

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

- بسكرة-جامعة محمد خيضر



وعلوم التسيير والتجارية كلية العلوم الاقتصادية

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

تسويق الخدمات المصرفية في المصارف الاسلامية

- دراسة حالة: بنك السلام الجزائري فرع بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

أ. فريد بن عبيد

من إعداد الطالب (ة):

- البار بثينة

- بن بركات هندا لينة

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر -أ-	- د/ نسيب أنفال
بسكرة	مقرا	- أستاذ التعليم العالي	- أ/ بن عبيد فريد
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر-ب-	- د/ قحموش إيمان

الموسم الجامعي: 2021-2022



شكر و عرفان

الحمد لله الذي تواضع كل شيء لعظمته،

الحمد لله الذي ذل كل شيء لعزته، الحمد لله الذي خضع كل شيء لملكه،

الحمد لله الذي استسلم كل شيء لقدرته، الحمد لله وحده لا شريك له والصلاة والسلام على من

لا نبي بعده محمد صلى الله عليه وسلم وبعد:

لا يسعني في هذا المقام و أنا أضع اللمسات الأخيرة في هذا البحث أن أحمده وأشكر الله عز وجل

على توفيقه لي على إتمام هذا العمل.

أتقدم ببالغ الشكر وعظيم امتناني إلى أستاذي الفاضل " بن عبيد فريد " و الاستاذان "محمد قريشي و

رايس عبد الحق " على ما بذلوه من توجيهات سديدة وإرشادات قيمة وما لمستهم من حرصهم على

تنمية البحث العلمي لدي والأمانة العلمية في نقل المعلومة، وأشكرهم شكرا خالصا على تشجيعهم

الدائم ودعمهم لي رغم مسؤولياتهم، كما أسأل الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم وأن

يجزيهم عني خير الجزاء

كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من كان سندا لي في هذه المذكرة وأتمنى لهم التوفيق والنجاح

في حياتهم، وأشكر كل من أعانني ولو بكلمة طيبة

الإهداء

الى من ساندتني في صلاتها و

دعائها ، الى من سهرت الليالي تنير دربي ، الى من تشاركني افراحي و آساتي ، الى نبع العطف و الامان ، الى

اجمل إبتسامه في حياتي ، الى أروع امرأة في الوجود : امي الغالية وسيلة

الى من علمني ان الدنيا كفاح و صلاحها العلم و المعرفة ، الى الذي لم ييخل علي بشيء ، الى الذي سعى لاجل

راحتي و نجاحي ، الى اعظم و اعز رجل في الكون : ابي الغالي عبد الكريم

الى الذين ظفرت بهم هدية من الاقدار اخوة فعرفوا معنى الأخوة: الى اخواتي الأعزاء فاطمة الزهراء و علية سارة و

هديل دون ان انسى ابنة خالتي كاميليا

اقدم اهداء خاص للبرعم الجديد في العائلة الذي أنار حياتنا من جديد الى اجمل هدية جاءت لنا الى اجمل كتوت

قدم الى الحياة : ابنة اختي سلطنة آيلا

الى اخوة انجبتهم لي الحياة الى ازواج اخواتي : محمد و نبيل و فوزي

اقدم اهدائي هذا الى رفيق الدرب و سند الحياة : رفيق دربي علاء الدين

اقدم اهدائي الى خالي العزيز الذي كان سنداً لي في جميع صعوبات الحياة : عبد الحق و زوجته بشرى و ابنائه

وائل و واصل و باسل

الى خالتي العزيزة التي ابتسامتها تشع الحياة : خالتي العزيزة يمونة و زوجها بابا فوزي و ابنائها الاعزاء سناء و

كميليا و طوما و عمار و حنين و احفادها نورهان و سوزان و لؤي و عبد المهيمن و لينة و الين و تيم و ايميلي

و محمد

الى خالتي الغالية التي كانت في مقام ام لي و واجهت معي صعوباتي : خالتي سامية و بناتها العزيزات بسمة و مزيم

و صفاء و ابنها الغالي محمد

الى صديقتي الحبيبة التي كانت عشرة لي في ايامي الصعبة قبل المفرحة الى التي واجهتنا مصاعب الحياة معاً و كنا

سندا لبعضنا : صديقتي بثينة

الطالبة لينة

الإهداء

أهدي تخرجي أولاً إلى سيدي وتاج رأسي "أبي الغالي" الذي كان يرشدني إلى مواصلة مرحلتي التعليمية وكان لي

داعماً معنوياً يرسم لي بناء الحياة للوصول إلى النجاح والتفوق

إلى من علمني معاني الأبوة التي نزلت من نور الطريق إلى مستقبلتي إلى من علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر

والإصرار إلى أعلى من فقدت إلى من تعب من أجلي طوال حياته ولم يشاهد ثمرة جهده

الذي فارقنا منذ أيام قبل تخرجي، هذا الشخص الذي لولاه لما كبرت ولما وصلت إلى هدفي أبي الغالي (محمد)

رحمك الله لو كنت موجوداً معي الآن لكان لتخرجي طعماً آخر

و إلى من وضع الله الجنة تحت أقدامها إلى نبع الحب التي حفر اسمها على جدار قلبي إلى من سهرت الليالي من

أجل راحتي إلى منبع الطيبة والحنان أمي الحبيبة الغالية (جميلة)

إلى أعز هدية أهداني إياها الله إلى من شاركوني الحياة بملوها ومرها و وقفوا معي في كل خطوة أخوتي (غنية

,الخنساء, السعيد, سلامة, هشام, مختار, الصدق, سيف, جوهر)

إلى سعادة البيت أبناء أخوتي (ضياء , الطاهر, أيمن, تيتا, أروى, شدان, ردينة, رائد, خليل, عبد الرحمان, كوثر

,وتين, معين)

إلى أروع من جسد الحب بكل معانيه فكان السند و العطاء قدم لي الكثير في صور الصبر و أمل و محبة وتشجيع

لن أقول شكراً بل سأعيش الشكر معك دائماً زوجي العزيز عبد الرحمان و والديه الكريمين حفظهما الله

إلى جميع صديقاتي و أخص بالذكر الأخت لينة و التي كانت معي يد بيد في الحياة و الدراسة و نعم الصديقة

الطالبة بثينة

الملخص:

استطاعت البنوك الاسلامية تحقيق نجاحات كبيرة , و اكبر دليل على ذلك هو اقبال عدد كبير من المسلمين عليها و التعامل معها و ذلك للنجاح الكبير و الارقام التي تم احصؤها لعدد و حجم اصولها , بالرغم من ذلك نجد انه يبقى حجم البنوك الاسلامية محدود و خبرتها قليلة , و هذا شكل تهديدا خطيرا على مستقبلها , خاصة مع لجوء الكثير من البنوك التقليدية المعروفة عالميا الى فتح فروع اسلامية تتماشى مع متطلبات عملائها المسلمين و هذا قد يؤدي إلى عدم تعاملها بالربا , فلا بد على المصارف الاسلامية ان تبني سياسات و استراتيجيات لتطوير خدماتها و تحسينها بما يلي حاجات و رغبات عملائها المتجددة.

حيث نجد ان عناصر المزيج التسويقي السبعة ضروري حتى تمكن المصرف من تحقيق مكانة له في السوق المصرفية المستهدفة من قبله و ذلك مانجده في دراسة مصرف السلام الجزائري في بسكرة.

للتسويق المصرفي اهمية كبيرة في المصارف الاسلامية و ذلك لما له من دور في التعرف على جل المتغيرات التي تنطوي عليها البيئة التي يعيش فيها المصرف و التغيرات التي تحدث في سلوك المستهلك و التي تتميز بالتطور السريع و المستمر وكذلك تصرفات المنافسين.

يمكن القول ان البيئة التي التي يعيش فيها بنك السلام الجزائري هي بيئة تزخر بكثير من الفرص التي يجب استغلالها احسن استغلال , خاصة وان السوق الجزائرية غير مشبعة , اضافة لضعف المنافسة فيها . بالرغم من كل هاته الفرص نجد ان هناك تهديدات يمكن ان تشكل خطرا على استمرارية المصرف . و باعتبار مصرف السلام الجزائري مصرفا اسلاميا حديثا يواجه ما تواجهه باقي البنوك الاسلامية الاخرى , فانه هو الاخر ملزم بالسعي الى التكيف مع تلك التغيرات . كما ان التغيرات التي تشهدها المؤسسة يحتم عليها ضرورة تبني المزيج التسويقي حيث يختلف هذا الخيز في الخدمات عنه بالنسبة للسلع.

الكلمات المفتاحية: التسويق المصرفي، المصارف الاسلامية، مصرف السلام الجزائري

Abstract:

Islamic banks have been able to achieve great successes, and the biggest evidence of this is that a large number of Muslims turned towards to them and deal with them, due to the great success and the numbers that were counted for the number and size of their assets, despite that, we find that the size of Islamic banks remains limited and their experience is few , and this posed a serious threat to its future, especially with the resort of many internationally known traditional banks to open Islamic branches in line with the requirements of their Muslim clients, and this may lead to their non-dealing with usury. Islamic banks must adopt policies and strategies to develop and improve their services, including It meets the needs and desires of its customers.

Where we find that the seven elements of the marketing mix are necessary in order for the bank to achieve its position in the banking market targeted by it, and this is what we find in the study of the Algerian Salam Bank in Biskra. Banking marketing is of great importance in Islamic banks, because of its role in identifying most of the variables involved in the environment in which the bank lives and the changes that occur in consumer behavior, which are characterized by rapid and continuous development, as well as the behavior of competitors. It can be said that the environment in which the Algerian Al Salam Bank lives is an environment full of many opportunities that must be exploited to the best advantage, especially since the Algerian market is not saturated, in addition to the weak competition in it. Despite all these opportunities, we find that there are threats that could pose a threat to the continuity of the bank.

As the Algerian Al Salam Bank is a modern Islamic bank that faces what the rest of the other Islamic banks are facing, it is also obligated to strive to adapt to these changes. Also, the changes that the institution is witnessing make it necessary to adopt the marketing mix, as this good differs in services from that in relation to goods.

Key words: Banking Marketing, Islamic Banks, Algerian Salam Bank

قائمة الجداول:

- جدول 01: جدول يوضح خدمة دار السلام لامتلاك منزل. 69
- جدول 02: جداول توضح الرسوم والعملات لامتلاك منزل لمصرف السلام الجزائري 70
- جدول 03: جدول يوضح خدمة دار السلام لتوسيع او بناء منزل 72
- جدول 04: جداول توضح الرسوم والعملات لتوسيع او بناء منزل لمصرف السلام الجزائري 73
- جدول 05: جدول يوضح خدمة السلام ايجار لامتلاك منزل. 74
- جدول 06: جدول يوضح خدمة تمويل الاستغلال لمصرف السلام 76
- جدول 07: جدول يوضح خدمة التسليم للمستندي لمصرف السلام 78
- جدول 08: جدول يوضح خدمة الكفالة لمصرف السلام 79
- جدول 09: جدول يوضح الشروط المطبقة للرسوم والعملات على عمليات التجارة الخارجية 80
- جدول 10: جدول يوضح حسابات الاستثمار لمصرف السلام 85
- جدول 11: جدول يوضح حسابات التوفير والادخار لمصرف السلام 87
- جدول 12: جدول يوضح الحسابات الجارية لمصرف السلام 88
- جدول 13: جدول يوضح خدمة ما قبل التوطين E-PREDOM لمصرف السلام 90
- جدول 14: جدول يوضح خدمة الاعتماد المستندي لمصرف السلام 91
- جدول 15: جدول يوضح خدمة السلام مباشر للافراد لمصرف السلام 92
- جدول 16: جدول يوضح خدمة السلام سمارتبكنج للشركات لمصرف السلام 93
- جدول 17: جدول يوضح خدمة السلام سمارتبكنج للافراد لمصرف السلام 94

105	جدول 18: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.....
108	الجدول 19: معاملات الصدق والثبات
109	جدول 20: الإتجاه العام لإجابات العملاء عينة الدراسة عن عبارات تسويق الخدمات المصرفية.....
	جدول 21: الإتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات واقع تطبيق تسويق الخدمات المصرفية
112	الاسلامية.....
115	جدول 22: اختبار الفرضية الرئيسية
115	جدول 23: اختبار الفرضية الفرعية الاولى:
116	جدول 23: اختبار الفرضية الفرعية الثانية:
116	جدول 24: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:
116	جدول 25: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:
117	جدول 26: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

قائمة الأشكال:

- الشكل رقم 01: يمثل قوى البيئة الخاصة 28
- الشكل رقم 02: يمثل قوى البيئة العامة 29
- شكل رقم 03: للهيكل التنظيمي لبنك السلام الجزائري 46
- شكل 04: شكل يوضح صيغة المشاركة في مصرف السلام الجزائري 51
- شكل 05: شكل يوضح صيغة المضاربة في مصرف السلام الجزائري 53
- شكل 06: شكل يوضح صيغة السلم الذي يطبقه مصرف السلام الجزائري 55
- شكل 07: شكل يوضح صيغة الإجارة المطبقة في مصرف السلام الجزائري 57
- شكل 08: شكل يوضح صيغة التمويل بالمراجعة في مصرف السلام الجزائري 60
- شكل 09: شكل يوضح صيغة التمويل البيع بالتقسيط في مصرف السلام الجزائري 62
- شكل 10: شكل يوضح صيغة التمويل الاستصناع في مصرف السلام الجزائري 65
- شكل 11: شكل يوضح صيغة التمويل بالبيع الاجل في مصرف السلام الجزائري 66
- شكل 12: شكل يوضح خدمات مصرف السلام الجزائري 68
- شكل 13: شكل يوضح اهم التحديات والعوائق التي تواجه مصرف السلام الجزائري 101

مقدمة

تعد المؤسسات المصرفية عصب الحياة الاقتصادية فهي المحرك الاساسي لأي نظام اقتصادي كما تلعب دورا كبيرا في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تجميع الموارد المالية وتوجيهها الى المجالات المختلفة للاستثمار، فاليوم يشهد المجال المصرفي تطورا مستمرا في جميع المجالات سواء تقنيا او ماديا وذلك مواكبة للتطور التكنولوجي الهائل خاصة المصرفي منه، فتدويل العمل المصرفي وخلق شبكة الانترنت جعل السرعة والجودة في تقديم الخدمات المصرفية السبيل الجيد لكسب العملاء، الامر الذي جعل معظم او كافة المؤسسات المصرفية تحذوا حذو التطور ضامنة بذلك ميزة تنافسية ومكانة في السوق المصرفي.

وتكون المؤسسات المصرفية في مجموعها حلقة تتفاعل داخلها شتى مجالات النشاط الاقتصادي، وهذا يعني ان نمو واتساع هذا النشاط يؤدي الى زيادة اهمية المؤسسات المصرفية واتساع مجال نشاطها وتعدد خدماتها.

ونظرا للدور الذي تقوم به المؤسسات المصرفية في اقتصاديات الدول فان كفاءتها في القيام بأنشطتها ووظائفها سينعكس ايجابا او سلبا على تحقيق التنمية في تلك الدول مما يتطلب من هذه البنوك ان تعمل على زيادة فعاليتها وذلك من خلال الرفع من مستوى كفاءتها وتبسيط اجراءات سير عملها والارتقاء بمستويات اداء موظفيها، بما ينعكس على تحسين وتطوير خدماتها المصرفية وتحقيق احتياجات عملائها ورغباتهم وتحقيق رضا الزبون والمحافظة عليه وعليه فان هذا الامر حتم على البنوك والمصارف التوجه الى تبني فكرة التسويق المصرفي في عملها لأنه نشاط ديناميكي حركي متعدد الجوانب متغلغل التأثير ومتشعب الابعاد يهدف الى ايجاد اساليب وطرق تسمح بمعرفة حاجات ورغبات الزبائن ومن ثم اشباعها.

كما يشمل التسويق المصرفي تسويق الخدمات المصرفية حيث انه حلقة وصل بين عمليتي الانتاج والاستهلاك، حيث يشمل تسويق الأنشطة التجارية المختلفة التي تتضمنها عملية تدفق السلع والخدمات من اماكن وجودها وانتاجها الى اماكن استهلاكها، فالتسويق يعد جزءا من عملية الانتاج، لأنه يضيف منفعة جديدة الى السلع والخدمات، ويعد التسويق من اقدم نواحي النشاط الاقتصادي الانساني، وقد ازدادت الحاجة اليه في هذا العصر بسبب الثورة الصناعية وما ترتب عليها زيادة التخصص وتقسيم العمل، وانتاج الحجم الكبير الذي بدوره ادى الى ظهور فائض في الانتاج الذي يحتاج الى اسواق لتصريفه.

وتعد المصارف الاسلامية مؤسسات مالية لا تختلف عن غيرها من المؤسسات المالية، من حيث نماذجها القانونية، واهدافها، ووسائلها الى تلك الاهداف، الا بالقدر الذي تقتضيه الصفة المخصصة لها بالصفة الاسلامية فهي قد الزمت نفسها ضمن الحدود الشرعية، وقد جاءت شريعة الاسلام لتجعل هذا دائما في الطيبات ما يغني عن الخبائث، وفي الحلال ما يغني عن الحرام، ومن هذه المنطلقات تبدأ المصارف الاسلامية بممارسة نشاطها الاقتصادي ضمن اطر معينة وقواعد محددة. ولعل اهم القواعد الشرعية التي ينطلق منها عمل المصارف الاسلامية الذي يقوم على قواعد خاصة للمال والملكية، تقرر ان الله تعالى هو مالك كل شيء، وان الانسان مستخلف على هذه الملكية، وان المال وسيلة وليس سلعة، وان الملكية اداة وليست غاية، وبالتالي فان الانتاج مردوده مقترن بالعمل الذي يشارك بالربح ويحتمل الخسارة، وان المال يجب ان يكتسب بالحلال، وان الزكاة فريضة، والارث حق.

ومن أما الربا والاسراف، الغش، والاحتكار، والاستغلال فجميعها حرام. ومن هنا يمكن التعرف على كيفية عمل المصارف الاسلامية وكيفية تسويق خدماته، والتفريق بين الربح والربا، حيث ان المصارف كانت لا تزال تركز على معدل الفائدة الذي يمثل قاعدتها الرئيسية في تحقيق الربح وكما هو معروف فان معدل الفائدة في الاسلام يعتبر ربا محرما في التعامل به اخدا وعطاءا.

ان هذا الامر خلق كثيرا من الاحراج لدى المسلمين عند تعاملهم مع هذه البنوك، وكان دافعا مباشرا في ظهور البنوك الاسلامية تقوم في معاملاتها على اسس شرعية، محاولة بذلك تجنب كل ما يمس بهذه الاخيرة، ولما كانت هذه البنوك تتميز بطابع الحدائث، ولجهد الناس بما على الرغم من حاجتهم اليها، كان لزاما عليها اكثر من غيرها في ان تتبنى مفهوم التسويق المصرفي من اجل تعريف هؤلاء بخدماتها وجذبهم اليها وبالتالي توسيع نطاق سوقها وتنوع خدماتها بما يستجيب لمتطلباتهم المحتملة هذا فضلا عن مواجهة المنافسة من قبل غيرها من البنوك التقليدية.

اشكالية البحث:

استنادا الى ما سبق عرضه تتجلى معالم اشكالية هذا البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي خصائص بنك الاسلامي، وناهي طبيعة الخدمات التي يقدمها؟

- ما هو التسويق المصرفي، و اهم مراحل تطوره ؟

- ماهي عناصر المزيج التسويقي المصرفي ، و ماهي استراتيجيات المتبعة لضمان نجاح المزيج التسويقي في مواجهة التغييرات البيئية؟

- هل يمكن تطبيق المفاهيم النظرية للخدمات المصرفية على ارض واقع المصارف الإسلامية ؟

- هل هناك وعي وإدراك للأفراد العاملين في مثل هذه المصارف بأهمية التسويق المصرفي للخدمات؟

فرضيات البحث:

كإجابة مبدئية عن هذه الاسئلة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

-ضعف الاهتمام لتسويق الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية

-معظم الخدمات التي تقدمها المصارف الاسلامية هي خدمات تقدمها المصارف التقليدية مكيفة وفقا للأسس

الاسلامية ، يعني انها لم تصل بعد الى مرحلة ابتكار خدمات جديدة

-ان غياب المختصين حالاً دون اهتمام الافراد العاملين في المصارف الاسلامية

- ان تسويق الخدمات المصرفية له اهمية كبيرة في زيادة فعالية المصارف الاسلامية، شريطة المعرفة التامة في التحكم به و معرفة تسييره

اهمية واهداف البحث:

اهمية هذا البحث تاتي من اهمية المصارف الإسلامية و انتشارها التزايد في الوطن العربي و في كافة انحاء العالم، و التطورات التي تمر بها تعد سريعة مقارنة بالمصارف التقليدية التي بدا العمل فيها منذ 1157م بمدينة البندقية في ايطاليا، اما بالنسبة للمصارف الإسلامية فقد بدا اول عمل مصري بالظهور في ماليزيا 1940 م بحيث انشا صناديق للادخار دون فائدة.

ان التطور السريع للمصارف ادى الى التطور السريع في خدماته التسويقية التي ساعدته في كثير من اعماله المصرفية ووفقا للشريعة الاسلامية مما جعل هذا ازاء على المصارف التقليدية في الوطن العربي والاسلامي.

وهذا البحث يضع بين يدي القارئ كل الخدمات المصرفية الاسلامية مقارنة بالخدمات الغير المصرفية بأعمال المصارف الإسلامية.

مبررات اختيار الموضوع:

رغبة الطالبتين في تناول مواضيع تخص التسويق الاسلامي وانواع خدماته في المصارف الإسلامية

-اهمية موضوع تسويق الخدمات المصرفية.

-ندرة دراسة موضوع خدمات المصارف الإسلامية.

حدود الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى تبيان واقع التسويق في البنوك الاسلامية، وهذا يعني ان البنك المعني بهذه الدراسة هو بنك السلام. مستثنين كافة البنوك الاسلامية الاخرى العاملة خارج الجزائر.

يتم حصر هذه الدراسة اكثر في فرع من فروع بنك السلام هو فرع موجود على مستوى ولاية بسكرة ورمزه () ضمن فروع بنك السلام الجزائري.

صعوبات البحث

ندرة الكتب أو الدراسات التي تعالج الموضوع بشكل مباشر.

صعوبة الحصول على المعلومات الميدانية، وعدم اكتراث المسؤولين بأهمية الموضوع، حيث كان لهذا الأمر تأثير كبير على مدة وطريقة إنجاز هذا البحث، إذ ساهم ذلك في عدم تناولنا لبعض جوانبه التي نتمنى أن تكون نقطة انطلاق لبحوث أخرى مستقبلاً

مصرف دبي الإسلامي

الذي تأسس في عام 1975، أكبر بنك إسلامي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وشركة مساهمة عامة. ومدرج في سوق دبي المالي ويقود البنك تطور قطاع التمويل الإسلامي العالمي، وهو أول بنك إسلامي متكامل الخدمات وثالث أكبر بنك إسلامي على مستوى العالم. ويدير البنك حالياً شبكة تضم 90 فرعاً في دولة الإمارات العربية المتحدة، ولديه حضور ضمن سبعة أسواق حول العالم، ويعمل على توسيع حضوره من أجل تعزيز نمو وتطور القطاع. يقدم البنك خدماته لقرابة 1.7 مليون متعامل، ويوفر لقاعدة متعامليه المتنامية مجموعة متزايدة من المنتجات والخدمات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية. فضلاً عن كونه أول وأكبر بنك إسلامي في دولة الإمارات العربية المتحدة، يتمتع بنك دبي الإسلامي بحضور عالمي قوي كلاعب رئيسي في تعزيز الخدمات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية عبر أسواق مختلفة حول العالم. وقد أسس بنك دبي الإسلامي باكستان المحدود، وهو شركة مملوكة بالكامل لبنك دبي الإسلامي وأول بنك إسلامي في باكستان يقدم الخدمات المصرفية البنلانية وخدمات الأولوية المصرفية، بالإضافة إلى محفظة واسعة ومتنوعة من قنوات التوزيع البديلة. ويشكل إطلاق بنك بانين دبي الشريعة في إندونيسيا مطلع عام 2017 أول دخول للبنك إلى منطقة الشرق الأقصى، ويمتلك البنك حوالي 40% من أسهم البنك الإندونيسي. وفي شهر مايو 2017، منح البنك المركزي الكيني بنك دبي الإسلامي ترخيصاً لتأسيس فرع له في كينيا، تحت اسم بنك دبي الإسلامي كينيا المحدود. يتمثل الهدف الرئيسي للبنك في جعل التمويل الإسلامي معياراً ثابتاً، بدلاً عن كونه بديلاً للتمويل التقليدي بالنسبة للشركات والمتعاملين حول العالم. وقد حصل على العديد من الجوائز المرموقة التي تعتبر دليلاً راسخاً على مساهماته في مختلف المجالات بما يشمل الخدمات المصرفية للأفراد والشركات والخدمات المصرفية الاستثمارية، فضلاً عن خدماته الاستشارية ومساهماته في مجال المسؤولية الاجتماعية. ومما يدل على مكانته الرائدة في قطاع التمويل الإسلامي، حصد بنك دبي الإسلامي لقب أفضل بنك إسلامي في العديد من المناسبات المرموقة. وفي عام 2017، فاز البنك بالجائزة العالمية الإسلامية للأعمال في نسختها الأولى في المنطقة، والتي تم تقديمها خلال الدورة 23 من حفل جوائز التميز لقطاع الأعمال

مصرف قطر الاسلامي:

تأسس عام 1982 كأول مصرف إسلامي في قطر، مصرف قطر الإسلامي (المصرف) هو أكبر مصرف في القطاع خاص في البلاد، يمتلك 22 فرعاً وأكثر من 170 جهاز صراف آلي. كما يستحوذ حالياً على حوالي 40% من قطاع الصيرفة الإسلامية

مقدمة

في البلاد. ويعد المصرف ثاني أكبر البنوك في قطر بحصة سوقية تتجاوز 11% من الموجودات والتمويل والودائع. كما حاز المصرف على تصنيف ائتماني A+ من كاييتال انتلجانس، و A1 من موديز، و A- من فيتش و A- من ستاندرد آند بورز.

