,104
	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	,000



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 27 شهر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله،
السيد(ة): سجل هيو بيبة الصفة: طالب، امتياز، باحث طالب
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 01760966 والصادرة بتاريخ: 2018.04.10
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم البيئية قسم: العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،
عنوانها: دراسة التآكل لورجيا المانحة في تطوير الخدمات المصرفية الإسلامية
دراسة حالة - كمنية من المجلات العلمية ذات الصلة بالخدمات المصرفية الإسلامية
أصبح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023.06.06

توقيع المعني (ة)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في: 16 - 05 - 2023
إلى السيد: مدير البنك الوطني
الجزائري BNA - بسكرة



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
عمادة الكلية
الرقم: 757 / ك.ق.ت.ت / 2023

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالب:

1 - لبعل صورية

المسجل بالسنة: ثانية ماستر تخصص: تسويق مصرفي

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة ب:

" دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الاسلامية "

تحت إشراف: أ.د/ بن براهيم الغالي

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام

عميد الكلية
نائب العميد للدراسات والمسائل التطبيقية
بالتظلمة
د. غربي وهيبية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في: 11 - 05 - 2023
إلى السيد: مدير بنك السلام
وكالة بسكرة



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
عمادة الكلية
الرقم: 705 / ل.ق.ت.ت / 2023

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالب:

1 - صورة لبعل

المسجل بالسنة: ثانية ماستر تخصص: تسويق مصرفي

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة ب:

" دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الاسلامية "

تحت إشراف: أ.د/ بن براهيم الغالي

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام



عميد الكلية
نائب العميد للدراسات والمسائل المرتبطة
بالطلبة
د. غربي وهيبية



جامعة بسكرة
ص.ب 145 ق.ر- بسكرة