يقدم المصرف خدماته في السوق المحلية من خلال شبكة فروع حديثة منتشرة في جميع أنحاء قطر. كما توفر الفروع الأساسية مراكز متخصصة تضم مدراء علاقات متمرسين في تقديم خدمات لشرائح محددة من العملاء: مراكز الخدمات المصرفية الخاصة، مراكز خدمات التميز، إلى جانب المراكز الخاصة بالسيدات.

ويعتبر المصرف مجموعة مستقرة، تغطي خدماته جميع شرائح الأسواق المالية وتلبي كافة احتياجات العملاء، بما في ذلك الأفراد، والمؤسسات الحكومية، والشركات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يوفر حلولاً مصرفية مبتكرة ومتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

وتمتلك مجموعة المصرف حصصاً في عدد من شركات الخدمات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في قطر ومنها كيو إنفست، وهي مؤسسة مصرفية استثمارية تابعة للمصرف، والشركات الزميلة: شركة الضمان للتأمين الإسلامي “ييمه” (المختصة في تقديم برامج التكافل) وشركة الجزيرة للتمويل (شركة تمويل استهلاكي).

وللمجموعة حضور في الأسواق الرئيسية مما يمكنها من تلبية حاجة عملائها بالخارج بتقديم برامج وخدمات متوافقة مع الشريعة الإسلامية. ويملك المصرف QIB-UK، وهي مؤسسة مالية تابعة للمصرف تأسست عام 2008 لتلبية جميع الاحتياجات المالية للأفراد والشركات القطرية في المملكة المتحدة. كما يمتلك المصرف حضوراً في لبنان من خلال بيت التمويل العربي هذا بالإضافة إلى فرع في السودان.

يتبنى المصرف استراتيجية نمو تهدف لتعزيز مكانته ودوره كمصرف إسلامي رائد يتمتع بعلاقات قوية مع عملائه، وشراكات مهمة مع المجتمعات المحلية. وتتماشى الاستراتيجية التي يتبناها المصرف بشكل وثيق مع رؤية قطر الوطنية 2030، ومع التزام الحكومة في الاستثمار في البنية التحتية للبلاد، وتنويع الاقتصاد، وتطوير قطاع خاص قوي ومستدام.

بذل المصرف جهوداً كبيرة ليصبح مؤسسة خدمية تعمل بشكل فعلي على مدار الساعة وتوفر لعملائها إمكانية إتمام معظم معاملاتهم المصرفية اليومية رقمياً عبر تطبيق جوال المصرف، والخدمات المصرفية عبر الانترنت، من أي مكان ودون الحاجة إلى زيارة أي من فروع المصرف.

كما قام المصرف خلال السنوات الماضية بتكريس جهوده نحو التحوّل الرقمي لتطوير التجربة المصرفية لعملائه. وقد أطلق المصرف الكثير من الخدمات والميزات المبتكرة لمنح العملاء من مختلف الشرائح، تجربة مصرفية سهلة وآمنة وأمنة. وقام المصرف باستبدال نظام الخدمات المصرفية الأساسي، وطور منصة رقمية جديدة متعددة القنوات لتلبية الاحتياجات المصرفية للعملاء من الأفراد والشركات. كما أطلق المصرف عملية تحول رقمي واسعة لتسهيل استخدام جميع المنتجات والخدمات الأساسية، وتسريعها وجعلها أكثر ملائمة للعملاء. وقد عمل المصرف على تسريع وتيرة الاستثمار في القنوات الرقمية من خلال توفير

خدماته عبر تطبيق جوال المصرف الحائز على عدة جوائز، والخدمات المصرفية عبر الانترنت للعملاء من الأفراد والشركات، وأجهزة الصراف الآلي والايدياع النقدي، وأجهزة الصراف التفاعلية ITM بالإضافة إلى مركز اتصال حائز على العديد من الجوائز في المنطقة.

البنك الاهلي الكويتي

منذ تأسيسه في عام 1967 واصل البنك الأهلي الكويتي تطوره وارتقى ليصبح واحدا من أهم المصارف الكويتية الرائدة التي تقدم مجموعة متكاملة من الخدمات والمنتجات المالية والمصرفية.

ويقدم البنك الأهلي الكويتي حاليا خدمات مصرفية متكاملة ومتنوعة لقطاع الأفراد والشركات عبر كافة الأسواق التي يعمل بها في دولة الكويت ودولة الإمارات العربية المتحدة وجمهورية مصر العربية. وقد اعتمد البنك على تسهيل خدماته المصرفية من خلال تبسيط المعاملات والإجراءات المصرفية وتطوير علاقاته الوطيدة مع عملائه.

ولدى البنك الأهلي شبكة واسعة من الفروع في دولة الكويت تصل إلى 29 فرعا موزعة في كافة المناطق المهمة، ولديه فرعان في دبي وأبو ظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة بالإضافة إلى فرع في مركز دبي المالي العالمي (DIFC) لتقديم خدمات مصرفية للشركات.

في عام 2015 استحوذ البنك الأهلي الكويتي على بنك بيريوس في جمهورية مصر العربية. وخلال الثلاث سنوات الماضية توسع البنك الأهلي الكويتي - مصر في شبكة فروعه لتصل حاليا إلى 44 فرعا لتقديم كافة الخدمات المصرفية لقطاع الأفراد والشركات.

كما أدت طموحات البنك الإقليمية على المدى البعيد إلى إقامة تحالفات استراتيجية مع شركاء ومؤسسات مالية عالمية مثل طيران الإمارات حيث تم استخدام العلامة التجارية المشتركة بنجاح كبير على البطاقات الائتمانية للبنك الأهلي والتي تتيح لحاملها كسب العديد من أميال الطيران في برنامج "سكاي وادز" على رحلات طيران الإمارات عن طريق استخدام بطاقاتهم الائتمانية.

وبالإضافة إلى العمليات المصرفية المقدمة للأفراد، حقق البنك نجاحا كبيرا على الجانب التجاري، حيث ركزت إدارة الخدمات المصرفية للشركات على تمويل قطاع المقاولات والبناء والعقارات والقطاع التجاري وذلك من خلال تقديم القروض وخطابات الائتمان (L/C) وخطابات الضمان (L/G) وخدمات التمويل. أما إدارة الخزائنة والاستثمار، فقد ساهمت بتقديم خدمات فعالة في الصرف الأجنبي وأسعار الفائدة وخدمات استشارية في مجال الأسواق بالكويت ومنطقة الخليج والأسواق الدولية.

ومن خلال شركته التابعة وهي شركة أهلي كابيتال للاستثمار يقدم البنك لعملائه مجموعة واسعة من الخدمات المالية مثل إدارة الأصول والمحافظ وإدارة الثروات والاستثمار المصرفي وخدمات الحفظ والخدمات الاستشارية. كما تتولى

الشركة إدارة الصندوق الأهلي الكويتي والصندوق الأهلي الخليجي، وهما من الصناديق عالية الأداء التي تحقق عوائد

مقدمة

ممتازة عن طريق الاستثمار في أسواق الأوراق المالية بدولة الكويت ومنطقة دول مجلس التعاون الخليجي. وقد كان أداء البنك الأهم لي الكويتي محل اعتراف وتقدير من المؤسسات الدولية التي تهتم بتقييم الصناعة المصرفية،

حيث حصد الأهلي العديد من الجوائز ومنها جائزة "أفضل تحول بالصناعة المصرفية في الشرق الأوسط" من يورو موني Euromoney ، وجائزة "صفقة العام" من مجلة ذا بانكر "Banker The"، التابعة لمجموعة الفايننشال تايمز

العالمية كما حصد البنك جائزة "أفضل بنك للخدمات المصرفية للأفراد في الكويت" من مجلة آسيان بانكر "Banker Asian"، ومن بين الجوائز الأخرى التي حصل عليها البنك "جائزة أفضل بنك للخدمات المصرفية المقدمة للأفراد

خلال العام" من مجلة ذا يورو بيان "European The"، وجائزة "أفضل بنك تجاري في الكويت" من مجلة بانكر

ميديل إيست "ME Banker"، وجائزة "أفضل رب عمل خلال العام" "Year the of Employer" من مؤسسة

نسيبا NASEBA. وجائزة "بنك العام" من مجلة أريبيان بزنس، كما قامت مجلة جلوبال فاينانس Finance Global بإدراج البنك الأهلي الكويتي ضمن قائمة البنوك الخمسين الأكثر أمانا في منطقة الشرق الأوسط لعامي 2017 و2018.

واستمر البنك في المحافظة على تصنيفاته الائتمانية القوية الصادرة عن وكالات التصنيف العالمية، بالدرجة "A2" من

موديز (Moody's) والدرجة "A+" من فيتش (Fitch).

وخلال الخمسين عاما الماضية، حقق البنك الأهلي الكويتي نموا كبيرا ليصبح واحدا من أهم البنوك الرائدة والتي تحظى

بتقدير العملاء في المنطقة. ومن خلال رؤيته الإقليمية الواضحة للريادة القوية وتبسيط الأعمال المصرفية والتركيز

المتواصل على التجديد والابتكار والاستثمار في الخدمات والمنتجات المصرفية وتحديث الأنظمة التكنولوجية، أصبح

البنك من المعالم البارزة في مجال الأعمال المصرفية في الشرق الأوسط وهو في وضع قوي يمكنه من الاستمرار بهذا

النهج في المستقبل.

الفصل الأول: الإطار النظري للتسويق في المصارف الإسلامية

المبحث الأول: ماهية المصارف الإسلامية

أصبحت المصارف الإسلامية حقيقة واقعة ليس في الأمة الإسلامية فحسب، ولكن أيضا في جميع بقاع العالم . ومقدمة بذلك ففكر اقتصاديا ذا طبيعة خاصة . الامر الذي يتطلب التعرض لنشأتها ومفهومها واهدافها وكذا اهم خصائصها.

المطلب الأول: نشأة وتعريف المصارف الإسلامية

اعتمد المصارف الإسلامية منذ نشأتها على التعامل بالفوائد اخذا وعطاء، لذا فكر عدد من علماء الاقتصاد والشريعة المسلمون ان لا يكون هناك حرمان من التنمية والاستثمار بسبب حرمة الفوائد (الربا).

وباجتهادات الكثير من العلماء والمفكرين المسلمين ظهرت فكرة المصارف الإسلامية التي تقوم بدور الوسيط المالي دون اللجوء الى الفوائد اخذا وعطاء وانطلاقا من الآية الكريمة الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَىٰ اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿سورة البقرة-275﴾.

اولا: نشأة المصارف الإسلامية:

ظهرت فكرة المصارف الإسلامية منذ منتصف الثلاثينيات من القرن العشرين حيث كانت ثمرة للصحوة الإسلامية والتي دعت الى ضرورة التخلي عن التعامل مع المصارف التقليدية التي يتركز نشاطها اساسا على الربا، كما انه لا يجوز للمسلمين التعامل بها مع مؤسسات لا تعبأ باستثمار اموال عملائها في أنشطة حرمتها الشريعة الإسلامية وفي هذا الاطار كانت هناك محاولات جادة لوضع نموذج للمصرف الإسلامي وذلك بالاستفادة من خبرات المصارف الإسلامية في مجالات لا تتعارض مع الشريعة الإسلامية.

ومن اهم المراحل التي مرت بها هذه المصارف في انشائها وتطورها الى الشكل الحالي في مرحلتين هما:

المرحلة 1: من عام 1963 الى عام 1975-

-المرحلة 2: من عام 1977 الى غاية يومنا هذا

1-المرحلة 1: من عام 1963 الى 1975

تتميز هذه المرحلة في نموها البطيء في انتشار المصارف الإسلامية، حيث ظهرت في هذه المرحلة اربعة مصارف اسلامية فقط وتتمثل هذه المصارف في المصارف الادخار المحلية، مصرف ناصر الاجتماعي، مصرف دبي الاسلامي، المصرف الاسلامي للتنمية وقد يرجع هذا السبب في ذلك الى كون الفكرة حديثة ويلزمها الوقت من اجل تقبلها واستيعابها هذا من جهة، والخيرة من جهة اخرى، وذلك من اجل تجسيدها بالشكل الصحيح على ارض الواقع (عادل الحسيني، 1996، صفحة 30).

حيث شملت هذه المرحلة المحطات التالية:

أ - كانت اول تجربة للمصارف الاسلامية هي تجربة " مصارف الادخار المحلية " عام 1963 بمدينة ميت غمر التابعة لمحافظة الدقهلية بمصر، وتمت هذه التجربة تحت اشراف الدكتور احمد النجار حيث قامت فكرة هذه المصارف على جمع الاموال من المزارعين المصريين واستثمارها في بناء السدود واستصلاح الاراضي بغية تقاسم الارباح بين الاطراف المشاركة. (بوجلal، 1990، صفحة 46).

ب- في عام 1970 تقدم وفد من مصر وباكستان كل على حدا الى المؤتمر الثاني لوزراء الخارجية الاسلامي المنعقد في كراتشي (باكستان) باقتراح انشاء مصرف اسلامي دولي او اتحاد دول للمصارف الاسلامية (عادل الحسيني، 1996، صفحة 32). وقد قام خبراء من 18 دولة إسلامية بدراسة المشروع وتقديم تقرير ينص على ضرورة تطوير نظام اسلامي بديل للنظام الربوي (بوجلal، 1990، صفحة 48).

ج- في عام 1971 تم تأسيس مصرف ناصر الاجتماعي حيث نص قانون انشائه على عدم التعامل بالفائدة الربوية اخذا وعطاء، وقد نالت التجربة اهتماما كبيرا لدرجة ادراجها على جدول اعمال اجتماع الوزراء خارجية الدول الاسلامية سنة 1972. (الرفاعي، 2004، ص22).

- في عام 1973 طرحت فكرة اقامة المصارف الاسلامية التي تقوم بتقديم خدمات مصرفية متكاملة في اجتماع وزراء الدول الاسلامية وقد نالت هذه الفكرة القبول في هذا الاجتماع، حيث تقرر وضعها حيز التنفيذ وقد ساهمت الندوات الأكاديمية لنيل الماجستير والدكتوراه والكتب الجامعية في اثراء هذه التجربة وارساء قواعدها اثناء تنفيذها. (الرفاعي، 2004، صفحة 22).

هـ- و في عام 1975 تم تأسيس مصرفين، الاول هو مصرف دبي الاسلامي الذي يعتبر البداية الاولى للعمل المصرفي الاسلامي، اما الثاني فهو المصرف الاسلامي للتنمية. (عادل الحسيني، 1996، صفحة 34).

2-المرحلة 2: تمتد من 1977 حتى الان

تميزت هذه المرحلة بالنمو المتزايد والسريع للمصارف الاسلامية، فاصبح لا ينقضي عام الا بتأسيس مصرف اسلامي على الاقل حيث كانت بداية هذه المرحلة بإنشاء مصرف فيصل الاسلامي المصري ومصرف فيصل الاسلامي السوداني وبيت التمويل الكويتي عام 1977 ثم تلاها المصرف الاسلامي الاردني للتمويل والاستثمار عام 1978، وتم انشاء المصرف العربي الاسلامي الدولي عام 1997 (محمود و حسني ، 2007، صفحة 38).

وما يلاحظ الان ان الصناعة المصرفية في تزايد مستمر، حيث وصل عدد المصارف والمؤسسات المالية الى اكثر من 267 مؤسسة عام 2001 في حين بلغ حجم الاصول في المصارف الاسلامية والشركات الاستثمارية فقط حوالي 262 مليار دولار حسب بيانات صادرة عن المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية. (قوصي، 2005، صفحة 40).

2- مفهوم المصارف الاسلامية:

هناك العديد من المفاهيم للمصارف الاسلامية نذكر منها ما يلي:

المصارف الإسلامية مؤسسات نقدية مالية . تعمل على جذب الموارد النقدية من افراد المجتمع، وتوظيفها توظيفاً فعالاً، يكفل توظيفها توظيفاً فعالاً، يكفل توظيفها ونموها وفق القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية وبما يخدم شعوب الأمة على تنمية اقتصادياتها (الخصيري م.، 1990، صفحة 17).

وايضاً يعد المصرف الإسلامي مؤسسة مصرفية لتجميع الاموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع التكافل الإسلامي ويحقق عدالة التوزيع ووضع المال في المسار الإسلامي. (عيد، 2007، ص 398).

اما عن الصوان فقد عرفه على انه " مؤسسة مالية نقدية تعمل على جلب الموارد النقدية من افراد المجتمع وتوظيفها وفقاً لاحكام الشريعة الإسلامية بشكل يضمن نموها ويحقق هدف التنمية الاقتصادية والتقدم الاجتماعي للشعوب والمجتمعات الإسلامية " (الصوان، 2001، ص 197)

كما يعرفه ايضا الدكتور عبد الرحمن يسري بانه " مؤسسة مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها ونشاطاتها الاستثمارية وادارتها لجميع اعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها وكذلك باهداف المجتمع الإسلامي داخليا وخارجيا. " (يسري، 2003، ص 38).

من خلال ما تم عرضه من التعاريف، يمكن القول ان المصارف الإسلامية لا تتوقف تسميتها بذلك على كونها لا تتعامل بالفائدة، لانه لو كان الامر كذلك فانه الاجدر ان تسمى بمصارف لا تتعامل بالفائدة وكفى وانما لا بد وان تتبنى في جميع معاملاتها الاسس والضوابط الشرعية.

وعليه فان المصارف الإسلامية هي مؤسسات مالية نقدية، تسعى الى تعبئة الموارد وتوظيفها في مشاريع تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، ملتزمة في ذلك بعدم التعامل بالربا اخذاً وعطاءً، وتحقق التنمية الاقتصادية والرفاهية للمجتمع الإسلامي.

المطلب الثاني: أهداف المصارف الإسلامية:

جميع المجتمعات الإسلامية تحتاج في تعاملاتها المالية جهاز مصرفي يعمل طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية ويقوم بحفظ أمواله واستثمارها، بالإضافة إلى التمويل اللازم للمستثمرين بعيداً عن شبهة الربا، وفي سبيل تحقيق رسالة المصارف الإسلامية، فإن هناك العديد من الأهداف التي تؤدي إلى تحقيق تلك الرسالة نذكر منها:

أولاً: الأهداف المالية: تتمثل فيما يلي:

1. جذب الودائع وتميئتها: يعد هذا الهدف من أهم أهداف المصارف الإسلامية حيث يمثل الشق الأول من عملية الوساطة المالية. وترجع أهمية هذا الهدف إلى أنه يعد تطبيقاً للقاعدة الشرعية والأمر الإلهي بعدم تعطيل الأموال واستثمارها بما يعود بالأرباح على المجتمع الإسلامي وأفراده. ويمثل استثمار الأموال الشق الثاني من عملية الوساطة المالية، وهو الهدف الأساسي للمصارف الإسلامية حيث تعد الاستثمارات ركيزة عمل المصارف الإسلامية، والمصدر الرئيسي لتحقيق الأرباح سواء للمودعين أو المساهمين. وتوجد العديد من صيغ الاستثمار الشرعية التي يمكن استخدامها في المصارف الإسلامية لاستثمار أموال المساهمين والمودعين، على

أن يأخذ المصرف الاسلامي في عين الاعتبار عند استثماره للأموال المتاحة تحقيق التنمية الاجتماعية. (حري و سعيد ، 2010، صفحة 95)

2. استثمار الأموال: يعتبر هدفا أساسيا للمصارف الإسلامية، حيث يعد ركيزة العمل في المصرف الإسلامي، والمصدر الرئيسي لتحقيق الأرباح سواء للمودعين أو المساهمين، وتوجد شرعية التي يمكن استخدامها في المصارف الإسلامية، لاستثمار العديد من صيغ الاستثمار ال أموال المساهمين والمودعين.

3. تحقيق الأرباح: وهي ناتج عملية الاستثمارات والعمليات المصرفية التي تنعكس في صورة أرباح موزعة على المودعين وعلى المساهمين، ويعد تحقيق الربح من الأهداف الرئيسية للمصرف الإسلامي، وذلك حتى يستطيع المنافسة والاستمرار في السوق المصرفي (لعمش، 2011-2012، صفحة 10).

ثانيا: الأهداف الخاصة بالمتعاملين:

1. تقديم الخدمات المصرفية: يقوم نجاح المصرف الإسلامي على تقديم الخدمات المصرفية بجودة عالية للمتعاملين، وقدرته على جذب العديد منهم، وتقديم الخدمات المصرفية المتميزة لهم في إطار أحكام الشريعة الإسلامية ويعد ذلك نجاحا للمصارف الإسلامية وهدفا رئيسيا لإدارتها.

2. توفير التمويل للمستثمرين: المصارف الإسلامية جزء من المنظومة المصرفية ومنافسا للمصارف التقليدية، وبالتالي هي ملزمة بتمويل أصحاب العجز، من خلال أساليب تمويلية متنوعة، تتوافق وضوابط المعاملات المالية الإسلامية وبالتالي تلبية احتياجات العملاء المختلفة (لعمش، 2011-2012، صفحة 11).

3. توفير الأمان للمودعين: من اهم شروط وعوامل نجاح المصارف مدى ثقة المودعين بالمصرف، ومن أعظم عوامل الثقة في المصارف:

- توفر سيولة نقدية دائمة لمواجهة احتمالات سحب ودائع العملاء خصوصا الودائع تحت الطلب دون الحاجة إلى تسهيل أصول ثابتة.
- توفير التمويل اللازم للمستثمرين من جهة أخرى.

ثالثا: الأهداف الداخلية:

1. تنمية الموارد البشرية

2. تحقيق معدل النمو

3. الانتشار جغرافيا واجتماعيا

رابعاً: أهداف ابتكارية:

1. ابتكار صيغ التمويل

2. ابتكار وتطوير الخدمات المصرفية

المطلب الثالث: خصائص المصرفية الإسلامية

هناك العديد من خصائص المصارف الإسلامية نذكر منها ما يلي:

1- استبعاد التعامل بالفائدة:

النهج الاقتصادي في الإسلام بهذا الصدد موقف محدد وحاسم لا لبس فيه هو (لسقلم الفائدة الربوية من كل عملياته اخذا وعطاء) وتعد هذه الخاصية المعلم الرئيسي والاول للمصرف الاسلامي وبدونها يصبح هذا المصرف ربوي وذلك لان الاسلام حرم الربا بكل اشكاله وشدد العقوبة عليها. (البعلي واخرون، 1990، ص 17)

2- توجيه كل جهة نحو الاستثمار الحلال:

من المعلوم ان المصارف الاسلامية مصارف تنموية بالدرجة الاولى ولما كانت هذه المصارف تقوم على اتباع منهج الله والمتمثل بأحكام الشريعة الاسلامية لذا فإنها وفي جميع اعماله تكون محكمة بما احله الله والتقيد بذلك بقاعدة الحلال والحرام التي يحددها الاسلام مما يترتب عليه ما يلي:

- توجيه الاستثمار وتركيزه في دائرة لنتاج السلع والخدمات التي تشبع الحاجات السوية للإنسان المسلم.

- تجري ان يقع المنتج سلعة كانت او خدمة في دائرة الحلال.

- تجري ان تكون كل اسباب الانتاج (اجور-نظام عمل) منسجمة في دائرة الحلال.

- تحكيم مبادا احتياجات المجتمع ومصلحة الجماعة قبل النظر الى العائد الذي يعود على الفرد. (رحيم الهيتي، 1990، صفحة 193).

3- تصحيح وظيفة راس المال في المجتمع:

ترفض المصارف الاسلامية المتاجرة في النقود، فهي لا تقترض او تقرض نقودا وانما تقدم تمويلا عينيا بحيث لا مجال لاستخدامه في غير الغرض الذي طلب من اجله (الحنفي، 2002، صفحة 66)

4- التمسك بالقاعدة الذهبية:

تمثل هذه القاعدة في قاعدة الحلال والحرام (مصطفى، 2005، ص 52).

حيث تعمل المصارف الاسلامية على تطهير معاملاتها المصرفية من كل ما يخالف الشريعة الاسلامية مع الالتزام بالموجهات الاسلامية الاخرى والتي تتمثل في:

ا- قاعدة الغنم بالغرم: اي ان الحق في الربح بقدر بقدر الاستعداد لتحمل المخاطر. (الصوان، 2001، صفحة 90).

ب-الالتزام بقاعدة الخراج بالضمان اي ان الذي يضمن أصل الشيء جاز له ان يحصل على ما تولد عنه من عائد " (الصوان، 2001، صفحة 90).

5-تجنب التراكمات النقدية:

تحرم الشريعة الاسلامية بيع الديون ويقصد ببيع الديون تحويلها او تظهيرها لشخص ثالث والغاء الدين او جزء منه فيما بين دائن ومدين فهذا من الاحسان الذي حث عليه القران الكريم: (و وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) سورة البقرة، الآية 280. بغير قيمة اسمية، بغض النظر عن موعد استحقاقها لان اي فارق بين القيمة الاسمية والقيمة الحالية التي يباع بها يعتبر من الربا المحرم ومنه فان المصارف الاسلامية لا تستطيع الدخول في تراكمات للاصول النقدية كما يحدث في العالم اليوم بين المصارف التقليدية كما لاحظ الاقتصادي " موريس البييه " ان هذه الشركات تفوق جدا التمويل المباشر الذي يقدم للقطاع الحقيقي في الاقتصاد وهو قطاع الانتاج والتداول وتؤدي هذه الشركات الى خلق ما يسمى على لسان " موريس البييه " بهرم المقلوب وهب طبقات تمويلية بحثة من اصول نقية متراكمة على قاعدة صغيرة من السوق الحقيقية، وهو من اهم اسباب اضطرابات والتارجح في الاقتصاد الغربي اليوم وكل هذا لا تقع فيه المصارف الاسلامية ولا يخضع له النظام الاقتصادي الاسلامي لانها من شريعة لدن حكيم خبير (ابراهيم واخرون، 2000، ص 190).

5-الصفة الاجتماعية للمصرف الاسلامي:

ان اهم اركان المصارف الاسلامية والتي تميزها عن غيرها هو اقامة صندوق زكاة وادارته شرعيا ومصرفيا، وذلك لان الزكاة فريضة دينية ملزمة تعالج كثيرا من مشاكل المجتمع فهي ضرورة واجبة للتكافل الاجتماعي والاسلامي كما ان الصفة الاجتماعية للبنك الاسلامي تفرض عليه ان يدخل المكاسب الاجتماعية والمكاسب النفسية في حساباته عندما يدير مشروعات لانه بدون هذه النظرة للمسؤولية تفقد المصارف الاسلامية الكثير من العناصر المميزة (الحفناوي و وآخرين، 1998، صفحة 380).

6-الصفة الايجابية للمصرف الاسلامي:

ان المصرف الاسلامي يتمتع بالاجابية والمبادرة والخلق، ويجب ان يشجع هذه الصفات في المجتمع الاسلامي ويقضي على نزاعات التواكل والسلبية والاعتماد على الغير والتي تشجعها المصارف الربوية هذه الصفات تنتشر في الدول الاسلامية النامية، وتستطيع المصارف الاسلامية القضاء عليها (سلطان، 2005، صفحة 66).

المبحث الثاني: وظائف وتحديات المصارف الاسلامية

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الاسلامية:

تنوعت مفاهيم الخدمات بحسب المجال أو المجالات التي تتصل به، فهناك خدمات اجتماعية، وأخرى مصرفية، وأخرى سياحية، وقد تجمع بين أكثر من مجال. وتعتبر الخدمات المصرفية Banking Services مكونا هاما من مكونات العمل في

أي مصرف، بل إنها غدت من أكثر الأنشطة التي تنال الاهتمام والتطوير، حتى أضحت ميداناً رئيسياً للتنافس فيما بين المصارف، ويقوم الفكر المصرفي المعاصر على تطوير الخدمات المصرفية، بحيث تكون وسيلة وهدفاً في الوقت ذاته؛ إذ تعد الخدمات من أهم الأنشطة المصرفية التي تهتم المصارف بتصميمها وتطويرها لجذب العملاء؛ لما تشكله هذه الخدمات من مصدر ربحية مغر لإدارات المصارف، فهي تهدف إلى تحقيق جانب من الإيرادات نتيجة أداء الخدمة، كما أنها في الوقت ذاته أداة لجذب أكبر عدد من المتعاملين سواء في نظم الودائع أو في نظم التوظيف والاستثمار التي يمارسها المصرف، وهو ما يؤدي بشكل غير مباشر إلى تحقيق إيرادات أكبر للمصرف، والخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية لا تخالف هذا الفهم، فهي تعتبر وسيلة الخدمة المتعاملين وتلبية حاجاتهم ورغبتهم، وبما يساعد على جذب متعاملين جدد مع المحافظة على المتعاملين الحاليين، وذلك بالنسبة للإيداعات أو للتوظيفات.

وهنا لا بد من التأكيد أن المصارف في العصر الحديث أصبحت تتدخل في حياة العميل اليومية ومجال نشاطه لترى احتياجاته، وتطور خدماته التقليدية، أو تبتكر خدمات جديدة تلبي احتياجات العميل وتساعد في نشاطه مما أدى إلى سرعة تطور الخدمات المصرفية، حيث ازدهرت الخدمات المالية والمصرفية في المجتمعات المتقدمة. والمتبع لتاريخ الخدمات المصرفية ونشأتها يلحظ مدى الترابط بينها، وبين الاستقرار في المجتمعات وتطور أنشطتها الاقتصادية. (رائد وجميل، د.س، صفحة 5)

المطلب الثاني: خدمات المصارف الإسلامية ومميزاتها

تتكون خدمات المصارف الإسلامية من عنصرين أساسيين نذكرها كما يلي:

الفرع الأول: تعبئة الموارد

الفرع الثاني: صيغ التمويل

حيث تقدم المصارف الإسلامية خدماتها من خلال جمع الموارد ومن ثم استخدامها في مسالكها الشرعية.

الفرع الأول: تعبئة الموارد

تسعى البنوك الإسلامية إلى حشد وتعبئة الموارد باعتبارها مستلزمات تمكنها من القيام بمهامها المختلفة حيث تقسم هذه الموارد أو المصادر إلى نوعين وهي مصادر داخلية ومصادر خارجية

أولاً: المصادر الداخلية: تتمثل هذه المصارف في رأس مال المصرف، الاحتياطات، الأرباح المحتجزة، المخصصات.

أ- رأس مال المصرف:

ويتمثل الاموال المدفوعة من المساهمين حيث يتم بواسطته تجهيز المصرف حتى يتمكن من القيام بعمله، كما له دور اخر ويتمثل في تمويل عملائه في بداية نشأة المصرف وهو بمثابة ضمان المودعين في حالة تعرض المصرف للخسارة (الرفاعي، 2004، صفحة 100).

ب-الاحتياطات:

وتتمثل في الاموال المقتطعة من الارباح الصافية للمصرف، حيث تعد مصدرا من مصادر التمويل الذاتي وهي الاخرى تعتبر بمثابة ضمان لصالح المودعين، تتسن بالمرونة وقابلية التعديل باعتبار ان المصرف يستطيع الاضافة اليها او الخصم منها (الرفاعي، 2004، صفحة 113).

و هي على انواع مثلا نجد الاحتياطات الخارجية، الاحتياطات القانونية، الاحتياطات النظامية... الخ.

و عليه فان دور الاحتياطات في المصارف يتلخص في دعم مركزها المالي والمحافظة على سلامة راسمالها وعلى ثبات قيمة ودائعها وموازنة ارباحها. (الرفاعي، 2004، صفحة 100).

ج-الارباح المحتجزة:

وهي تلك الارباح الفائضة او المتبقية بعد اجراء عملية توزيع الارباح الصافية للمصرف او الشركة المالية على المساهمين. (الصوان، 2001، صفحة 119).

د-المخصصات:

هي مبالغ مقتطعة من الارباح لمواجهة مخاطر محتملة الحدوث مستقبلا كخطر عدم السداد او خيانة الامانة او اعسار بعض الشركاء وعدم كفاية ضماناته والتزاماته لدى المصرف وغيرها.. الخ حيث تعتبر مخاطر عمليات الاستثمار من اهم المخاطر التي توجه اليها هذه المخصصات. (المغربي ع،، 2004، صفحة 99).

و من هذت يمكن التمييز بين نوعين لها وهما: مخصصات الاهتلاك، مخصصات المؤونات.

ثانيا: المصادر الخارجية:

وهي مختلف الودائع التي يضعها العملاء في المصرف، حيث تعرف الوديعة المصرفية بأنها تلك الاموال التي يعهد بها الافراد او الهيئات الى المصرف، على ان يتعهد المصرف برد مساو لها اليهم او نفسها لدى الطلب او بالشروط المتفق عليها، ومن اهم هذه المصادر اذكر منها:

أ- الحسابات الجارية:

تعد الحسابات الجارية احدى اهم الموارد بالنسبة للمصارف الاسلامية، وان كانت نسبة التعامل على هذه الحسابات والاقبال عليها اقل منها من المصارف الاخرى الغير اسلامية ويرجع هذه الى طبيعة المرحلة، واختلاف عميل المصارف الاسلامية عن عميل المصارف الاخرى.

وتقوم المصارف الاسلامية بتقديم خدمة الحسابات الجارية الى عملائها من الافراد والشركات، حيث يقوم العميل بفتح الحساب الجاري الدائن وايداع المبالغ التي يرغب في ايداعها كإمانة تحت الطلب، وعلى المصرف ان يحتفظ بها في صورة سائلة لتكون تحت تصرف العميل.

والاصل في خدمة الحسابات الجارية هو خدمة العملاء الذين يقومون بممارسة أنشطة اقتصادية وغير اقتصادية تحتاج الى التعامل بالشيكات والى تسوية التزاماتهم وادائها بهذه الطريقة فضلا عن اشباع دوافع اخرى عديدة من بينها مايلي:

- 1- المحافظة على الاموال من مخاطر السرقة والضياع والحريق...
- 2- تقليل تكاليف حماية هذه الاموال وحراستها وتحميلها للمصرف.
- 3- ضمان وفرتها وسيولتها وتوفيرها عند الحاجة.
- 4- متابعة ارصدها والحصول على بيان وتخطيط الانفاق منها.
- 5- اداء الالتزامات الدورية وغير الدورية والتي تستحق استخدام اوامر الدفع المصرفية والتعليمات المستدبة والمؤقته للمصرف لتنفيذ ذلك باقل التكاليف واسرع الوسائل.
- 6- تاكيد المركز المالي وتقوية السمعة المالية.

ان الحسابات الجارية لا يدف عنها عائد، لان الاصل ان تظل ارصدها بدون استثمار لمواجهة احتياجات السحب على هذه الارصدة او المبالغ المودعة في الحسابات وخاصة ان عميل الحساب الجاري لا يميل الى استثمار مبالغه ومن هنا توجه أنظمة الحسابات الجارية في المصارف الاسلامية الى اشباع دوافع السيولة واليسر في المعاملات التي يتطلبها نظام التشغيل الخاص بهذا العميل من حيث حصول العميل على دفتر الشيكات للسحب من حسابه الجاري لبراء معاملاته مع الغير مع موجبه، فضلا عن تيسير نشاطه التجاري والاستثماري بموجب هذه الشيكات التي حصل عليها من المصرف. (الخضيرى م.، 1990، الصفحات 101-108).

ب- الودائع الادخارية:

وهي عادة ما تكون صغيرة الحجم ويضعها اصحابها في المصرف بغرض الادخار والتوفير لمتطلبات المستقبل او الحالات الضرورية غير المتوقعة (مصطفى، 2005، ص52). حيث يعطي اصحابها دفتر توفير ويمكن لهم سحبها عند حاجتهم لها، او اخذ باذن من ادارة المصرف وذلك على حسب الشكل الذي تاخذه هذه الودائع فني:

- حالة عدم تفويض صاحب الوديعة للبنك باستثمار وديعته، فان هذه الودائع تاخذ شكل الودائع الجارية حيث يمكن له سحبها كلها او جزء منها في اي وقت، ولا يحصل اصحابها علة مقابل او ارباح لانها تعتبر بمثابة قرض يضمن للبنك الاسلامي ارجاعه بنفسه او بمثله. (مصطفى، 2005، ص52)

- اما في حلة تفويض صاحب الوديعة للمصرف باستثمارها فان المصرف الاسلامي هنا يخير صاحب هذه الوديعة بين ان يودعها بشكل كامل في حساب الاستثمار او جزء منها. (احمد، 2005-2006، صفحة 77).

ج- الودائع الاستثمارية:

هي ودائع يضعها اصحابها بقصد الربح لاموالهم وتنقسم الى نوعين (حسانين، 1993، صفحة 197):

1- الاليداع على التفويض: حيث يوع العميل المبلغ في المصرف عن طريق فتح حساب الاستثمار باسمه ويحول المصرف باستثمار هذا المبلغ في اي من المشروعات التي يراها المصرف مناسبة من الناحية القانونية والشرعية سواء محليا او خارجيا. ويكون هذا الحساب لاجال مختلفة ولا يجوز لصاحب هذه الوديعة ان يقوم بسحبها او جزء منها قبل نهاية المدة المحددة لذلك وياخذ الاستثمار بهذه الوديعة حكم المضاربة الشرعية.

2- الاليداع بدون تفويض: ويطلق عليه حساب الاستثمار بدون تفويض. وفي هذا النوع من الحساب يختار العميل مشروعات من المشروعات التي يريد لن يستثمر فيها امواه التي اودعها وله ان يحدد المدة. ومن هذا الاستثمار يستحق العميل نصيبه من الارباح في هذا المشروع الذي اختاره ويطلق على هذا النوع المضاربة المقيدة. (المصري، 1988، صفحة 39).

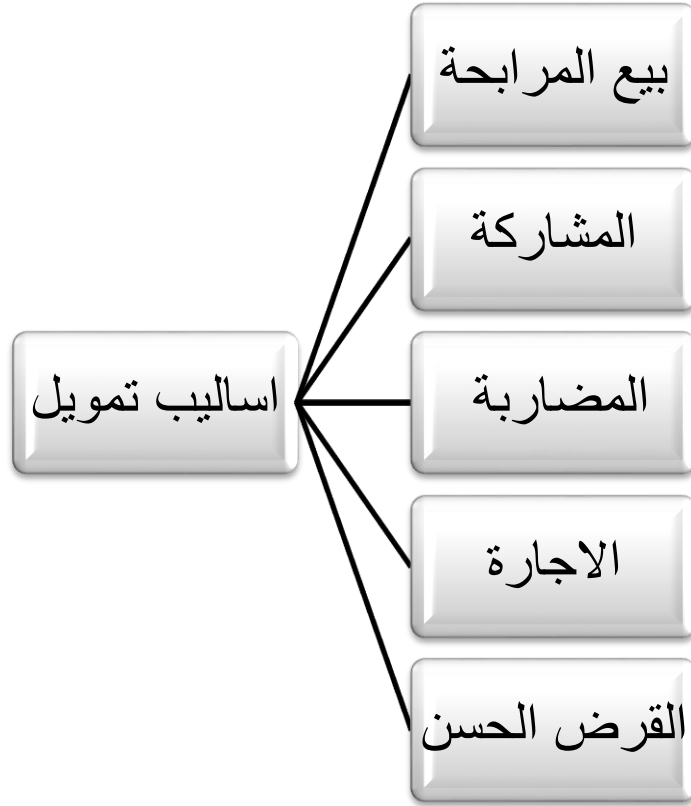
ولا يمكن لاصحاب هذه الحسابات سحب ودائعهم سواء بكاملها او جزء منها الا بعد انقضاء المدة المحددة للوديعة (اي عند حلول تاريخ استحقاقها)، ويتحمل اصحاب هذه الحسابات نتيجة الاستثمار مهما كانت، وفقا لمبدأ الغنم بالغرم والخراج بالضممان، حيث تمثل هذه الحسابات مصدر مهم من مصادر الاموال بالنسبة للمصارف الاسلامية باعتبارها تشكل الحسابات الجارية حوالي 10 بالمئة. (المغربي ع.، 2004، صفحة 119).

الفرع الثاني: صيغ التمويل

يعتبر التمويل الاسلامي نظام تمويل بديل، يختلف جذريا عن النظام التقليدي الذي فشل في حل إشكالية تمويل المشاريع المصغرة. وفي هذا السياق جاء موضوع بحثنا ليسلط الضوء على هذا النوع من التمويل، باستعراض الجوانب النظرية والعملية له.

والتي مكنتنا في الأخير من القول بأن التمويل الإسلامي قادر على حل مشاكل التمويل التي تعاني منها المشاريع المصغرة، وذلك باستخدام جملة من صيغ التمويل و. للتمويل الإسلامي أشكال وأساليب عديدة تعد بدائل التمويل الربوي ولكل أسلوب من هذه الأساليب طبيعته التمويلية الخاصة. فهناك أساليب لا تؤدي إلى خلق الدين وهي تعرف بالأساليب القائمة على المديونية.

وقد لخصنا في القول في العديد من المباحث اساليب التمويل كما يلي:



اولا: صيغة المشاركة:

تعتبر صيغة التمويل بالمشاركة من اهم صيغ التمويل في المصارف الاسلامية باعتبارها الصيغة الاستثمارية الاساسية المجسدة لاهداف ومبادئ الاقتصاد الاسلامي وتحقيق العدالة بين طرفي التعامل (المصرف وزبائنه) واستخدام هذه الصيغ على تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين المواطنين.

وهي الصيغ التي يكون فيها العائد المتولد عنها متغيرا، حيث تتمثل في:

أ-المشاركة:

هي تقديم المصرف والزبون المال بنسب متساوية او متفاوتة من اجل انشاء مشروع جديد او المساهمة في مشروع قائم بحيث يصبح كل واحد منهما ممتلكا حصة بنسبة معلومة في راس المال بصفة ثابتة او متناقصة ويكون بموجبها مستحقا للحقوق

ومتحملاً للالتزامات مع توقيع عقد شرعي وقانوني بين الطرفين حاوياً لكل الشروط والحقوق والواجبات (اتحاد المصارف العربية، 1973).

دليل شرعي عن صيغة المشاركة:

من القرآن الكريم: وجاء في قوله تعالى: (فان كانوا أكثر من ذلك فهم شركاء في الثلث) سورة النساء -12-

من السنة المطهرة: جاء في الحديث فيما يروي عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صل الله عليه وسلم قال (ان الله عز وجل يقول: انا ثالث الشريكين ما لم يخن احدهما صاحبه، فاذا خانه خرجت بينهما). و عنه صل الله عليه وسلم قال: يد الله مع الشريكين ما لم يتخاونا

ثانياً: بيع المراجعة:

تعتبر المراجعة للامر بالشراء من أكثر صيغ التمويل المعتمدة لدى المصارف الإسلامية شيوعاً. وبالرغم من كثرة ما كتب في هذا الموضوع الا ان التساؤلات لا تزال تتوارد حول مدى مشروعية هذا البيع بالصيغ التي تجريها البنوك الإسلامية (د.عبد القادر، 2020، صفحة 409).

تعد ايضاً المراجعة ان أكثر اساليب التمويل انتشاراً حيث يقوم البنك من خلال هذه الصيغة بشراء ما يحتاجه العملاء من سلع استهلاكية واصول انتاجية. وفي الواقع العملي تطبق هذه الصيغة تحت مسمى "بيع المراجعة للام بالشراء" وتتضمن هذه الصيغة وعد بالشراء وبيع بالمراجعة. اذ انه يتقدم العميل للبنك بطلب شراء سلعة معينة ويقوم البنك بالشراء ثم يبيعها للعميل مع ربح متفق عليه. ويتم السداد على اقساط دورية (العاني، 2013، صفحة 78)

ثالثاً: المضاربة:

المضاربة هي عقد بين صاحب المال والمضارب، بحيث يقوم صاحب المال بالمساهمة في رأس مال مؤسسة أو نشاط يديره صاحب العمل بصفته مضارباً، ويتم توزيع الأرباح التي يحققها النشاط أو المؤسسة وفق شروط عقد المضاربة، ويتحمل صاحب المال الخسارة وحده ما لم تكن هذه الخسائر بسبب سوء تصرف المضارب أو إهماله أو إخلائه لشروط عقد المضاربة. ويمكن أن تتسع المضاربة لتشمل ثلاثة أطراف وهي: أصحاب المال، المصرف، والمستثمرون. والمضاربة نوعان: المضاربة المطلقة والمضاربة المقيدة (اساليب وصيغ التمويل الإسلامية للمشايخ المصغرة بين النظرية والتطبيق -1. معطى لبنى -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير -جامعة مستغانم-مجلة المالية والاسواق).

رابعاً: الاجارة:

تضمن الاجارة شراء استخدام الاصل لمدة زمنية طويلة نسبياً دون تملكه. فهي عقد ياد به تملك منفعة مشروعة لمدة متفق عليها عوض مشوع ومعلوم. وتحقق للبنك من فوائد تتمثل في:

تساعد على حل مشكلة امتصاص المدخرات والودائع لهذه البنوك.

تحسين مركز السيولة للمستأجر وعدم إرهاقه بالديون. مما يسمح له بتوسيع نشاطه واستقلالته المالية.

تدر الاجارة عائد مقبول للمؤجر لأمواله المستثمرة وليس عائدا افتراضيا (سعر الفائدة). (سعيدة ممو، 2019، الصفحات

(40-31)

خامسا: القرض الحسن

يعد القرض الحسن من اهم مصادر التمويل لا سيما عند الحاجة الملحة الى المال لذا رغب فيه عليه الصلاة والسلام

وان تاريخ القرض الحسن في المجتمع الاسلامي القديم، قدم الشريعة الاسلامية التي جاءت بها، ما في نظام البنوك الاسلامية فيعد بنك ناصر الاجتماعي اول مؤسسة حكومية مصرفية قامت على اساس غير ربوي ومن ابرز اعمالها: منح قروض حسنة للراغبين في الزواج كما يقوم بصرف قروض لذوي الدخل المحدود من اصحاب الاسر لمساعدتهم في حياتهم المعيشية (قتيبة، صفحة 135).

سادسا: السلم:

تعددت تعريفات السلم في عبارات الفقهاء لكنها جميعا لا تخرج عن اصطلاح شامل الا وهو بيع اجل بعاجل او شراء اجل بعاجل والاول تعريف التمرتاشي الحنفي والثاني تعريف ابن العامدين ايضا واما التفاوت في التعريفات فيما فوق ذلك فيرجع الى تضمينهم في التعريف بعض شروط السلم. فكأنهم أرادوا تعريف السلم شرعا نع ان الغرض انما هو بيان الحقيقة الإصلاحية، ومن هذا القبيل تعريف الدردير المالكي له بأنه: بيع يتقدم فيه رأس المال ويتأخر المثلثن الى اجل. اما تعريف الشافعي بانه: عق على موصوف في الذمة ببدل يعطى عاجلا. ويقول ابن النجار الحنبلي عن السلم انه عقد على موصوف في الذمة مؤجل بثمن مقبوض في مجلس العقد.

فهي تتضمن وجوب تعجيل السلم وتأجيل المسلم فيه ويكون المسلم فيه موصوفا في الذمة ويسمي الفقهاء المشتري في هذا العقد ب السلم او المسلم والبائع المسلم اليهو المبيع المسلم فيه والثمن ورأس مال السلم أو المسلم. (حسين، د.س، صفحة 266)

فالسلم نوع من انواع البيوع شرعه الاسلام على خلاف القياس استحسانا وارقا بالعباد وتسهيلا عليهم في معاملاتهم وسدا لحاجاتهم فهو بيع سلعة موصوفة في الذمة لأجل معلوم بثمن معجل.

فبيع السلم استثناء لحكم جزئي من اصل كلي. فالأصل انه بيع معدوم منهي عنه لكن استثنى من هذا الاصل استحسانا ودل الكتاب والسنة والاجماع. فقولته تعالى 'يا ايها الذين امنوا اذا تداينتم بدين الى اجل مسمى فاكتبوه'. (مصلح ع، 2019،

صفحة 85)

سابعاً: الاستصناع:

اختلفت عبارات العلماء في تعريف الاستصناع، ويرجع ذلك إلى اختلافهم في حقيقة الاستصناع وتكليفه، حيث أدخله الجمهور ضمن السلم، أما الأحناف فعده عقداً مستقلاً، لكنهم اختلفوا في تعريفه، ومرجع ذلك الاختلاف إلى اعتبار بعض القيود أو عدم اعتبارها. فالاستصناع: عقد على مبيع في الذمة شرط فيه العمل على وجه مخصوص بثمن معلوم. وقيل هو: "طلب عمل شيء خاص، على وجه مخصوص، مادته من الصانع.

هو عقد يشتري به في الحال شيء مما يصنع صنفاً يلزم البائع بتقديمه مصنوعاً بمواد من عنده، بأوصاف مخصوصة، وبثمن محدد. هذا ويسمى المشتري: مستصنعا والبائع صانعاً، والشيء محل العقد: مستصنعا فيه، وال عوض يسمى ثمناً كما في البيع المطلق. (الزرقا، 1420، صفحة 20)

التعريف الراجح لعقد الاستصناع: هو تعريف مجلة الأحكام العدلية: وهو أن عقد الاستصناع: عقد مقاوله مع أهل الصناعة على أن يعمل له شيء، حيث ذكر عقد والعقد يحتاج إلى طرفين وصيغة ومعقود عليه، ثم ذكر مقاوله أي أن يتفق معه على عمل شيء له، وهذه المقاوله لا بد فيها من أجر معلوم، فهو تعريف جامع عن غيره من التعريف. فعرف الفقهاء العقد بمدلوله الخاص بتعريفات كثيرة متقاربة في اللفظ والمعنى منها: ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر على وجه مشروع يثبت أثره في المعقود عليه (معايير الجودة في عقد الاستصناع (دراسة فقهية)، صفحة 30).

هو عقد مع صانع على عمل شيء معين في الذمة، أي العقد على شراء ما سيصنعه الصانع وتكون العين والعمل من الصانع، فإذا كانت العين من المستصنع لا من الصانع فإن العقد يكون إجارة لا استصناعاً، وبعض الفقهاء يقول: إن المعقود عليه هو العمل فقط؛ لأن الاستصناع طلب الصنع وهو العمل. وينعقد الاستصناع بالإيجاب والقبول من المستصنع والصانع. ويقال للمشتري: (مستصنع) وللبائع: (صانع) وللشئ: (مصنوع) كاتفاق شخصين على صنع أحذية أو أنية أو مفروشات ونحوها فهو لا يكون إلا فيما يتعامل فيه الناس. وهو عقد يشبه السلم، لأنه يبيع معلوم، وأن الشيء المصنوع ملتزم، عند العقد في ذمة الصانع البائع، ولكنه يفترق عنه من حيث أنه لا يجب في تعجيل الثمن، ولا بيان مدة للصنع والتسليم، ولا كون المصنوع مما يوجد في الأسواق. ويشبه الإجارة أيضاً لكنه يفترق عنها من حيث أن الصانع يضع مادة الشيء المصنوع من ماله. (الشرفا، د.س، الصفحات 07-08)

ثامناً: البيع بالتقسيط:

لم يعرف بيع التقسيط كمصطلح عند الفقهاء القدامى، لكن توجد في عباراتهم ما يفيد معناه في بيوع الآجال، لاسيما وبيع التقسيط يعد فرعاً من بيوع الآجال، التي تباع، السلعة بثمن مؤجل أعلى من السعر الجاري لكن يختلف عنه في أن التقسيط قد يكون الثمن مؤجلاً على دفعات متقاربة، أو متباعدة، بينما يبيع الأجل يكون الثمن مؤجلاً مدة يسيرة، أو كثيرة، لكن يدفع جملة واحدة، فبين التقسيط والتأجيل عموم، وخصوص، ففي كل تقسيط تأجيل. فالتأجيل هو العموم المطلق. وقد يكون في

التأجيل تقسيط وقد لا يكون. فالتقسيط أخص من التأجيل، والآخر أعم، وكلمة تقسيط يراد بها في العرف الفقهي: تقسيم الدين إلى حصص، أو مقادير معلومة؛ لتدفع في آجال معلومة محددة.

وعلى هذا فبيع التقسيط هو: بيع يعجل فيه المبيع، ويؤجل الثمن كله، أو بعضه على أقساط معلومة، وآجال معلومة من قضايا بحث منشور بمجلة مركز الخدمة والاستثمارات البحثية بكلية الآداب العدد الصادر في يوليو ٢٠٠٦م إعداد الدكتور/ حسن فاصبح بيع التقسيط علما على نوع معين من البيوع، اوسداد ثمن المبيع. ولم يعرف فقهاء السلف وأئمة المذاهب هذا البيع. كما لم يخصصوا له بابا مستقلا يبين طبيعته وواصفه وكافة مسائله. اذ لم يكن شائعا في مجتمعاتهم كما هو وضعه الان، الا انهم قد تحشوا عن تأجيل الثمن وتقسيطه.

وفي بيع التقسيط انه بيع السعة بثمن مؤجل، على ان يكون اداء ذلك الثمن مفرقا الى اجزاء معلومة، تدفع في اوقات معينة ومحددة.

ونلاحظ من ذلك بان ما يقصد ببيع التقسيط ليس هو البيع نفسه، بل ان التقسيط هو طيقة البيع، او بالأحرى كيقة سداد البيع (البيع بالتقسيط احكامه واثاره في الفقه، صفحة 73).

المطلب الثالث: تحديات المصارف الإسلامية:

تعرض طريق عمل المصارف الإسلامية العديد من التحديات التي تعيق عملها، منها ما هو داخل المصرف، ومنها ما يتعلق بجهات عدة خارج المصرف نذكر منها:

1. الإطار الإشرافي في المصارف الإسلامية من قبل هيئات الرقابة الشرعية والمصارف المركزية في الدول الإسلامية: في الوقت الراهن فإن عدم وجود إطار إشرافي فعال يعتبر أحد نقاط ضعف للنظام القائم في المصارف الإسلامية، وهذا التحدي يستحق اهتماماً جاداً، وهناك حاجة لتنسيق وتقوية الأدوار التي تضلع بها كل من هيئات الرقابة الشرعية والمصارف المركزية في هذا المجال.

2. الإطار القانوني المناسب والسياسات الداعمة للمصارف الإسلامية على النمط الغربي الذي يحتوي على قوانين وأحكام تضيق من مدى نشاطات العمل المصرفي وتحصره في حدود تقليدية (المصطفى و سعود، 2015، صفحة 144).

3. تعدد الهيئات الشرعية وتضاربها في الآراء الشرعية والفتاوى في البلد الواحد، فإذا كان لكل بنك إسلامي هيئة شرعية خاصة به، فإن هذا سيؤدي إلى التباين في بعض الفتاوى والآراء الشرعية، ولعل سبب وجود بعض الاختلافات في قرارات الهيئات راجع إلى المنهج المتبع، فمنهم من يشدد ومنهم من يضيّق، ومنهم من يتسامح، وقد يكون هناك لبس واختلاط في المفاهيم، وقد لا تكون الوقائع للعمليات المصرفية مستوفاة كلها في الواقعة، مما يجعل احتمال وجود التعارض قائماً بينها، كما قد يكون لأعضاء الهيئات الشرعية وجهات نظر مختلفة في تكييف الوقائع فيقع الخلاف، كما قد يكون الخلاف بسبب إتباع رأي في مذهب معتمد، وترك رأي آخر، ويأخذ بعضهم بالأول، وبعضهم بالثاني. (خالد المسفر، صفحة 24)

4. الحملة الدولية لمكافحة الإرهاب، فكما نعلم فإن المصرف الإسلامي والمؤسسات المالية الاقتصادية من أكثر القطاعات الاقتصادية تأثراً في العالم بالنواحي السياسية، ولا سيما في الحملات التي قامت ضد الجماعات المسلمة، وبدأت بحاربة نشاطات بكافة أشكالها، ومنها نشاطات مراقبة المصارف الإسلامية، وهذه الحملة بدأت تتصاعد نحو مقاطعة عمل المنظمات الإسلامية، والتي من بينها هيئات الرقابة الشرعية، كل ذلك يحد من نشاطاتها، ولا تهاجم نشاطها بالإرهاب، مع أن هناك فارق كبير بين نشاط الإرهاب ونشاط الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية (العليات، 2006، صفحة 28):

5. إن المصارف المركزية لم تعترف بالمصارف الإسلامية في أغلب الدول لأن معظم القوانين وضعت على وفق النمط التقليدي، والخلاف الدائم بين المصارف المركزية والمصارف الإسلامية في أغلب الدول التي تعمل المصارف المركزية في نطاقها؛ بسبب أن معظم قوانين التجارة والمصارف قد وضعت في البلدان العربية والإسلامية وفق النمط المصارف التقليدي الربوية، وتحتوي على أحكام لا تتناسب مع أحكام الشريعة الإسلامية في العمل الإسلامي في المصارف الإسلامية (الشمري، 2006، صفحة 134).

المبحث الثالث: البيئة التسويقية وتجزئة السوق في المصارف الإسلامية

المطلب الأول: مفهوم التسويق المصرفي وأهميته:

أولاً: مفهوم التسويق المصرفي:

يمثل التسويق المصرفي أحد ركائز الفلسفة المصرفية في العصر الحديث، فهو الذي أكسب المصارف في البلدان المتقدمة نجاحاً هاماً وأعطاهها وضعية تنافسية رائدة وثقة وولاء المستثمرين والأفراد.

ويمكن تعريف التسويق المصرفي على أنه النشاط الذي يشتمل على كافة الجهود التي تؤدي في البنك؛ والتي تكفل تدفق الخدمات المصرفية إلي العميل بشكل يضمن إشباع حاجات العميل بتحقيق رغباته وفق إمكانيات المتاحة بقصد استمرار التعامل مع البنك. (عبيدات، صفحة 20)

وعرفه Kotler.P بأنه: "مجموعة الأنشطة المتكاملة التي تجري في إطار إداري محدد، وتقوم على توجيه إنسياب خدمات البنك بكفاءة وملائمة لتحقيق الإشباع للمتعاملين من خلال عملية مبادلة تحقق أهداف البنك، وللك في حدود توجهات المجتمع (Kotler، 1994، صفحة 10).

ويعرف محسن الحضيري التسويق المصرفي بأنه "مهمة تخطيط وتنظيم وتوجيه ومتابعة تدفق وانسياب الخدمات والمنتجات المصرفية عبر شبكة متكاملة من فروع المصرف، ووحداته المسؤولة عن توزيعها واثاحتها لإشباع رغبات العملاء مع تحقيق ربحية المصرف وتوسعته واستمراره. (الحضيري م.، 1999، صفحة 71)

ويمكن الاستنتاج من خلال التعاريف السابقة أن التسويق المصرفي هو عملية استهداف الزبون عن طريق دراسة للسوق المصرفية والتي تتطلب التخطيط والتنظيم بحيث تهدف لإشباع احتياجات العملاء بدرجة أولى.

ويمكن تعريف التسويق المصرفي في البنوك الإسلامية على أنه: كافة الجهود الإنسانية المبذولة والمتعلقة بتصريف وانسياب الخدمات والأفكار المصرفية والتكافلية من البنك الإسلامي إلى العملاء والمستفيدين لإشباع حاجاتهم ومتطلباتهم المالية والاجتماعية والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق المنافع المادية والمعنوية للمساهمين والعاملين في ضوء الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية. (المغربي ع.، 2004، صفحة 376)

ثانياً: أهمية التسويق المصرفي:

وتسعى المصارف الإسلامية إلى تبني التجديد والابتكار في خدماتها المصرفية سواء من ناحية مضمونها أو كيفية تقديمها، وهذا يتطلب القيام بالدراسات التسويقية وبحق السوق لمعرفة حاجات ورغبات العملاء، بحيث يمكنه من تطوير خدماته.

يعد التسويق المصرفي أحد المجالات التي شهدت اهتماما متزايدا من جانب الأكاديميين والممارسين على حد سواء، ويرجع ذلك الاهتمام إلى العديد من العوامل التي ساهمت في زيادة درجة حساسية المصارف للأسواق التي تنشط فيها وفي تنوع المدخل التي تنتهجها في خدمة عملائها لتحقيق مركز تنافسي متميز في هذه الأسواق، وبعدها تطرقنا إلى تعريفه سنقوم توضيح أهميته بالنسبة للمصارف الإسلامية. (بلحيمر و بولحية، صفحة 398)

ويمكن إيجاز أهمية التسويق المصرفي فيما يلي (الصميدعي و عثمان يوسف، 2005، الصفحات 49-50):

- التعرف على حاجات الزبائن للخدمات المصرفية.
- الصمود بوجه المنظمات المصرفية الأخرى.
- الحفاظ على الحصة السوقية للمصرف.
- زيادة الحصة السوقية للمصرف.
- تحديد السوق المستهدفة.
- دراسة وتحليل سوق الخدمة المصرفية.
- تقديم خدمات مصرفية تتناسب مع حاجات ورغبات الزبائن.
- تحديد المزيج الترويجي المناسب.
- تحديد الأساليب التوزيعية للزبائن.

المطلب الثاني: البيئة التسويقية في المصارف الإسلامية:

تعتبر المصارف نظاما مفتوحا يتصف بالحركية، يؤثر ويتأثر بالبيئة التي يعمل فيها وتعتمد فعاليته على مدى التأثير الذي يحدثه التفاعل بين الطرفين حيث يستمد منها موارد البشرية، المادية، المعلوماتية وغيرها في صورة مدخلات ويقدم لها مختلف خدماته المصرفية في صورة مخرجات.

ويمثل البنك الإسلامي كأي مؤسسة أخرى، حيث يعكس السلوك الذي ينتجه فيها مدى فهم إدارة التسويق فيه للعوامل البيئية، كما أن مستوى نجاحه يتحدد بناء على قدرته في التكيف والتفاعل الإيجابي مع البيئة من خلال البحث عن الفرص التسويقية ومراقبة التهديدات التي يمكن أن تنطوي عليها. (محمد علي، 2019، صفحة 36)

مفهوم البيئة التسويقية:

يرى DIL أن بيئة العمل الخاصة بالمصرف هي تلك الجزء من البيئة الإدارية التي تلائم عملية وضع وتحقيق الأهداف الخاصة به، وتتكون هذه البيئة من خمس مجموعات من الأطراف هي: العملاء، المودعون، البنوك المنافسة، بالإضافة إلى جماعات الضغط أو التأثير كالحكومة والنقابات وغيرها. (أوقحف، 2002، صفحة 81)

كما يمكن النظر إلى البيئة التسويقية على أنها "العوامل التي تؤثر بطريقة مباشرة بمدى قدرة المنشأة في الحصول على المدخلات ومدى قدرتها على توليد المخرجات، والمدخلات يمكن أن تشمل المصادر البشرية، المالية والمواد الأولية والمعلومات، أما المخرجات يمكن أن تشمل عناصر المزيج التسويقي: السلعة، التوزيع، الترويج والتسعير (فروجي، 2017، صفحة 88).

وتعرف البيئة التسويقية على أنها مجموعة العناصر أو القوى التي تقع داخل أو خارج المنظمة والتي تحدد سلوك هاته الأخيرة وذلك بتحديد طرق التصرف اللازمة لنجاحها وبقائها.

مكونات البيئة التسويقية:

يمكن تصنيف البيئة المصرفية إلى نوعين أساسيين وهما البيئة الداخلية للبنك والتي تتمثل في جميع المتغيرات التي تقع داخل البنك ولها تأثير مباشر عليه، أما البيئة الخارجية للبنك فهي تتشكل من جميع المتغيرات التي تقع خارج البنك وتؤثر على نشاط البنك.

1-البيئة الداخلية:

وتتكون البيئة الداخلية للمصرف من مجموعة العوامل والمتغيرات داخل المصرف والتي يمكن التحكم بها والسيطرة عليها وتتميز هذه البيئة بأن لها تأثير مباشر على النشاط التسويقي للمصرف وعلى القدرة في تحقيق أهدافه، ويعتبر تحليل البيئة الداخلية للمصرف يؤدي إلى معرفة نقاط القوة التي يتميز بها المصرف ويجب استغلالها وكذا نقاط الضعف التي يعاني منها والتي يجب العمل على تفاديها، وبالتالي فإن تحليل البيئة الداخلية للمصرف يشكل الأساس الذي يعتمد عليه المصرف في تطوير استراتيجياته اللازمة لتحقيق أهدافه وخلق الميزة التنافسية (بوحسون، 2009، الصفحات 462-463).

مكونات البيئة الداخلية:

يرى Porter أنها تتكون من الأنشطة والأنظمة الفرعية، الموارد البشرية، المتطلبات المادية والتحسين والتطور التكنولوجي. في حين يركز كل من narayanar و nath أنها تتكون من مجموعة الأنظمة، يركز بعضها إلى إطار مادي ملموس مثل الأنظمة الوظيفية المختلفة للمؤسسة والنظام المعلوماتي، في حين تركز المجموعة الثانية إلى أطر إنسانية ومعرفية تتجسد بقدرات التجديد والإبداع (فروجي، 2017، صفحة 120).

2- البيئة الخارجية:

وتتمثل في مجموعة العوامل التي لا يمكن أو يصعب السيطرة عليها من قبل إدارة التسويق (ناجي و توفيق، 1994، صفحة 47).

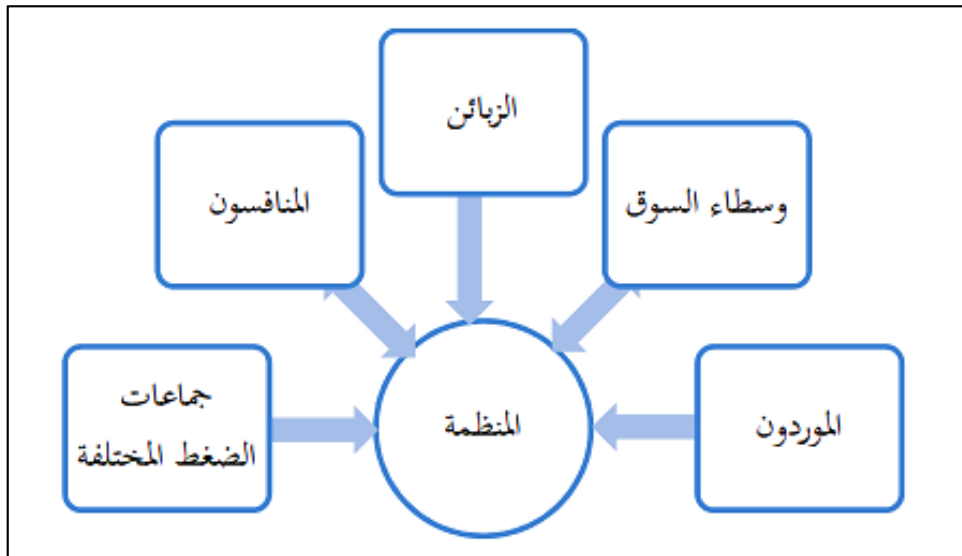
كما تعرف بأنها البيئة التي توجد خارج المنظمة والتي لا تستطيع أن تسيطر وتتحكم في عناصرها وتشكل عوامل البيئة الخارجية والتهديد على المنظمة، وما على المنظمة إلا مراقبة تلك القوى بعناية وحذر. (غزال، 2013)

مكونات البيئة الخارجية:

يمكن تقسيم البيئة التسويقية الخارجية للمصرف إلى بيئة خاصة وبيئة عامة:

البيئة الخاصة: تتشكل البيئة المصرفية الخاصة من جميع المتغيرات التي تقع خارج البنك والتي لها تأثير مباشر عليه، حيث يتفاعل معها لضمان استمرار نشاطه وتحقيق أهدافه، ونظرا لأن تلك البيئة تضم من بين عناصرها أحد الكيانات المؤثرة للغاية على البنك وهي المنافسون أو البنوك المنافسة، فقد أطلق عليها البعض من الباحثين البيئة التنافسية (طارق، 2000، صفحة 98).

الشكل رقم 01: يمثل قوى البيئة الخاصة

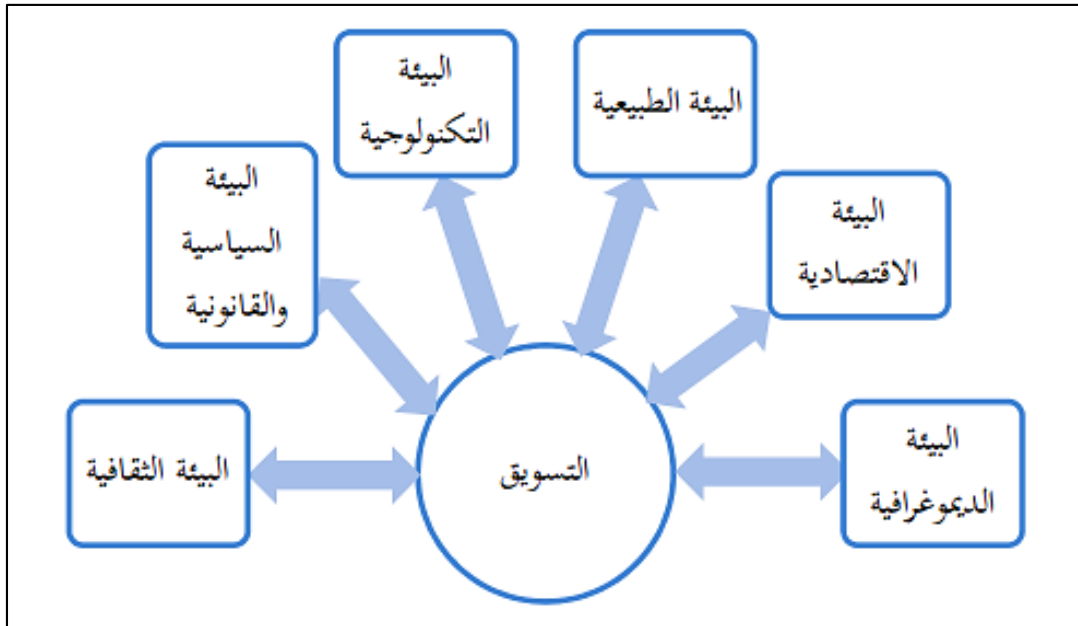


Source: (Armsrong & Kotler, 2007, p. 59)

البيئة العامة: وهي عبارة عن مجموعة من الفرص والتهديدات التي يكون لها تأثير عام على البنك والتي عادة ما تكون ذات طبيعة اقتصادية، اجتماعية، سياسية، ثقافية أو قانونية. (غزال، 2013)

كما يمكن تعريفها على أنها "المحيط الواسع الاشمئ والاعقد والتي تضم العوامل التي تشترك بها جميع المنظمات" (فروجي، 2017، صفحة 102).

الشكل رقم 02: يمثل قوى البيئة العامة



Source: (Armsrong & Kotler, 2007, p. 63)

المطلب الثالث: تجزئة السوق المصرفية:

يقصد بتجزئة السوق تقطيعه إلى أسواق جزئية من المستهلكين والزبائن المتجانسين فيما بينهم، ويتم التقطيع أو التجزئة هنا وفق خصائص معينة كالسن والمهنة ومستوى التعليم والحاجة إلى خدمات مصرفية معينة، وفي هذه الحالة تعتبر هذه المجموعات من العملاء أو قطاعات السوق بمثابة أسواق مستقلة مستهدفة يمكن الوفاء باحتياجاتها، من خلال مزيج تسويقي واحد.

أولاً: مفهوم تجزئة السوق المصرفية:

تجزئة السوق هي عملية يتم من خلالها تقسيم سوق المنتج إلى شرائح أو مجموعات متجانسة نسبياً وحتى تكون التجزئة فعالة يجب أن يتشارك أعضاء المجموعة الواحدة أذواقاً أو حاجات أو رغبات أو تفضيلات أو خصائص أو سلوكيات متشابهة وأن يختلف أعضاء كل مجموعة عن المجموعات الأخرى التي تنتجها عملية التجزئة (ديب، 2018، صفحة 74).

تعرف التجزئة السوقية بأنها: "عملية تجميع المشترين من ذوي الحاجات والرغبات المتجانسة أو المتشابهة نسبياً في مجموعات أو قطاعات سوقية". (أحمد محمود، سعود جرادات، عريقات، و فوطة، 2012، صفحة 256)

ولتقسيم السوق المصرفي أهمية كبرى للبنوك، فنظراً للاختلافات بين خصائص العملاء، سواء الأفراد أو المؤسسات كثيراً ما نجد اختلافات في حاجات ورغبات هؤلاء العملاء، فبالنسبة لخدمات حسابات التوفير نجد تنوعاً كبيراً بين عملاء هذه الخدمة، وقد ينعكس هذا التنوع على رغباتهم وبالتالي على استراتيجية البنك التي يتبعها لتحقيق أهدافه.

ويمكن حصر المزايا والفوائد الناتجة عن تجزئة السوق إلى قطاعات فيما يلي (زيدان، 2005، صفحة 197):

- إن المسؤولين عن التسويق في البنك يكونون في موقف أفضل بالنسبة للتعرف على الفرص التسويقية المتاحة في السوق واستغلالها لصالح البنك؛
- التمكن من إحداث التوائم المطلوب للخدمات المصرفية المقدمة لتتلاءم مع احتياجات ورغبات العملاء في السوق؛
- إحداث التعديلات الدقيقة المطلوبة في الأسعار ونظم التوزيع وأساليب الترويج المستخدمة.

ثانيا: الأسس المعتمدة في تجزئة السوق المصرفية:

حسب Kotler يمكن وضع أسس تجزئة السوق في ثلاث مجموعات هي الأسس الجغرافية، الأسس الديموغرافية، الأسس السلوكية (المحمودي، 2014، صفحة 68).

تجزئة السوق وفقا للخصائص الجغرافية: حيث تقسم السوق إلى مناطق جغرافية مختلفة، مثل الولاية، الدائرة والبلدية أو الإقليم، المدينة أو الحي، وذلك لكون الأفراد الذين يعيشون في نفس المنطقة لهم نفس الحاجات والرغبات التي يختلفون بها عن المناطق الأخرى، كما يستخدم هذا الأسلوب في حالة اختلاف المناخ أو كثافة السوق من منطقة إلى أخرى ويلعب هذا التقسيم دورا في تحديد الوسائل الترويجية المستخدمة لكل منطقة، كما يساعد في رسم السياسات التوزيعية للخدمات المصرفية، وفي تحديد حجم وعدد الفروع وإيجاد خدمات تناسب وطبيعة كل منطقة (أحمد مراد، 2007، صفحة 116).

تجزئة السوق وفقا للخصائص الديموغرافية: يقوم هذا الأسلوب في التقسيم على اساس تقسيم السوق الكلي إلى مجموعات فرعية وفقا لعدة عوامل كالعمر، الدخل، الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة، الطبقة الاجتماعية، حجم العائلة وخلفيتها الدينية وتعتبر العوامل الديموغرافية أساسا واسع الاستخدام لتجزئة السوق بسبب قوة عالقة تلك العوامل مع مبيعات المصرف، علاوة على أن عملية تشخيص هذه العوامل تعد سهلة، وقياسها أسهل بالمقارنة مع معظم المتغيرات الأخرى (أحمد محمود، سعود جرادات، عريقات، و فوطه، 2012، صفحة 256).

تجزئة السوق وفقا للخصائص السلوكية: وتستخدم هذه الطريقة عندما تكون هناك إمكانية لتجزئة السوق إلى قطاعات أو مجموعات مختلفة من العملاء، على أساس خصائص التكوين النفسي للأفراد، والتي تعتبر من أهم العوامل المؤثرة على سلوك الأفراد، وتعتبر الخصائص السلوكية من أصعب الخصائص قياسا، ولا يمكن التعرف عليها بسهولة أو ملاحظتها، وإنما يمكن الاستدلال عليها من خلال السلوك الظاهر وردود أفعال العملاء (حساني، 2010-2011، صفحة 178).

المبحث الرابع: المزيج التسويقي

يعرف المزيج التسويقي على أنه مجموعة من الخطط والسياسيات والعمليات التي تمارسها الإدارة التسويقية بهدف إشباع حاجات ورغبات المتعاملين، وإن كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي يؤثر ويتأثر بالعنصر الآخر.

المطلب الأول: المنتج أو الخدمة

أولاً: مفهوم المنتج المصرفي:

يعتبر المنتج المصرفي من أهم عناصر المزيج التسويقي بالنسبة للمصرف، حي يتمكن من خلاله مواجهة حاجات ورغبات عملائه والعمل على إشباعها، ويمكن تعريف المنتج على أنه مجموعة من الأنشطة والفعاليات الخدمية التي يقدمها المصرف لغرض تلبية حاجات ورغبات الزبائن (الصميدعي و عثمان يوسف، 2005، صفحة 240).

وللقيام بتعريف المنتج نجد أن هناك عدداً من التعريفات، لكنها متقاربة نوعاً ما، ولكننا نختار المفهوم الأكثر شمولاً؛ فهو ينظر إلى المنتج من ثلاثة أبعاد هي (مصطفى و وآخرون، 2009، صفحة 108):

الجوهر: يمثل مجموعة المنافع الأساسية التي يستهدفها المستهلك من الشراء.

المنتج الفعلي: يشير إلى الأبعاد الخاصة بالجودة، والسمات المميزة، والعلامة، والغلاف، مما يلعب دوراً رئيساً في التأثير في سلوك المستهلك، وفي درجة تفضيله لمنتجات دون أخرى.

المنتج المدعم: يشير إلى مجموعه الخدمات المرافقة للمنتج، والتي تكسبه ميزة تنافسية تؤثر في درجة تفضيل المستهلكين لمنتجات دون أخرى.

ثانياً: دورة حياة الخدمة المصرفية:

يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية من المفاهيم الهامة في التسويق المصرفي، فهو يستمد مبادئه النظرية في تفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها المختلفة من التفسير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، فالخدمة تولد أولاً ثم تموت لاحقاً بعد أن تمر في عدة مراحل خلال حياتها (العلاق، صفحة 213).

مرحلة التقديم: تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمة المصرفية الجديدة، بوجه عام يحقق البنك خسائر في هذه المرحلة، لأنها تتميز بارتفاع التكاليف (الحداد، 2007، صفحة 924).

مرحلة النمو: وفيها يزداد التعامل بالخدمة وتنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة، وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف على زيادة الحصة السوقية.

مرحلة النضج: من هذه المرحلة تحقق الخدمة أعلى كمية من الطلب عند نقطة الازدهار، وتكون المنافسة شديدة. فيها يبدأ الانخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد المصارف من ميزانيتها المخصصة للبحث والتطوير لتحسين المنتج. (المصطفى و سعود، 2015، صفحة 64)

مرحلة التدهور: وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بانخفاض المبيعات وتحقق الخسائر وهنا يبدأ البنك في إلغاء الخدمة واستبدالها بخدمات أخرى جديدة.

المطلب الثاني: التسعير المصرفي

أولاً: مفهوم التسعير المصرفي:

يلعب التسعير المصرفي دوراً كبيراً في استراتيجية التسويق المصرفي، حيث يتم تسعير الخدمة المصرفية لتكون أكثر ملائمة لقدرة العملاء إذ يستطيعون تحمله والافتناع بأنه ملائم للمنافع التي تحصلون عليها جراء اقتنائهم لخدمات المصرف.

ويعد تسعير الخدمات التي تقدمها البنوك 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 منها واختلاف قدراتهم ودخولهم وأنماط شخصياتهم ومدى التزامهم وجدديتهم (المغربي ع، 2004، صفحة 388).

كما يعرف السعر من منظور إسلامي بأنه القيمة أو المقابل الذي يدفعه المشتري مقابل حصوله على المنتج أو المنفعة، وهو ما يطلق عليه، اصطلاحاً في عملية المبادلة، قيمة مقابل قيمة أخرى مختلفة من حيث الجنس؛ فالسعر هو الأساس الذي يتم احتساب الثمن للسلعة عليه عند التبادل (مصطفى و وآخرون، 2009، صفحة 110)

وفي عملية التسعير المصرفي للمنتج أو الخدمة المطروحة فإن إدارة المصرف تكون لها ثلاث أهداف رئيسية، جعل المنتج مقبول، المحافظة على قوة المصرف لمواجهة المنافسين وتحقيق الربح.

إلا أن هناك ضوابط شرعية يجب أن تلتزم بها المصارف الإسلامية ومن أهمها ما يلي (بلحيمر و بولحية، صفحة 310):

مبدأ التراضي: فالمصارف الإسلامية تمارس العمل التجاري من بيع وشراء طبقاً لمبدأ التراضي.

العقلانية في تحديد نسبة الربح: فيجب أن تكون هذه النسبة يسيرة، تتماشى مع العرف السائد، تتلاءم مع درجة المخاطرة وتساعد على دوران رأس المال.

التسعير العادل: فقد أجمع الفقهاء المحيرون للتسعير على وجوب أن يكون هذا التسعير عادلاً غير محجف بواحد من الفريقين، فالرخص مضر بالباعة والغلاء مضر بالمشتريين، فالسعر العادل هو الذي يرضي الطرفين.

ثانيا: اهداف التسعير المصرفي:

يجب أن تكون أهداف المصرف واضحة بالنسبة لعمله ككل والاستراتيجية المتبعة لديه بحيث تكون الأهداف متمشية مع أسعار خدماته لأن السعر له نتائج على الأرباح، وزيادة أو نقص حصة المصرف من السوق لذلك يجب أن يتخذ قرار التسعير على بيئة من الأهداف (عبد السلام، صفحة 40).

وتختلف درجة تأثير الاسعار على الزبائن بحسب المرحلة الحياتية للمنتوج والإستراتيجية المتبعة في ذلك، إذ أنه يعتمد على الزبائن الذين لديهم الاستعداد لدفع سعر أعلى من أجل تبنيهم الخدمة الجديد بهدف اشباع حاجاتهم ورغباتهم، وقرار الشراء لهم مبني على أسباب نفسية اجتماعية خاصة بهم ومع مرور الوقت تبدأ في تخفيض الأسعار من أجل جذب زبائن جدد وبالتالي اكتساح السوق.

كما يعد السعر عنصرا مؤثرا في القدرة الشرائية للمشتري كونه جزءا مستقطعا من الدخل، ومؤثرا أيضا على حجم مشترياته المعبرة عن حجم الإشباع المطلوب، وقد يتم التعبير عنه بعدد الوحدات النقدية المدفوعة، لكنه يقاس بالكم الذي يمكنه من شراء عدد من السلع والخدمات (المصطفى و سعود، 2015، صفحة 71).

ويرتبط التسعير بالأهداف التسويقية للبنك بحيث نجد عدة عوامل تؤثر على سياسة التسعير للخدمات المصرفية مثل دورة حياة الخدمة المصرفية، متطلبات محفظة الخدمات المصرفية ككل والأهداف البيعية نما السياسة وحصة البنك في السوق، وهذا ال يفسر بعدم ارتباط تكاليف تقديم هذه الخدمات بالتسعير أو التقليدية المتبعة من طرف البنوك لفترة طويلة تقوم على تحديد الأسعار على أساس التكاليف بالدرجة الأولى، إلا أن السياسة التسويقية للتسعير ال تعتبر التكاليف المحدد الأساسي للسعر بل هناك عوامل أخرى يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار مثل: ظروف السوق، المنافسة... (محمد العربي، 2005، صفحة 04)

المطلب الثالث: التوزيع المصرفي

تعتبر قنوات التوزيع من أهم العناصر في الخدمات المصرفية، وتكمن في جعل الخدمة المصرفية أقرب م اتكون من الزبون، حيث يقوم المصرف بتوزيع خدماته بوسيلتين أساسيتين، الأولى عن طريق شبكة فروع المنتشرة في أرجاء البلاد وخارجه، والأخرى عن طريق السماح للوكالات بتوزيع خدماته (كورتيل، 2009، صفحة 159).

ويعرف التوزيع بأنه عملية إيصال المنتجات (السلع والخدمات) إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي، وذلك عن طريق مجموعات الافراد والمؤسسات التي يتم عن طريقها خلق المنافع الزمنية والمكانية والحيازية للسلع (ناجي و توفيق، 1994، صفحة 125).

وللتوزيع في المصارف الإسلامية مجموعة من الضوابط الشرعية تتمثل فيما يلي (مصلح ع، 2007):

- من الواجب توزيع السلع والخدمات الضرورية بحيث يتيسر للمتعامل الحصول على هذه السلع والخدمات، وهو أمر ينسجم مع مقاصد الشريعة الإسلامية القاضية بضرورة توفير الضروريات ثم الحاجيات ثم التحسينات.
 - تجنّب الاحتكار بما فيه من الإضرار بالناس والتضييق عليهم، وذلك ليس كواجب شرعي فحسب ولكن كواجب اجتماعي واقتصادي أيضاً.
- وقد أصبحت قنوات التوزيع ذات أهمية كبيرة واسعة النطاق، وذلك لتأثيرها المباشر والكبير في جميع القرارات التسويقية الأخرى، مثل تحديد الأسعار، وكذلك الحال فيما يخص قرارات الترويج، أو القرارات الخاصة بالمزيج الترويجي.
- ورغم الأهمية الظاهرة لعنصر التوزيع ضمن الخطة التسويقية، إلا أن هناك اتجاهات عامة بين المسوقين أن المنتج المناسب، بالسعر المناسب، سوف يجد طريقه إلى المستهلكين بجميع الوسائل الممكنة، ولكن الواقع العملي يشير إلى خلاف ذلك حيث إن حركة المنتج من الصانع إلى المستهلك النهائي تتضمن مجموعة واسعة من الأنشطة، مقصود بها ضمان توافر المنتج، والمساندة الفنية، والخدمات المصاحبة؛ مثل التمويل، وغيره، بالوسائل المشروعة، خلال القنوات التوزيعية المختلفة التي تحفظ حق البائع والمشتري (مصطفى و آخرون، 2009، صفحة 112).

المطلب الرابع: الترويج المصرفي

- يشير الترويج المصرفي إلى أساليب الاتصال ووسائل الاقناع لتعريف العملاء والمستفيدين بكافة خدمات المصرف وكذا تقريب الفجوة القائمة بين العملاء واقبالهم على الانتفاع بالمنافع المرجوة (المغربي ع، 2004، صفحة 390).
- ويعرف الترويج على أنه عملية تعريف الزبون بالمنتج وخصائصه ووظائفه وكيفية استخدامه وأماكن وجوده بالسوق بالإضافة إلى محاولة التأثير على الزبون وحثه واقناعه بشراء المنتج أو الخدمة (العبيدي، 2014، صفحة 18).
- كما يعرف بأنه نشاط تسويقي ينطوي على عملية اتصال إقناعي، يتم بإبراز المزايا النسبية الخاصة بسلعة أو خدمة أو فكرة معينة بهدف التأثير على أذهان جمهور معين لاستمالة سلوكهم الشرائي (عبد الله عبد الرحمن، 1997، صفحة 103).

وتتمثل أهمية الترويج المصرفي في (المصطفى و سعود، 2015، صفحة 144):

1. تقليص المسافة بين البائع والمشتري باستخدام وسائل الاتصال المختلفة.
2. تحسين صورة المؤسسة أو خلق صورة جديدة عنها.
3. يؤثر النشاط الترويجي على منحى الطلب.

أهداف الترويج المصرفي:

تكمن الأهداف الأساسية للترويج في تعريف وإقناع وتذكير المستهدفين بالمزيج التسويقي وبالشركة ذاتها مع الأخذ بعين الاعتبار حاجات وأفضليات السوق المستهدف لذا يجب على البنك أن يجذب انتباه الزبون واعلامه بما يريد بيعه واقناعه بأن لديه المنتج أو الخدمة التي يبحث عنها ويلبي حاجاته (شباع، 2012، صفحة 97).

وتختلف الأهداف التي يسعى المصرف لتحقيقها عبر عملية الترويج المصرفي وسوف نذكر البعض منها في العناصر التالية (عبد السلام، صفحة 51):

1. توفير المعلومات للعملاء حول الخدمات من حيث خصائصها ومنافعها وأمكانة الحصول عليها خاصة إذا كانت هذه الخدمة جديدة.
2. القيام بتذكير العملاء حول الخدمات الموجودة في السوق حالياً لزيادة درجة ولائهم لها.
3. تغيير الاتجاهات السلبية لهم عن الخدمة أو البنك.
4. إقناعهم بالفوائد والمنافع التي سيحصلون عليها إن قاموا بالتعامل مع المصرف.

الفصل الثاني:

الجانب التطبيقي للخدمة المصرفية

الإسلامية

تمهيد:

بما ان قد تطرقنا الى صيغ التمويل في المصارف الإسلامية وكيفية تطبيقها وأيضا تطرقنا إلى المزيج التسويقي المطبق على المصارف الإسلامية وذلك كدراسة نظرية، إذا سوف نقوم في هذا الفصل بكيفية تطبيق هذه الصيغ في الأنشطة التمويلية للمصارف الإسلامية من خلال تقاريرها السنوية وذلك بدراسة تطبيقية لنعرف مدى تنوع أنشطة المصارف الإسلامية في الاستخدام الصحيح لهذه الصيغ، وايضا سوف نرى مدى تلبية المصارف الإسلامية الى حاجات ورغبات عملائها بطرق تجعلهم في رضا تام عن الخدمات التي تقدمها اكثر من منافسيها، ومن اجل تحقيق هدفها قامت بتصميم مزيج تسويقي يشبع هذه الاحتياجات والذي يتناسب في نفس الوقت مع التغيرات المستمرة التي تكتسي تلك الاحتياجات، وقد اخترنا لهذه الدراسة كنموذج بنك السلام الجزائري وكالة بسكرة وستكون دراستنا في هذا الفصل وفق المباحث التالية:

-المبحث الأول: ماهية بنك السلام الجزائري-بسكرة

-المبحث الثاني: الصيغ التمويلية المطبقة في خدمات بنك السلام الجزائري-بسكرة-

-المبحث الثالث: المزيج التسويقي لبنك السلام الجزائري-بسكرة-

المبحث الأول: ماهية مصرف السلام الجزائري

يعتبر مصرف السلام نموذجاً لصرفية الإسلام في الجزائر، فهو ثاني مصرف إسلامي في السوق المصرفي الجزائري بعد بنك البركة الذي يعمل بمطابقة مفاهيم الشريعة الإسلامية في كافة الأنشطة المصرفية التي يقوم بها، وعليه هنا سنرى في مبحثنا هذا إلى ماهية مصرف السلام الجزائري، وذلك من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: تعريف ونشأة مصرف السلام الجزائري

المطلب الثاني: أهداف مصرف السلام الجزائري

المطلب الثالث: مزايا ونشاطات بنك السلام الجزائري

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لبنك السلام الجزائري

المطلب الأول: تعريف ونشأة مصرف السلام الجزائري

سنتناول في هذا المطلب كلا من تعريف ونشأة مصرف السلام وكل من أهدافه ومزاياه، ونشاطاته التي يتميز بها

أولاً: تعريف مصرف بنك السلام الجزائري

مصرف السلام الجزائري هو بنك شامل يعمل طبقاً للقوانين الجزائرية ووفقاً لما جاءته الشريعة الإسلامية في جميع تعاملاته وهو رمز للتعاون والتضامن الجزائري الخليجي، وقد تم اعتماده من قبل مصرف الجزائر وذلك في سبتمبر 2008. (www.alsalamalgeria.com، 2022)

بناء على اعتماده سنة 2008 بدأ مصرف السلام-الجزائر في مزاولة نشاطه برأس مال قدره 7.2 مليار دينار جزائري ليتم رفعه بعد ذلك في عام 2009 إلى عشرة مليار دينار. ملتزماً بأحكام الشريعة الإسلامية في كافة خدماته وعملياته فإن مصرف السلام-الجزائر يعرض على المتعاملين لديه من أفراد ومهنيين ومؤسسات باقة واسعة من المنتجات البنكية الرائدة في مجال الصناعة المالية مصادق عليها من قبل هيئة الفتوى والرقابة الشرعية لديه.

و ذلك عن طريق تقديم منتجات مصرفية عالمية ومطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية، فمنذ مزاولة نشاطه سجل نتائج في تطور مستمر، من حيث مقارنة في سنتي 2012-2013 نجد ان:

-صافي الأرباح تطور الى 13%.

-مجموع الودائع تطور بنسبة 23%.

-إجمالي إيرادات العمليات حقق نمو بنسبة 34%.

-حقوق المساهمات زادت بنسبة 11%.

علاوة على ذلك نسجل تحسن العائد على الدائع بشكل ملحوظ حيث سجل في الثلاثي الرابع لسنة 2013 نموًا بنسبة 4,48% (www.mashurajournal.com, 2022)

ثانيا نشأة بنك السلام الجزائري

تأسس مصرف السلام الجزائري في 8 جوان 2006 وتم اعتماده من قبل بنك الجزائر في 10 سبتمبر 2008 ليبدأ مزاوله نشاطه في 20 أكتوبر 2008 براس مال مكتب ومدفوع قدره 7,2 مليار دينار جزائري اي ما يعادل 100 مليون دولار أمريكي ليصبح بذلك من أكبر المصارف في شمال إفريقيا، وكان ذلك في إطار عملية تأسيس مجموعة من مصارف السلام في البلدان العربية والاسلامية بعد النجاح الذي حققته المصرفية الاسلامية، واختيرت في الجزائر لتحتضن احد مقراته لما تتمتع به من حيط استثماري صخب، وساعد على هذا الاختيار الانفتاح الاقتصادي الذي تتمتع بيه الجزائر مقارنة بالدول العربية، كما عزز التقارب الجزائري الاماراتي كون جل راسمال مصرف السلام الجزائري إماراتي وقد اختار مؤسسو المصرف لقناعتهم الراسخة بيه المنهج الصيرفي الاسلامي لعمل المصرف، وذلك يجتهد في ان يمثل الصيرفة الاسلامية احسن تمثيل ويسعى الى تحقيق ما استطاع بهذه الصفة، حيث تمكن من ترخيص قواعده وتحقيق اولى أهدافه إضافة الى توسعه وانتشاره وذلك بعد سنتين فقط من النشاط. (خضراوي، 2016-2015، صفحة 72)

المطلب 2: إستراتيجية وأهداف مصرف السلام الجزائري

سنتناول في هذا المطلب كلا من إستراتيجية وأهداف مصرف السلام الجزائري

أولاً: إستراتيجية بنك السلام الجزائري

-تعريف الإستراتيجية:

الإستراتيجية هي عبارة عن الرؤية المستقبلية للمؤسسة ووضع رسالتها وتقوم بتحديد غايتها على المدى الواسع والبعيد، وتعيين أبعاد العلاقات المتوقعة بين البيئة والمؤسسة بما يساهم في بيان المخاطر المحيطة بها، ونقاط الضعف والقوة التي تميزها، وهذا من اجل اتخاذ القرارات الإستراتيجية المؤثرة على المدى الواسع وتقوم بمراجعتها (المغربي، 2004، صفحة 220).

حيث قام مصرف السلام الجزائري بإنشاء مكتب مخصص بالاستراتيجيات وإدارة المشاريع والجودة والعمل على الإدارة الحديثة والعمل أيضا على الجودة من اجل تأسيس عملية وضع الخطط الإستراتيجية مع رؤية رسالة المصرف مع المتغيرات الخارجية والداخلية حيث قام المكتب المخصص بدعم الفرص كالاتي:

1-وضع إطار الحكومة وإدارة المشاريع والقيام على العمل بتوعية مدراء أصحاب المشاريع بأسس الحكومة عن طريق زيادة إنجاح المشاريع وخاصة بالخطة الإستراتيجية.

2- تطوير وتعزيز الدورية لخطه المصرف السنوية من اجل تحديثها وفقا للمتغيرات الداخلية والخارجية

3- تحديد محفظة المبادرات ومحفظة المشاريع وفقا للملائمة مع الأهداف الإستراتيجية وزيادة الإدارة العامة بتقارير الانجاز ونماذج قياس الجودة ووضع آليات ضمن مبادئ الجودة الشاملة

4- زيادة تطوير لوحة القيادة الإستراتيجية من اجل تسهيل مراقبة وتحسين مؤشرات الأداء
(www.alsalamalgeria.com، 2022).

ثانيا: أهداف مصرف السلام الجزائري

تم اعتماد الأهداف لمصرف السلام الجزائري من قبل مجلس الإدارة بأهداف طموحة للنهوض بخدمات المصرف وفي نفس الوقت يحقق رضا العملاء، حيث جاءت أهداف المصرف كما يلي:

1- نشر وتقديم الخدمات المصرفية الإسلامية المتميزة

2- المساهمة الفعالة في التنمية الاقتصادية المستدامة

3- خدمات مصرفية حديثة تتماشى مع رغبات واحتياجات جميع فئات المجتمع، حيث يعتبر هذا احد أهم ركائز تحقيق الشمول المالي.

4- العمل والحرص على النهوض وتحقيق جودة خدمات تحقق رضا العملاء بشكل رئيسي.

5- تحقيق مستوى ربحية مرضٍ

6- تطوير الأنظمة المصرفية حيث يرفع من جودة وسرعة الخدمات التي يتم تقديمها للعملاء.

7- تطوير كفاءة العنصر البشري والرفع من اليد العاملة للمصرف من اجل التمكين في تقديم الخدمات بصورة حسنة ومثالية.

8- الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية.

9- اعتماد الرفع معايير الجودة والأداء لمواجهة التحديات المستقبلية في الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية، مع التركيز على تحقيق أعلى نسبة من العائدات للعملاء والمساهمين على السواء

10- الريادة في مجال الصيرفة الشاملة بمطابقة مفاهيم الشريعة الإسلامية، وتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة ومعتمدة من قبل الهيئة الشرعية للمصرف. (www.alsalamalgeria.com، 2022)

المطلب الثالث: مزايا خدمات مصرف السلام الجزائري ونشاطاته

اولا: مزايا خدمات مصرف السلام الجزائري

يقترح مصرف السلام الجزائري مجموعة من الخدمات والخصائص المبتكرة مما صاغته الصيرفة المعاصرة ويحرص على حسن تقديمها لك:

1-عمليات التمويل:

مصرف السلام الجزائري يعول مشاريعك الاستثمارية وكافة احتياجاتك في مجال الاستغلال والاستهلاك عن طريق عدة صيغ تمويلية منها: المشاركة، المضاربة، الاجارة، المراجعة، الاستصناع، السلم، البيع بالتقسيط، البيع الآجل الخ

2-التجارة الخارجية:

مصرف السلام-الجزائر، يضمن لك تنفيذ تعاملاتك التجارية الدولية دون تأخير، حيث يقترح عليك خدمات سريعة وفعالة من:

وسائل الدفع على المستوى الدولي: العمليات المستندية؛ التعهدات وخطابات الضمان البنكية.

3-الاستثمار والادخار:

هل ترغب في تنمية رأس مالك واستثمار فائض سيولتك؟ هل تريد الاستفادة من أفضل شروط موجودة في السوق؟

مصرف السلام-الجزائر يقترح عليك حلول جذابة وآمنة من خلال:

اكتتاب سندات الاستثمار؛

فتح دفتر التوفير (أمنيته)؛

بطاقة التوفير (أمنيته)؛

حسابات الإستثمار،... الخ

4-الخدمات:

خدمة تحويل الأموال عن طريق أدوات الدفع الآلي؛

الخدمات المصرفية عن بعد " السلام مباشر "؛

خدمة "موبايل بنكنغ"؛

خدمة مايل سويفت " سويفتي "؛

بطاقة الدفع الإلكترونية " آمنة "؛

بطاقات السلام فيزا الدولية؛

خدمة الدفع عبر الأنترنت "E-Amina"؛

خزانات الأمانات " أمان "؛

ماكينات الدفع الآلي؛

ماكينات الصراف الآلي،... الخ (www.alsalamalgeria.com ، 2022)

مثال عن خدمات والوثائق المطلوبة لبنك السلام الجزائري

الوصف:

ترغبون في اقتناء اجهزة كهرومنزلية، اثاث منزلي، او غيره والاستفادة من تمويل من دون دفع مبلغ توي او من دون التنقل؟

مصرف السلام الجزائري يقدم لكم الوسيلة الامثل

اكتشفوا حصريا خدمتنا الجديدة "إ-تيسير" للتمويل 100 % عبر الانترنت على المنصات الرقمية

Www.savitem.dz

Www.diardzair.dz

Www.taksit.dz

هو فضائكم الرقمي الجديد متوفر على مدى 24/24 سا و7ايام / 7

يمكنكم تقديم طلبات مشترياتكم عبر الانترنت وتسديدها بالتقسيط وفق احكام الشريعة من دون دفع اي مبلغ اولي

ندعوكم لزيارة الفضاء الرقمي "إ-تيسير" الخاص بكم على المنصات الرقمية للشركاء المعتمدين لدى المصرف

مزايا الخدمة:

-الوسيلة الاسرع والامثل للاستفادة من تمويل استهلاكي

-تقديم طلبات شرائكم وتسليم ملفكم دون تنقل

-يتم التوصيل الى عنوانكم اينما كنتم

-تمويل من دون دفع اي مبلغ اولي او رسوم الملف

-خدمة 100 % عبر الانترنت دون اي قيود

-افضل تمويل لذوي الدخل المحدود

-الاستفادة من المرافقة خلال كل مدة التمويل

-صيغة تمويل معتمدة من الهيئة الشرعية للمصرف

الشروط الاهلية:

-السن من 19 سنة الى 70 سنة (آخر قسط)

-اثبات دخل ثابت ومنتظم (موطن لدى حساب بريد الجزائر او مصرف السلام الجزائري)

-اثبات راتب شهري قيمته 30 000 دينار جزائري كحد أدنى

-مدة التمويل تتراوح من 12 الى 36 شهرا

-المستحقات الشهرية لا تتعدى 30 % من الراتب الشهري.

إ-تيسير بعض الخطوات:

سجلوا انفسكم على المنصات الرقمية لشركاء المصرف "سافيتام" و " ديار دزاير "

-املاً عربة التسوق الخاصة بكم ثم قدمو الطلب

-سجل بياناتك وسدد المستحقات عبر الانترنت

-يتم توصيل طلبكم الى مقر سكنكم

الوثائق المطلوبة:

-نسخة من بطاقة التعريف الوطنية قيد الصلاحية (بيومترية)

-شهادة ميلاد

- شهادة اقامة قيد الصلاحية لا تتعدى ثلاثة اشهر
- شهادة عائلية للمتزوجين او شهادة الحالة الشخصية لغير المتزوجين
- جدول حساب بنكي على مدى ثلاثة اشهر الاخيرة
- وثائق او مبيعات تثبت مداخيل اخرى من غير النشاط المهني الفعلي
- تعهد كتابي لتوطين الاجر في مصرف السلام الجزائري ممضي من طرف المتعامل او مصادق عليه من صاحب العمل (امضاء او ختم) (حسب الحالة)

***للأجراء اضافة:**

- شهادة عمل بتاريخ حديث اقل من شهر يوضح عدم محدودية عقد العمل والترسيم في المنصب
- كشف الراتب لثلاثة اشهر الاخيرة
- كشف الاجور
- *للمتعاقدين اضافة:

بيان منحة التقاعد او شهادة كشف الاجر من الضمان الاجتماعي

ملاحظة: على الكفلاء تقديم نفس الوثائق

* لفتح الحساب اضافة:

- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية او رخصة السياقة قيد الصلاحية (بيومترية)

- شهادة ميلاد

- شهادة اقامة قيد الصلاحية لا تتعدى ثلاثة اشهر

- صورة شمسية للمعني

(من وثائق البنك)

ثانيا: نشاطات مصرف السلام الجزائري

إن مصرف السلام الجزائري يقوم بالعديد من النشاطات وتتعلق هذه النشاطات بالأنشطة التنظيمية وأنشطة الرقابة والأنظمة الآلية الخاصة بنظام المعلومات والتسويق ونظام الشبكية والموارد البشرية، وتطوير المنتجات.

ومن هذا سنتطرق من خلال هذا الفرع عن أهم النشاطات التي يعمل بها مصرف السلام الجزائري:

1-الأنشطة التنظيمية:

اعتمد مصرف السلام الجزائري على 37 نصا تنظيميا، فيه جوانب كثيرة من نشاطات المصرف ونذكر أهمها:

أ-إعادة تنظيم الهيكلية والوظيفي وتصنيفها (مؤسسات، فرع تجزئة المصرفية، فرع مشترك) من خلال وضع اطر لتوسيع شبكة المصرف على مستوى الوطن من اجل تحقيق التميز وتطوير جودة خدمات المصرف

ب-معالجة العمليات وتحديث إجراءات التسيير بواسطة بطاقات الدفع الالكتروني والدفع عبر الانترنت

ج-تطوير الإجراءات المتعلقة بمعالجة الخدمات المصرفية عن بعد وذلك بهدف مواكبة تطور نظام الخدمات المصرفية الالكترونية.

د-تطوير الإجراءات التنظيمية والعملية المتعلقة بوظيفة التمويل لإعادة تكييف معالجة تمويلات ممنوحة من قبل المصرف للمؤسسات والأفراد من اجل الوصول الى الطرق المثلى لتحقيق احسن تكافل (www.alsalamalgeria.com، 2022).

2-نشاط الرقابة:

وينقسم نشاط الرقابة الى قسمين هما:

أ-الرقابة الشرعية:

تعمل إدارة الرقابة الشرعية في مصرف السلام الجزائري على مايلي:

1-تطبيق مهام التدقيق الدوري على عمليات المصرف وتقوم بإعداد تقارير التدقيق ورفعها الى هيئة الفتوى والرقابة الشرعية واستعراضها ومناقشتها.

2-متابعة تنفيذ الإدارات والأقسام المعنية لتعليمات صادرة عن الإدارة او توصيات تتعلق بأمر الشريعة القادمة عن هيئة الفتوى (https://allizzislamic.com ، 2022).

3-العمل على تنشيط الدورات التدريبية لفائدة ومصلحة موظفي المصرف حول أساسيات العمل المصرفي الإسلامي بأصول ومميزات الاستثمار والادخار والتمويل (www.alsalamalgeria.com ، 2022).

ب- الرقابة الدورية:

ان عمل نشاط إدارة التدقيق والفتوى على:

العمل على تنفيذ 12 مهمة تدقيق التي منها التدقيق على 7 فروع للمصرف، ومهام أخرى متعلقة بعدة جوانب ذات مخاطر عالية كالتدقيق على العمليات النقدية الآلية، الودائع الاستثمارية والضمانات، تمويل الأشخاص وكذلك تنظيم اجتماعات لجنة التدقيق التابعة لمجلس الإدارة (www.alsalamalgeria.com، 2022)

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائري

شكل رقم 03: للهيكل التنظيمي لبنك السلام الجزائري



من اعداد الطالبة

يعد الهيكل التنظيمي في أي مؤسسة كانت دورا مهما في تنظيم وفهم وتوضيح في مستويات المهمة داخل المصرف حيث يتكون الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائري منقسمين وهما: مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.

أولاً: مجلس الإدارة

يأتي مجلس الإدارة في مصرف السلام الجزائري في المقام الأول ويعمل على تحديد التوجيهات الإستراتيجية للمصرف بكل احترافية وسهولة من اجل تمكينه من تحقيق أهدافه المراد تحقيقها، حيث قام بالاعتماد على مجموعة من الوثائق والأنشطة التي تضبط نشاط المصرف نذكر في ما يلي:

-النظام الداخلي لمجلس الإدارة والدي وضع في الشكل أعلاه

- إستراتيجية المصرف سنتي (2019، 2021) التي تم اعتمادها بتاريخ 13 ديسمبر 2018.

- السياسة الائتمانية وسياسة مخاطر السيولة والمخاطر التشغيلية ومخاطر الامتثال التي تم اعتمادها في ديسمبر 2015. (من وثائق المصرف)

ثانيا: الإدارة التنفيذية

تأتي الإدارة التنفيذية في المقام الثاني في الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائري وتتكون في مايلي:

-هيئة الفتوى والرقابة الشرعية:

وتتكون من كبار علماء الشريعة الإسلامية والاقتصاد ممن لهم الإلمام بالعلوم الدينية والنظم الاقتصادية والقانونية والمصرفية والمعاملات الإسلامية يتم تعيينهم من مجلس الإدارة وبموافقة الجمعية العادية للمصرف وهي المسئولة الوحيدة عن إصدار الأحكام والفتاوى الشرعية لكل ما يتم رفعه إليها من قضايا ومواضيع لها علاقة بالعقود التي يقوم بالإبرام عليها مع معامليه، والرقابة على جميع أعمال الإدارة والفروع للتأكد من قبولها لأحكام الشريعة الإسلامية

-مصلحة الأفراد:

يقدم مصرف السلام الجزائري سواء للأفراد او الشركات خدمات متوافقة ومعايير مصرفية معاصرة وتقنيات متطورة تتمثل في السلام مباشرة، خدمة الاعتماد المستندي... الخ

-مصلحة الخدمات عبر الانترنت:

تتمثل في بطاقة الدفع الإلكترونية آمنة، بطاقات الدفع الدولية السلام فيزا... (المختار و آخرون، 2018-2019)

المبحث الثاني: الصيغ التمويلية المطبقة في خدمات مصرف السلام الجزائري

تقوم المصارف التجارية بعمليات القروض والسلفيات لعملائها مقابل فائدة ربوية محددة مقدماً. أما في المصارف الإسلامية فيتم استخدام الأموال عن طريق صيغ التمويل المتعددة والمشروعة والتي تناسب كافة الأنشطة سواء أكانت تجارية، صناعية، زراعية، عقارية، مهنية، حرفية. ويعد نشاط التمويل من أهم الأنشطة بالمصارف الإسلامية حيث تمثل عوائده أهم مصدر للأرباح.

ولهذا سنتعرف في هذا المبحث على الصيغ التمويلية التي يستخدمها مصرف السلام الجزائري في تعاملاته المصرفية الإسلامية، ويتكون هذا المبحث من أربعة مطالب وهي:

- 1-المطلب الأول: صيغ التمويل بالمشاركة والمضاربة
- 2-المطلب الثاني: صيغ التمويل بالسلم والإجارة
- 3-المطلب الثالث: صيغ التمويل بالبيع بالتقسيط والمرابحة
- 4-المطلب الرابع: صيغ التمويل بالاستصناع والبيع الآجل

المطلب الأول: صيغ التمويل بالمشاركة والمضاربة

سنتناول في هذا المطلب على صيغتين تمويليتين يطبقها مصرف السلام الجزائري في خدماته المصرفية الإسلامية وهي صيغة المشاركة وصيغة المضاربة وهما كالآتي:

أولاً: صيغ المشاركة

-تعريف صيغة المشاركة

تنفذ صيغ المشاركة لدى المصرف من خلال شركة العقد وشركة الملك وتكون المشاركة دائمة أو متناقصة.

شركة العقد: اتفاق اثنين أو أكثر على خلط ماليهما أو عمليهما أو الزاميهما في الذمة بقصد الاسترباح.

شركة الملك:

تملك اثنين فأكثر عينا أو ديناً عن طريق الإرث أو الشراء أو الهبة أو الوصية أو نحو ذلك من أسباب التملك، ويكون كل منهما أجنبياً في نصيب صاحبه ممنوعاً من التصرف فيه إلا بإذنه.

صيغة المشاركة لدى المصرف على أساس شركة العقد:

هي شركة يعقدها المصرف مع المتعامل حيث يسهم كل منهما في رأس مال صفقة أو مشروع على أن يقتسما الربح المحقق بناء على النسب المتفق عليها ضمن العقد، وتظل الشركة قائمة إلى انقضاء مدتها أو موضوعها.

صيغة المشاركة لدى المصرف على أساس شركة الملك:

هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بناء على طلب المتعامل بمشاركته في شراء أو تملك عقار فيكون لكل منهما حصة شائعة في ملكيته وعلى أساسه ما يقوم المصرف بإيجار هذه الحصة إلى المتعامل إجارة منتهية بالتمليك.

المشاركة المتناقصة:

هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بمشاركة المتعامل في مشروع قائم أو بصدد الإنجاز على أن يقتسما الأرباح المحققة وفق النسب المتفق عليها، ويعد المصرف في إطارها المتعامل من خلال وعد منفصل أن يبيعه حصصه تدريجياً أو دفعة واحدة حيث يتنازل عنها بناء على طلب المتعامل بعقود بيع مستقلة ومتعاقبة بالثمن المتفق عليه عند البيع.

فالمشاركة المتناقصة عبارة عن شركة يتعهد فيها أحد الشركاء بشراء حصة الآخر تدريجياً إلى أن يتملك المشتري المشروع بكامله. وتتكون هذه العملية من الشركة في أول الأمر، ثم البيع والشراء بين الشريكين على أن لا يكون البيع والشراء مشروطاً في

هذه الشركة، وإنما يتعهد الشريك بذلك بوعده منفصل عن الشركة، وكذلك يقع البيع والشراء بعقد منفصل عن الشركة، ولا يجوز أن يشترط أحد العقدين في الآخر (www.alsalamalgeria.com، 2022).

وتعرف أيضاً صيغة المشاركة على أنها يقوم طرفين أو أكثر بإبرام عقد بينهما، يقدم فيها كل واحد منهم حصة حصة في رأس مال المؤسسة وهذا من أجل المساهمة في مشروع بصدد الإنجاز أو مشروع قائم والربح يوزع بينهم على حسب الاتفاق المبروم ومن ناحية الخسارة تكون حسب مشاركة كل واحد منهم في رأس مال المؤسسة.

ونذكر هنا من أنواع صيغة المشاركة وهي المشاركة المستمرة والمشاركة المنتهية بالتملك، تتمثل المشاركة المستمرة في عدم تحديد أجل أو طريقة لفض الشركة فتستمر مدام المشروع مستمرا ومزال يعمل، أما المشاركة المنتهية بالتملك أو ممكن القول عنها في مصطلح آخر المشاركة المتناقصة وجاءت في هذه التسمية لأنها تتناقص مع الوقت وتدرجياً (حسيني، 1996، الصفحات 8-9)

-خطوات صيغة المشاركة:

1-تقديم طلب المشاركة: على العميل ان يقوم بتقديم طلب للمصرف للمشاركة في مشروع استثماري مشاركة متناقصة، مع تقديم له على جميع الوثائق اللازمة لذلك.

2-دراسة الطلب: يعمل المصرف على دراسة الملف المقدم ويقوم بالتحقق من الرفقات السابقة، وبعد هذا يقرر بالموافقة عليه او لا يقوم بالموافقة عليه، لكن اذا تم الموافقة عليه يقوم بتحديد مجموعة من الامور نذكر اهمها:

- كتابة العقد والتوقيع عليه

-فتح حساب خاص بالمؤسسة

-تحديد الضمانات المطلوبة

-قيمة التمويل الذي يقوم المصرف بتقديمه مع كيفية الدفع وشروط الدفع.

3-يقوم المصرف بالتنازل عن حصته في المشروع للشريك حسب مقتضيات الاتفاق (الهيبي، 2006، الصفحات 125-126)

-ضوابط التمويل عن طريق المشاركة

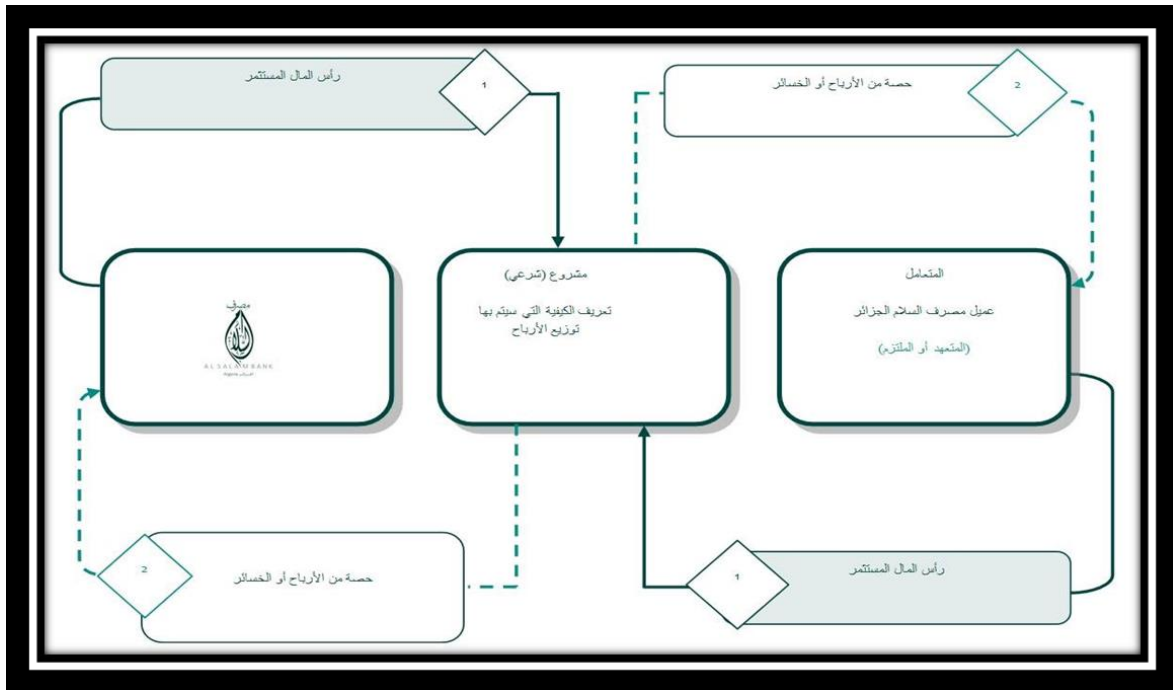
لقد وضع الفقهاء مجموعة من القواعد التي تضبط التمويل عن طريق المشاركة وهي:-

1. أن يكون رأس المال من النقود والأثمان وأجاز بعض الفقهاء أن يكون عروضاً (بضاعة).

2. أن يكون رأس المال معلوماً وموجوداً يمكن التصرف فيه.

3. لا يشترط تساوي رأس مال كل شريك بل يمكن أن تتفاوت الحصص.
4. يكون الربح. بينهم على حسب ما اشترطوا بنسبة شائعة معلومة، فإذا لم يشترطوا يكون الربح حسب نسبة رأس مال كل منهم إلى رأس مال المشاركة.
5. يكون توزيع الخسارة حسب نسبة رأس مال كل شريك فقط.
6. يجوز أن ينفرد أحد الشركاء بالعمل ويشتركوا في الربح بنسبة متساوية، كما يجوز أن يختلفوا في الربح برغم تساويهم في المال.
7. في حالة عمل جميع الشركاء في إدارة الشركة، يجوز أن تكون حصص بعضهم في الربح أكبر من نسب حصصهم في رأس المال، نظراً لأن الربح في شركات العنان هو عائد رأس المال والعمل، والعمل مما يجوز التفاوت فيه، فقد يكون أحد الشركاء أبصر بالتجارة من غيره. أنواع المشاركات كما تقوم بها المصارف الإسلامية: تتعدد أنواع المشاركات وفقاً للمنظور وراء كل تقسيم والأهداف المرغوبة منه. [Http://platform.almanhal.com](http://platform.almanhal.com) تم الاطلاع عليه يوم 26-04-2022

شكل 04: شكل يوضح صيغة المشاركة في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

ثانيا: صيغة المضاربة

تعريف المضاربة

المضاربة عقد شركة في الربح بمال من أحد الطرفين وعمل من الآخر وهي عقد مشروع ينظم التعاون الاستثماري بين رأس المال من جهة والعمل من جهة أخرى، بحيث يكون الربح الناتج عنها مشتركاً، ومشاعاً بين طرفيها وفق ما يتفقان عليه. ويسمى الطرف الذي يدفع رأس المال (رب المال)، ويسمى الطرف الذي عليه العمل (المضارب) أو (العامل) أو (المقارض).

المضاربة المطلقة:

هي التي يفوض فيها رب المال المضارب في أن يدير عمليات المضاربة دون أن يقيده بقيود، حيث يعمل فيها بسلطات تقديرية واسعة.

المضاربة المقيدة:

هي التي يقيد فيها رب المال المضارب بالمكان أو المجال الذي يعمل فيه وبكل ما يراه مناسباً بما لا يمنع المضارب عن العمل.

عقد المضاربة لدى المصرف:

عقد مشاركة بين المصرف والمتعامل في صفقة أو مشروع يسهم /يقوم المصرف بتمويله ويتكفل المتعامل بإدارته وتنفيذه على أن يوزع الربح بينهما بحسب النسب المتفق عليها. (www.alsalamalgeria.com)

تعرف المضاربة أيضا على انها إبرام عقد بين طرفين في مشروع ينظم التعاون الاستثماري بين رأس مال من جانب والعمل من جانب آخر، ويجب ان يكون العائد مشتركاً بينهم وفق ما تم الاتفاق عليه.

وتتكون المضاربة من أنواع وهي مضاربة مطلقة او مضاربة مقيدة، حيث تكون المضاربة مطلقة اذا منحت الحرية للمضارب للتصرف فيها دون قيود من الرئيس، فيقوم بالعمل فيها بسلطات تقديرية ذات نطاق واسع، اما عندما تكون المضاربة مقيدة تكون في وضع شروط معينة كتحديد نوع التجارة والمجال المكاني.....الخ.

وأیضا يمكن ان تكون اجتماعية او ثنائية حسب تعداد الأطراف اما من جانب المضارب او من جانب صاحب المال (حسيني، 1996، صفحة 7).

خطوات عقد المضاربة في مصرف السلام الجزائري:

سنذكر ابرز الخطوات التي يتم عمل عليها عقد المضاربة في مصرف السلام الجزائري بصفته هو صاحب المال وليس هو المضارب في مايلي:

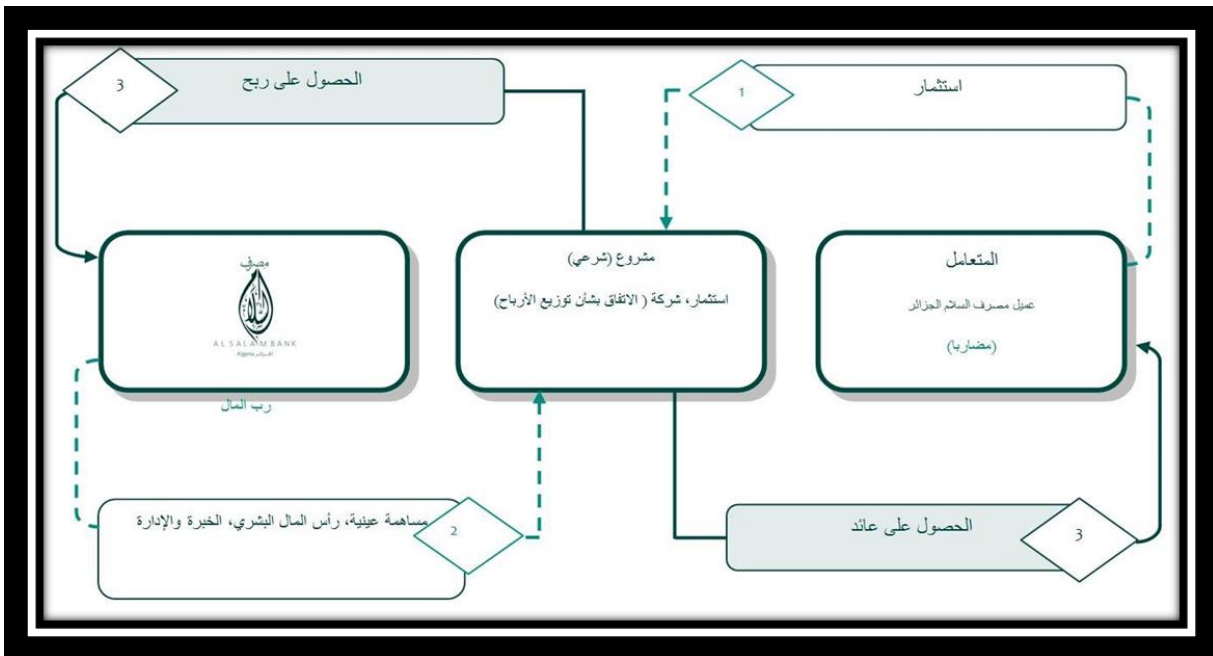
1-تكوين مشروع المضاربة: يقوم مصرف السلام بتقديم رأس مال اللازم للمشروع وبعدها يقدم المضارب جهده وخبرته من اجل استثمار ذلك المال نظير حصوله على ربح الذي تم الاتفاق عليه فيما بينهما ويتمثل هذا الربح في الزيادة على رأس مال نتيجة استثماره في مختلف المشروعات الإنتاجية المشروعة كالتجارة والزراعة وغيرها ... وهذا بعد خصم جميع التكاليف المنفقة عليه للحصول على تلك الزيادة.

2-تسديد رأس مال المضاربة: يقوم المصرف باستعادة رأسمال المضاربة الذي تم تقديمه من طرفه قبل ان يتم تقسيم الأرباح (الحاجي، 2010، ص 15).

3-توزيع نتائج المضاربة: إن كان الربح يتم توزيعه حسب الحصص الموثقة في العقد، اما ان كانت الخسارة فيتحملها المصرف وحده مادامت لم تكن بسبب العميل وتمثل هذه الخسارة في الفرق الذي يتبقى من إيرادات الإنتاج بعد خصم كافة نفقات الإنتاج سواء كانت صريحة او ضمنية، اذا كان الفرق سالبا (كليب، 2010، ص 36).

اما إذا كانت الخسارة مفتعلة من قبل العميل فيقوم المصرف بالرجوع الى الضمانات المأخوذة عنه حاب عدم تسديده لرأسمال. (حسيني، 1996، صفحة 8)

شكل 05: شكل يوضح صيغة المضاربة في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

المطلب الثاني: صيغة التمويل بالسلم والإجارة

سنتناول في هذا المطلب على صيغتين تمويليتين يطبقها مصرف السلام الجزائري في خدماته المصرفية الإسلامية وهي صيغة السلم وصيغة الإجارة وهما كالآتي:

أولاً: صيغة السلم

هي صيغة تمويل تتم على مرحلتين وتعتمد على عقدين منفصلين عقد بيع السلم وعقد التوكيل بالبيع حيث يقوم المصرف بشراء سلع أو بضائع من المتعامل سلماً ثم يوكله في بيعها بعد تسليمها.

تعريف السلم:

عقد بيع بين المتعامل (المسلم إليه) وهو البائع، والمصرف (المسلم) وهو المشتري بمقتضاه يلتزم المشتري بدفع الثمن معجلاً مقابل استلام المبيع مؤجلاً على أن يكون المسلم فيه-المبيع-مضبوطاً بصفات محددة ويسلم في أجل معلوم. www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

وتعرف صيغة السلم أيضاً على أنها إبرام عقد بين طرفين هما المسلم إليه وهو البائع والمسلم هو المشتري، حيث يلتزم بمقتضاه بدفع الثمن معجلاً نظير استلام المبيع مؤجلاً (خضراوي، 1، 2015-2016، صفحة 76).

تعريف السلم الموازي:

يتمثل السلم الموازي في دخول المصرف في عقد سلم مستقل ثان مع طرف آخر على سلعة مواصفاتها مطابقة للسلعة المتعاقد عليها في السلم الأول وذلك بهدف بيع السلعة المشتريه ضمن عقد السلم الأول دون أن يعلق العقد الثاني على نفاذ العقد الأول.

تعريف عقد التوكيل بالبيع:

هو عقد مستقل يقوم من خلاله المصرف بتوكيل المتعامل البائع سلماً ببيع السلع محل عقد بيع السلم بعد تسليمها للمصرف بشروط معينة. www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

-خطوات بيع السلم في مصرف السلام الجزائري:

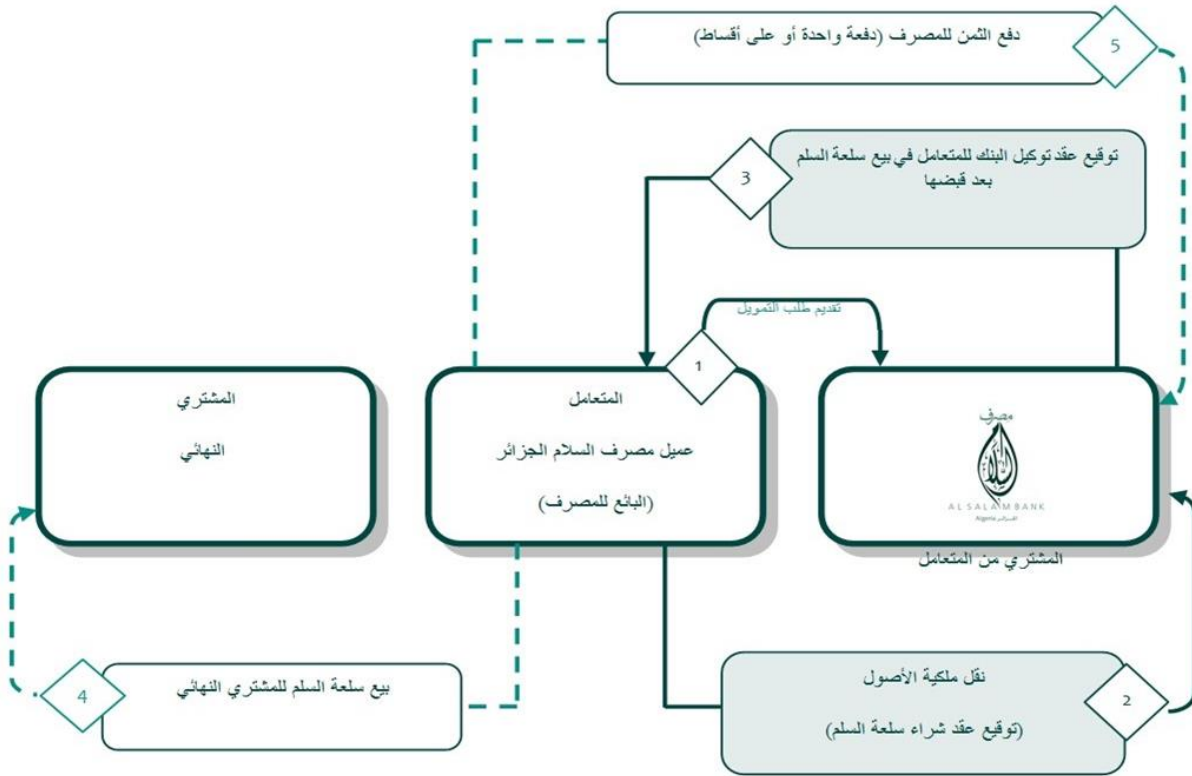
1-عقد بيع السلم: حيث يعرض العميل على المصرف على بيع سلعة محددة بثمن، أما التسليم يكون في أجل لاحق، وهذا بناءً على موافقة المصرف على الطلب يتم توقيع عقد السلم بين الطرفين ترفق بيه الفاتورة المتعلقة بالبضاعة محل البيع ويأخذ منه ضمانات سواءً عينية أو شخصية على تنفيذ التزامه.

2- عقد وكالة مع العميل: بحيث يعتبر العميل خبير في مجال تصريف وبيع السلع (www.alsalamalgeria.com ، تم الاطلاع عليه يوم 29-05-2022)

و بهذا فان المصرف يقوم بابرام عقد وكالة معه يوكله بالمهمة، اذا فان العميل يكون وكيلا عن المصرف لا مالگًا للسلع ويكون امينا عليها

3- تسليم وتسليم السلعة في الاجل المحدد: عندما يستلم المصرف السلعة يُثبت ذلك في محضر ويقوم العميل بالتوقيع عليه ومندوب المصرف هو الذي من يقوم بمعاينتها ويقر وجودها (العيادي، 2010، ص49)

شكل 06: شكل يوضح صيغة السلم الذي يطبقه مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

ثانيا: صيغة الإجارة

هو عقد بين المصرف والمتعامل يؤجر المصرف بمقتضاه عينا موجودة في ملك المصرف عند التعاقد أو موصوفة في ذمة المؤجر تسلم في تاريخ محدد وهي نوعان:

1- إجارة منتهية بالتملك: وهي التي تنتقل فيها ملكية العين المؤجرة إلى المستأجر في نهاية مدة الإجارة (قد تكون العين المؤجرة مشتركة من المتعامل نفسه أو من طرف ثالث).

2- إجارة تشغيلية: وهي التي تعود فيها العين المستأجرة إلى المؤجر في نهاية مدة الإجارة.

(www.alsalamalgeria.com) تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

وتعرف الإجارة ايضاً في تعريف آخر على أنها إجارة يرتبط بها الوعد بالتمليك العين المؤجرة للمستأجر في نهاية مدة الإيجار أثناء الإيجار، فيقوم المصرف من خلالها بشراء بأصول منقولة أو أصول غير منقولة بناءً على طلب المتعامل ثم إيجارها له إجارة منتهية بالتمليك وتتم هذه العملية بعقود منفصلة مستقلة فتعقد الإجارة أولاً عن طريق عقد مخصص بها (www.alsalamalgeria.com) تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

ويشمل هذا التمويل مختلف الأعيان سواء كانت عقارات أو آلات أو تجهيزات (حسيني، 1996، صفحة 6)

مميزات التمويل بصيغة الإجارة مع الوعد بالتملك

ومن مزاياها للمؤجر (المصرف): وهو الممول للعملية الذي يشتري الأصل موضوع العملية بغرض تأجيره إلى المستأجر (وفقاً للمواصفات التي يريدها المستأجر) وينتقل الأصل من المنتج إلى المستأجر مع احتفاظ المؤجر بكافة حقوقه من امتلاك الأصل.

أما أهم مزاياه للمؤجر فهي:

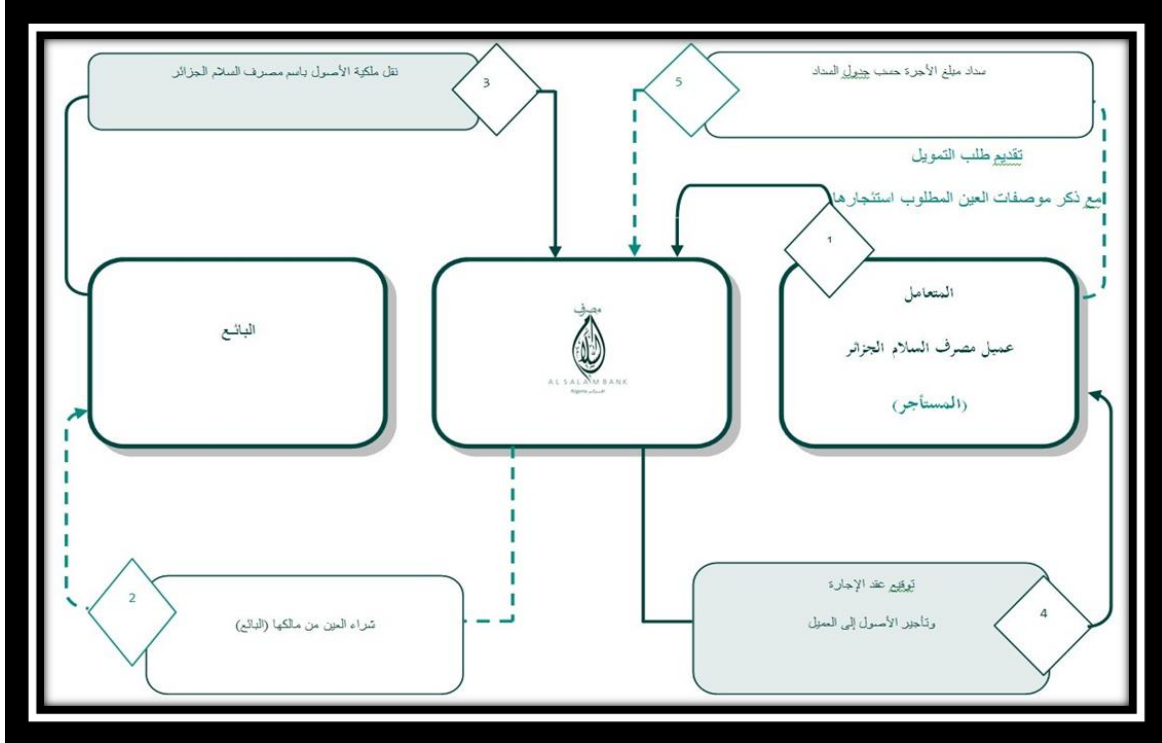
1. يدر عليه عائداً بالنسبة لأمواله المستثمرة (في شراء الأصل المؤجر) وبضمان جديد يتمثل في ملكيته للأصل المؤجر ذاته.
2. يتم خصم نسبة (تمثل قسط الإهلاك) من قيمة الأصول المؤجرة من أرباح المؤجر لتحديد صافي الربح الخاضع للضريبة رغم أنه ليس هو المستخدم لهذه الأصول.

بالنسبة للمستأجر (العميل): وهو الذي تتم عملية التأجير لصالحه أي أنه يحدد ما يريد استئجاره (وقد يصنع خصيصاً له) وهو الذي يستخدم الأصل، ويلتزم بسداد الدفعات الإيجارية عنه حسب الاتفاق وأهم مميزاته للمستأجر:

1. الحصول على تمويل كامل الأصول المستأجرة (حيث أنه لا يتطلب أن يدفع المستأجر جزءاً من ثمنه مقدماً).
2. يتم خصم كامل قيمة الدفعات الإيجارية من أرباح المستأجر وصولاً إلى صافي الربح الخاضع للضريبة - وهذه الدفعات تكون عادة أكبر من قيمة قسط الإهلاك المسموح بخصمه، ومن ثم يحقق التأجير ميزة ضريبة للمستأجر. وتستخدم صيغة الإجارة بالمصارف الإسلامية تحت مسمى "التأجير مع الوعد بالتملك" وذلك تطبيقاً لقرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم 110 الصادر في دورته الثانية عشر التي عقدت في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية خلال الفترة من 23 / 28 / سبتمبر / 2000 والذي ينص على ضرورة الفصل بين عقد التأجير وبين عقد التمليك حيث أن لكل عقد حقوق والتزامات لدى

الأطراف تختلف باختلاف العقدين بحيث يتم أولاً توقيع عقد الإجارة وفي نهاية مدة التأجير يتم توقيع عقد البيع وانتقال الملكية للعميل. (Http: //platform.almanhal.com) تم الاطلاع عليه يوم (2022-04-26)

شكل 07: يوضح صيغة الإجارة المطبقة في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

المطلب الثالث: صيغة التمويل بالمراجحة والبيع بالتقسيط

سنناول في هذا المطلب على صيغتين تمويليتين يطبقها مصرف السلام الجزائري في خدماته المصرفية الإسلامية وهي صيغة المراجحة وصيغة البيع بالتقسيط وهما كالآتي:

أولاً: صيغة التمويل بالمراجحة

-تعريف المراجحة:

هي عملية شراء المصرف لأصول منقولة أو غير منقولة بمواصفات محددة بناءً على طلب ووعده المتعامل بشرائها ثم إعادة بيعها بمراجحة بعد تملكها وقبضها بثمن يتضمن التكلفة مضافاً إليها هامش ربح موعود به من المتعامل.

فالعملية مكونة من وعد بالشراء ثم شراء البضاعة ثم بيعها بمراجحة، ومن ثم فهي ليست من قبيل بيع الإنسان ما ليس عنده، لأن المصرف لا يعرض أن يبيع شيئاً، ولكنه يتلقى أمراً بالشراء، وهو لا يبيع حتى يملك ما هو مطلوب ويعرضه على

المشتري الأمر ليرى إذا كان مطابقا لما وصف أم لا، كما أن هذه العملية لا تنطوي على ربح ما لم يضمن، لأن المصرف قد قبض البضاعة التي اشتراها فانتقل إليه الضمان. (www.alsalamalgeria.com، 2022)

-خطوات عقد المراجعة لأمر بالشراء:

1-طلب الشراء: يقوم العميل بتقديم طلب يتم فيه توضيح رغبته من اجل شراء سلعة ذات مواصفات يرغبها ويشترئها منه بالمراجعة حيث يقوم العميل تحرير نموذج طلب الشراء يحتوي على بعض المستندات والملفات المتعلقة به شرط التسليم وغيرها من المعلومات.

2-دراسة جدوى طلب الشراء: وهو التحقق من صحة البيانات الواردة من العميل.

-دراسة البيانات المقدمة من العميل والأقساط والدفعة المقدمة

-دراسة السلعة وسوقها من ناحية القابلية للتسويق ومن ناحية المخاطر.

-دراسة تكلفة الشراء ونسبة الربح ودراسة النواحي الشرعية للتجارة في السلعة المرغوب بها. (خضراوي ا،، 2015-2016، الصفحات 74-75) (خضراوي، 2015-2016، ص 74-ص 75)

3-تحرير عقد الوعد بالشراء وضمن سداد الجدية: إذا تم قبول طلب العميل من قبل المصرف فيتم استدعائه من اجل توقيع وعد الشراء الذي يلزم من خلاله المصرف العميل بشراء البضاعة ويسجل فيه مواصفات المبيع المرغوب شراؤها من جديد وبيانات عن الربحية والأقساط والدفعة المقدمة ويحدد هامش ضمان الجدية الذي هو عبارة عن مبلغ يطلب مالي يطلبه المصرف من المتعامل عند طلب التمويل يثبت فيه جديته في وعده ويحتفظ به المصرف أمانة لديه حيث يستأمن من خلاله إخلاف المتعامل الواعد بالشراء (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

4-الاتصال بالموارد والتعاقد معه على الشراء: بعد ان يتم التوقيع على عقد الوعد ودفع هامش ضمان الجدية يقوم المصرف باقتناء السلعة وذلك بعد الاتصال بالموارد والتعاقد معه لشراؤها تحت اسمه ومسؤوليته (خضراوي ا،، 2015-2016، الصفحات 75-76).

5-ابرام عقد البيع مع العميل: بعد شراء المصرف للسلعة يقوم باستدعاء العميل من اجل التوقيع على عقد المراجعة المتضمن على معلومات وبيانات متمثلة في اطراف العقد وثن البيع الأصلي والأرباح والمواصفات، الاقساط قيمةً وزمناً وهامش ضمان الجدية.

6-تسليم واستلام السلعة: وأخيرا يقوم المصرف من خلالها بتسليم السلعة للعميل، وقد صدر في فتوى الفقه انه لا يجوز للمصرف توكيل العميل بتسليم شيك للمورد واستلام البضاعة نيابة عنه الا عند الضرورة القصوى ويجب على الرقابة الشرعية

الموافقة عليها، وان تكون هذه الوكالة موثقة ومكتوبة حتى اذا هلكت السلعة تكون البيعة على المصرف وليس على العميل (خضراوي ا.، 2015-2016، صفحة 76)

-مجالات الاستثمار عن طريق صيغة بيع المراجحة للأمر بالشراء

وفرت هذه الصيغة للمصارف الإسلامية وسيلة تمويلية تمكنها من الوقوف أمام البنوك التقليدية وتحقيق الأرباح، حيث أن هذه الصيغة قد سدت احتياجات التجار والصناع الذين لا يرغبون في الدخول مع المصارف في المشاركة بكل ما تستلزمه من كشف للأسرار والمعلومات، ومن الجدير بالذكر أن المراجحات تمثل الجانب الأكبر من الاستثمارات إذ قد تصل إلى أكثر من 80 % من حجم الاستثمارات في بعض المصارف الإسلامية. وتمكن هذه الصيغة من تلبية احتياجات قطاعات مختلفة منها على سبيل المثال:

-القطاع الحرفي: عن طريق شراء الآلات والمعدات اللازمة للورش.

-القطاع المهني: عن طريق شراء الأجهزة الطبية للأطباء ومستلزمات المهن الأخرى.

-القطاع التجاري: عن طريق شراء البضائع سواء من الداخل أو الخارج.

-القطاع الزراعي: عن طريق شراء الآلات الزراعية الحديثة.

-القطاع الصناعي: عن طريق شراء المعدات الصناعية الضخمة.

-القطاع الإنشائي: عن طريق شراء معدات البناء مثل اللورد.

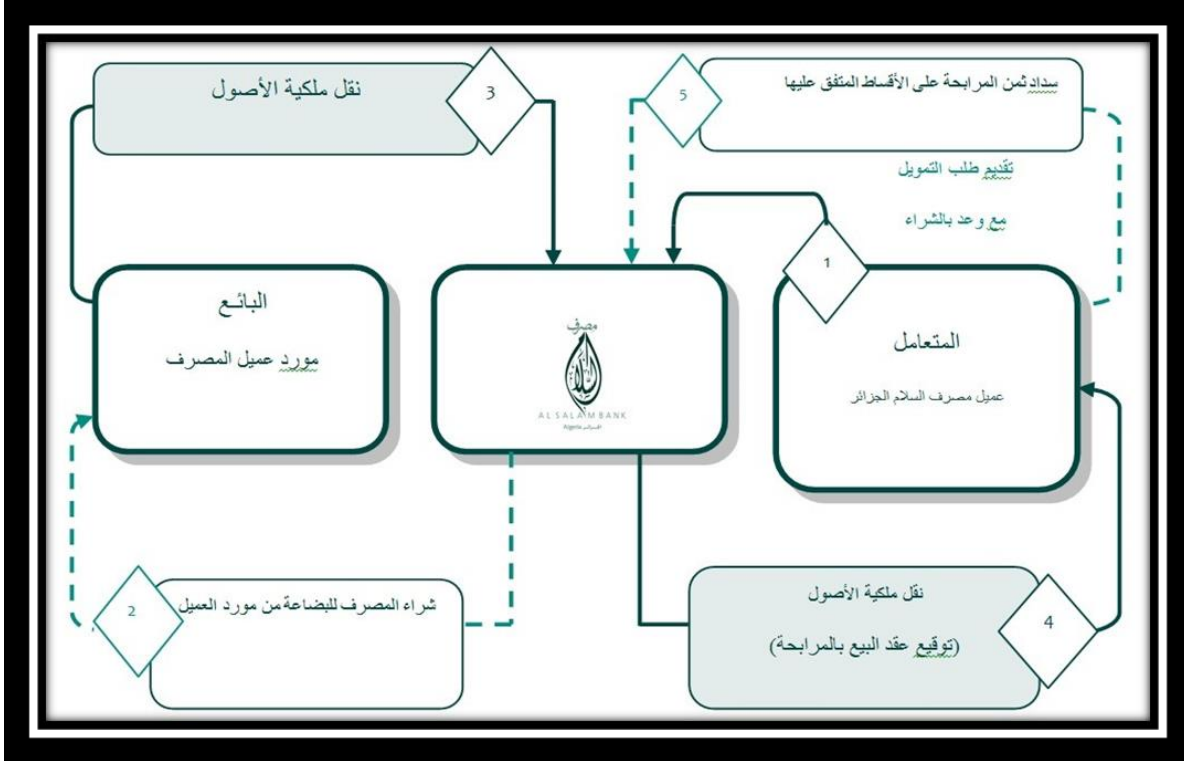
كما يمكن للمصارف الإسلامية تلبية الاحتياجات للاستعمال الشخصي مل شراء سيارة أو الأجهزة والأثاث المنزلية. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

-ضوابط الاستثمار عن طرق بيع المراجحة للأمر بالشراء

1. تحديد مواصفات السلعة وزناً أو عدداً أو كيلاً أو وصفاً تحديداً نافياً للجهالة.
2. أن يعلم المشتري الثاني بثمن السلعة الأول الذي اشتراها به البائع.
3. أن يكون الربح معلوماً لأنه بعض الثمن سواء كان مبلغاً محدداً أو نسبة من ثمن السلعة المعلوم.
4. أن يكون العقد الأول صحيحاً.
5. ألا يكون الثمن في العقد الأول مقابلاً بجنسه من أموال الربا.

6. أن يتفق الطرفان على باقي شروط المواعدة من زمان ومكان وكيفية التسليم. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022)

شكل 08: شكل يوضح صيغة التمويل بالمراجحة في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق مصرف السلام الجزائري

ثانياً: صيغة البيع بالتقسيط

-تعريف البيع بالتقسيط:

هو عبارة عن عقد على مبيع بثمن يتم تأجيله يتم على أجزاء معلومة، وفي أوقات معلومة (التركي، 2003، ص34).

وبتعريف آخر له يتمثل في شراء المصرف سلع وبضائع او آلات ومعدات البناء على أساس طلب المتعامل، وبعدها يقوم بتملكه بها وقبضها القبض الناقل للضمان ببيعها للمتعامل من خلال تقسيط الثمن أقساطا متعددة وهذا بأجل معلوم (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022).

-البيع بالتقسيط للسيارات في مصرف السلام الجزائري:

هي صيغة يقوم من خلالها المصرف ببيع سيارات متوفرة لديه مملوكة له ومقبوضة من قبله بالتقسيط للمتعاملين، حيث يعرض على المتعاملين شراء السيارات المتوفرة ضمن مخزون السيارات التي اشتراها مسبقا وقبضها القبض الناقل للضمان.

إذا كانت السيارة المرغوب شراؤها من قبل المتعامل غير متوفرة ضمن مخزون المصرف، فإن المصرف يقوم باقتنائها وتملكها وعقب قبضها القبض الناقل للضمان ما يعرض على المتعامل شراؤها.

ومن ثم ليس في العملية بيع لما لا يملكه المصرف، لأن المصرف لا يبيع حتى يملك ما هو مطلوب من المتعامل ويعرضه عليه ليرى إذا كان مطابقا لما وصف، كما أن هذه العملية لا تنطوي على ربح ما لم يضمن، لأن المصرف قد قبض ما اشتراه فأصبح قابضا وضامنا يتحمل تبعة الهلاك.

لا يسبق البيع للمتعامل توقيع وعد بالشراء من قبله، حيث لا يوقع المتعامل في الحالتين عند تقدمه بطلبه وعدا بالشراء، ومن ثم ليس على المتعامل أي التزام قبل توقيعه عقد البيع بالتقسيط. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 05-05-2022).

- أهمية البيع بالتقسيط:

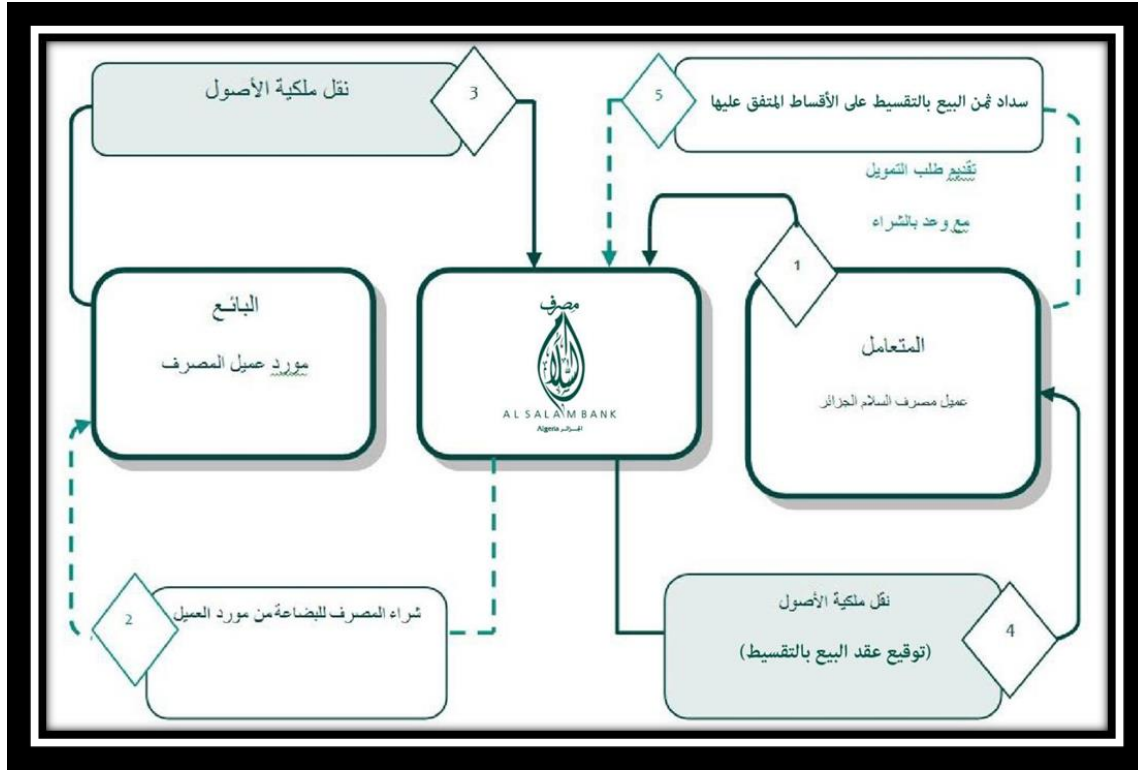
ان الأساس من البيع بالتقسيط من الحاجة اليه ومن اهميته، حيث انتشر هذا البيع انتشارا كبيرا بين الأفراد، ونذكر بعض أهمية هذا البيع في مايلي:

-تمكن الكثير من التجار من العمل وتمكن تجارتهم وهو لا يملكون راس مال حتى، مما يزيد في الدخل والإنتاج ويقوم بالتقليل من البطالة ويقوم أيضا بمعالجة العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية

-يستطيع البائع التنوع في طرق التسويق والبيع، حيث يقوم بالبيع نقدًا ولأجل سواء على أقساط متعددة وعلى قسط واحد، وبهذا يزيد من راس ماله وأرباحه أيضا وايضا يزيد من حجم تأثيره الاقتصادي في المجتمع.

-يمكن للمشتري الحصول على السلع والبضائع التي يريدتها حتى وان لم يكن لديه الثمن متوفرًا، وذلك عن طريق الشراء بالتقسيط، وهذا الأمر الذي يسهل عليه دفعه ثمنها بعقد مستمر بدلا من الادخار لشرائها. (مازون، 2018، صفحة 327).

شكل 09: شكل يوضح صيغة التمويل بالبيع بالتقسيط في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

المطلب الرابع: صيغة التمويل بالاستصناع والبيع الآجل

سنتناول في هذا المطلب عدة صيغتين تمويليتين يطبقها مصرف السلام الجزائري في خدماته المصرفية الإسلامية وهي صيغة

صيغة الاستصناع وصيغة البيع الآجل وهما كالآتي:

أولاً: صيغة الاستصناع

-تعريف عقد الاستصناع في مصرف السلام الجزائري:

إبرام عقد مع صانع من اجل عمل شيء معين في الذمة ويجب ان يكون العمل والعين من الصانع، ولكن اذا كانت

خلاف ذلك يكون العقد قد تحول الى عقد إجارة ولم يعد عقد استصناع (العيادي، 2010، صفحة 49).

ويجب ان تحدد فيه جميع مواصفات الشيء المصنوع ووقت تسليمه وكيفية التعامل مع كل إخلال بالتزامات التعاقدية، مع

ثمن الاستصناع مع طريقة وكيفية تسديده وآجاله (عادل الحسيني، 1996، صفحة 5).

كما عرف بنك السلام عقد الاستصناع على انه عقد بيع عين موصوفة في الذمة مطلوب صنعها. (Www.alsalamalgeria.com)، تم الاطلاع عليه يوم (2022-04-25).

يقوم بنك السلام بالإعتماد على عقد الاستصناع الموازي والذي يتمثل في عقدين استصناعيين منفصلين يكون احدهما صناعا والآخر مستصنعا ويجب ان يكون كل من العقدين مستقل عن العقد الآخر ويكون كما يلي:

-العقد الأول (المصرف بإعتباره هو الصانع):

هو القعد الذي تم إبرامه بين المصرف والمستصنع (المتعامل) ويكون صانعًا بالنسبة له، وبالتالي يطلب منه بصناعة منتجات صناعية من خلال ما يملكه من مؤسسات وشركات ومصانع.

-العقد الثاني (المصرف بإعتباره هو المستصنع):

يقوم المصرف بإبرام عقد استصناع موازي من طرف ثالث ويكون هو الصانع بالنسبة للمصرف، ويطلب منه بصناعة منتجات صناعية ذات مواصفات خاصة. (إرشيد، 2007، ص 122).

كما يعتمد المصرف في إطار التمويل عن طريق الاستصناع على صيغتين اثنتين بحسب موضوع التمويل:

صيغة الاستصناع والاستصناع الموازي:

ونميز بين تطبيقين لهذه الصيغة بحسب موضوع الاستصناع:

أ. صيغة الاستصناع والاستصناع الموازي في المباني:

وهي صيغة يقوم من خلالها المصرف بناء على طلب المتعامل ببناء أو تهيئة عقار حسب المواصفات المحددة ضمن الطلب والمخططات المرفقة به، ويعتمد المصرف في تنفيذ هذه العملية على عقدي استصناع منفصلين يكون في أحدهما صناعا وفي الثاني مستصنعا، حيث ينعقد الاستصناع الأول بينه وبين المتعامل المستصنع فيكون صانعًا بالنسبة إليه، ثم يعقد المصرف استصناعا موازيا مع مقاول من أجل إنجاز المشروع فيكون مستصنعا في هذا العقد، على أن يكون كل من العقدين مستقلا عن الآخر.

ب. صيغة الاستصناع والاستصناع الموازي في غير المباني:

وهي صيغة يقوم من خلالها المصرف بناء على طلب المتعامل بتصنيع سلع أو تجهيزات طبقا للمواصفات المحددة ضمن طلبه عن طريق عقد استصناع مواز للاستصناع الأول مع صانع يستصنع من خلاله المصنوعات المطلوبة.

صيغة الاستصناع مع التوكيل بالبيع:

وهي صيغة يقوم المصرف من خلالها بشراء سلع أو تجهيزات مصنعة من قبل المتعامل ثم يوكله في بيعها بعد تسليمها، وعليه فإن هذه الصيغة تعتمد على عقدين: عقد استصناع يكون المصرف فيه مستصنعا والمتعامل صانعا، وعقد توكيل بالبيع يوكل من خلاله المصرف المتعامل في بيع المصنوعات. (Www.alsalamalgeria.com)، تم الاطلاع عليه يوم 25-04-2022).

مثال للاستصناع العقاري في المصرف:

1- يتقدم المتعامل إلى المصرف بطلب منه أن يصنع له مبنى ويرفق مع طلبه بياناً كاملاً مدعماً بالرسوم والخرائط من الاستشاري عن نوع ومواصفات المبنى الذي يريد إنشائه، وصور الملكية، ومخطط الأرض، ومخطط مبدئياً للبناء، وتقرير مختصراً من المهندس الذي صمم المبنى بحيث يتضمن هذا التقرير تكلفة البناء وإيراداته المتوقعة.

2- يعرض المتعامل أيضاً مع طلبه تقديره للمبنى والعربون الذي سيدفعه ومساحة الأرض وموقعها، والضمانات التي يعرضها، وطريقة السداد.

3- يقوم المصرف بعمل دراسة جدوى فنية متخصصة للمشروع بمعرفة المهندسين بالمصرف، مصحوبة بدراسة مالية ويقدر فيها الإيراد المتوقع ومدى قدرته على الوفاء بما على المشروع من ديون.

4- في حالة موافقة المصرف على عرض المستصنع يطلب منه تقديم الضمانات اللازمة.

5- بعد الاتفاق النهائي يقوم المصرف بتوقيع عقد استصناع مع العميل يحدد فيه جميع حقوق والتزامات كل طرف وأهم ما يتضمنه العقد ما يلي: ثمن المبنى، ميعاد التسليم طبقاً للمواصفات، مدة السداد، قيمة السداد، وقيمة العربون المدفوع.

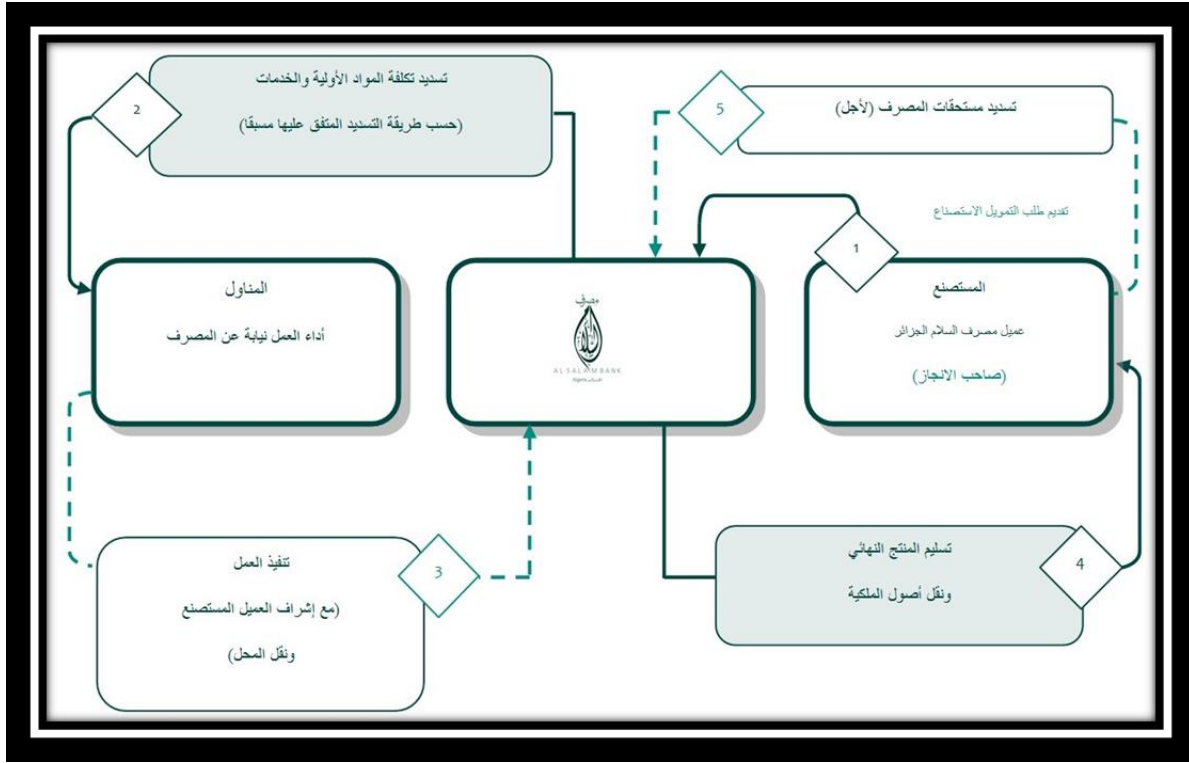
6- بعد توقيع عقد الاستصناع بين المصرف والمستصنع " المتعامل " يقوم المصرف بتوقيع عقد استصناع آخر مع المقاول الذي رسا عليه العطاء عن طريق المناقصة يسمى استصناع موازي، وتكون علاقة المتعامل بالمصرف مباشرة ولا علاقة له بالمقاول.

7- يقدم المقاول خطاب مصرفي بنسبة معينة من قيمة المشروع " ضمان حسن تنفيذ " ويجز المصرف من قيمة كل دفعة للمقاول نسبة معينة كضمان لحسن التنفيذ تدفع له بعد الانتهاء تدفع له بعد الانتهاء من الصنع مطابقاً للمواصفات، و5% من قيمة المشروع كضمان لصيانة المبنى من قبل المقاول لمدة سنة.

فإذا لم يلتزم المتعامل بسداد ما عليه من دين في المواعيد المحددة ولم يفي الإيراد بقيمة الأقساط، يعطيه المصرف مهلة ويساعده على إيجاد الحل ثم يكون من حق المصرف اتخاذ إجراءاته بتنفيذ الرهن وعرض العقار للبيع.

(<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/>)، تم الاطلاع عليه يوم 30-04-2022)

شكل 10: شكل يوضح صيغة التمويل الاستصناع في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

ثانيا: صيغة البيع الآجل

-تعريف البيع الآجل حسب مصرف السلام الجزائري:

حيث عرفه مصرف السلام الجزائري على انه هو البيع الذي يتفق عليه العاقدان على تأجيل دفع الثمن الى موعد محدد في المستقبل وقد يكون الدفع جملة واحدة او على أقساط.

صيغة بيع الآجل لدى المصرف:

هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بشراء سلع أو بضائع أو آلات أو معدات بناء على طلب المتعامل، ويقوم بعد تملكه لها وقبضها القبض الناقل للضمان ببيعها للمتعامل بالآجل.

ومن ثم ليس في العملية بيع لما لا يملكه المصرف، لأن المصرف لا يبيع حتى يملك ما هو مطلوب من المتعامل ويعرضه عليه ليرى إذا كان مطابقا لما وصف، كما أن هذه العملية لا تنطوي على ربح ما لم يضمن، لأن المصرف قد قبض ما اشتراه فأصبح قابضا وضامنا يتحمل تبعه الهلاك.

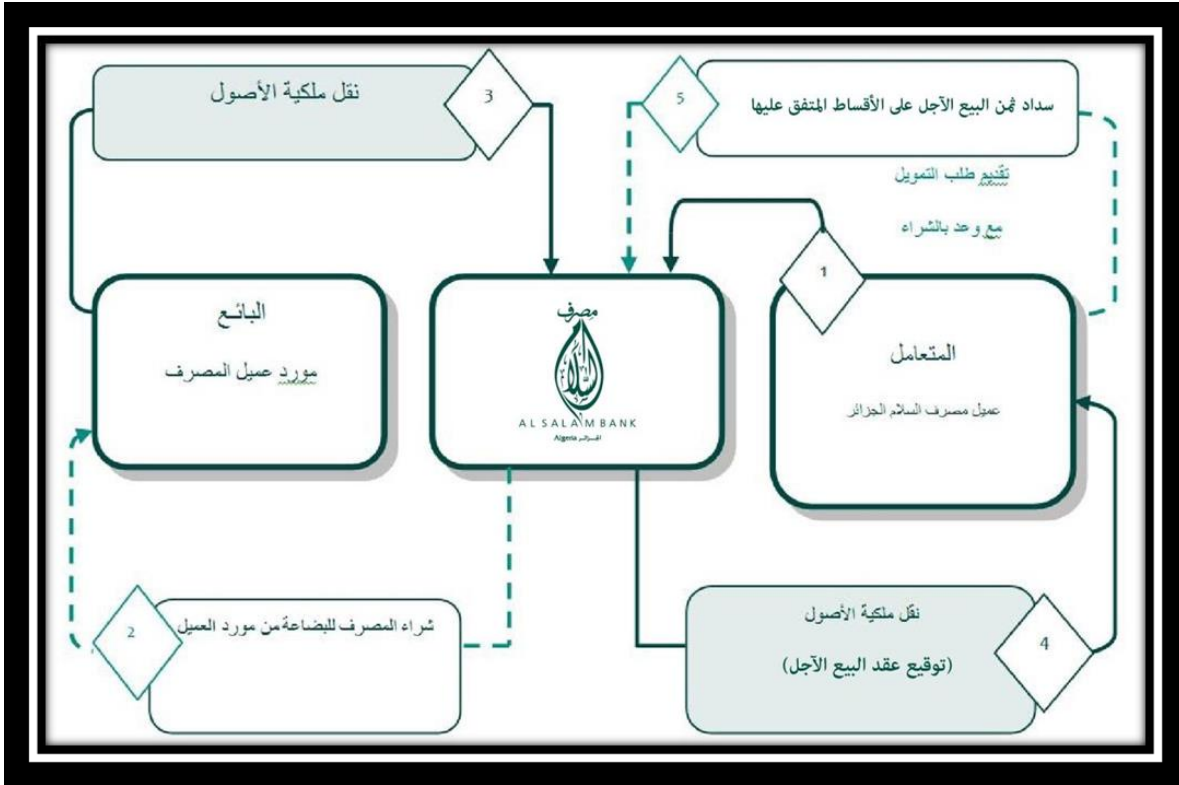
تنوع صيغ بيع الآجل لدى المصرف بين صيغ بيع الآجل للمؤسسات وصيغ بيع الآجل للأفراد.

تتم صيغة بيع الأجل للمؤسسات من خلال تأجيل دفع الثمن إلى أجل محدد دفعة واحدة أو على أقساط.

تتم صيغة بيع الأجل للأفراد من خلال تقسيط دفع الثمن لأجل محدد وفق صيغة البيع بالتقسيط.

(www.alsalamalgeria.com) تم الإطلاع عليه يوم (2022-05-05)

شكل 11: شكل يوضح صيغة التمويل بالبيع الاجل في مصرف السلام الجزائري



المصدر: من وثائق المصرف

المبحث الثالث: الخدمات والمزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري والمخاطر التي تواجهه

يسعى مصرف السلام الجزائري على تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر عن طريق تطبيق والعمل على مبادئ الشريعة الإسلامية في مختلف تعاملاته مع الزبائن، حيث انه يعمل على تقديم جملة من الخدمات المصرفية حيث انه اعتمد على مجموعة من الخدمات المصرفية التي تخدم المجتمع ومجموعة من المزيج التسويقي الذي اعتمد عليه في خدماته ومنتجاته، إلا انه تعتره مجموعة من التحديات والعوائق ومجموعة من المخاطر التي تحول على هذه الخدمات، لذلك سنقدم على هذا الأساس تقسيم هذا المبحث على أربع مطالب وهي:

المطلب الأول: خدمات مصرف السلام الجزائري

المطلب الثاني: المزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري

المطلب الثالث: تحديات وعوائق مصرف السلام الجزائري

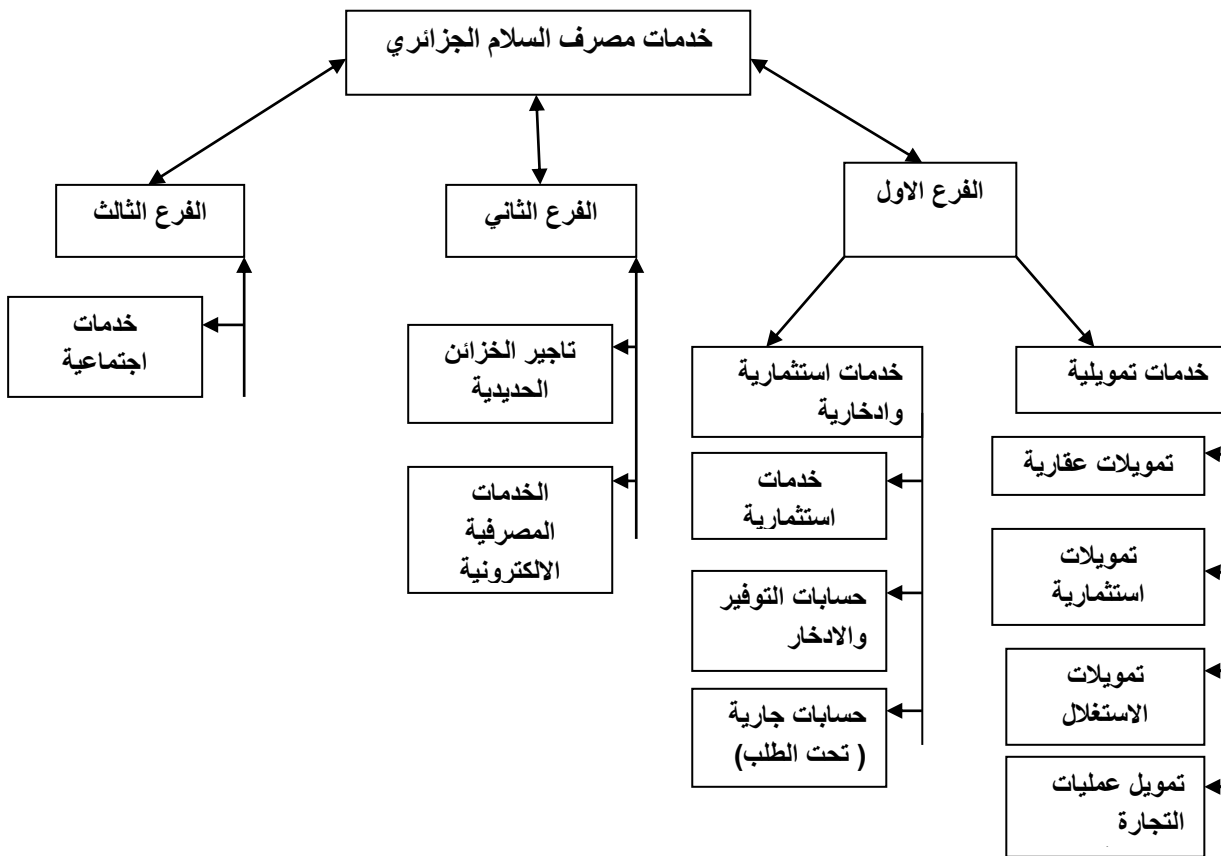
المطلب الرابع: مخاطر مصرف السلام الجزائري

المطلب الأول: خدمات مصرف السلام الجزائري

يعد مصرف السلام الجزائري مصرفاً شاملاً، يعمل هذا المصرف على مطابقة مفاهيم الشريعة الإسلامية على تقديم مجموعة من المنتجات والخدمات المعتمدة من الهيئة الشرعية للمصرف ويعمل على تقديمها للزبائن. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 17-05-2022).

حيث تتكون خدمات مصرف السلام من ثلاثة فروع من الخدمات والتي سنوضحها في الشكل التالي:

شكل 12: شكل يوضح خدمات مصرف السلام الجزائري



من اعداد الطالبة

الفرع الأول: خدمات مصرف السلام التمويلية والاستثمارية والادخارية

يفرض الواقع المعاصر العديد من الاحتياجات في مجال التمويل، ولتلبية هذه الاحتياجات، اجتهد مصرف السلام الجزائري في المعاملات المالية وعمل على ابتكار العديد من المنتجات والحلول التمويلية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية والتي تلي احتياجات الأفراد والشركات على الوجه الأكمل، وفيما يلي بعض أبرز أدوات التمويل الإسلامي. (المراجعة للواعد بالشراء، المضاربة، الاستصناع، المشاركة، السلم والإجارة، البيع بالتقسيط..

https://www.kfh.com/home/Personal/understanding-Islamic-Banking/Islamic-Tools.html تم الاطلاع عليها يوم 28-05-2022). يمكن توضيحها كالاتي:

أولا: خدمات مصرف السلام الجزائري التمويلية

أ: التمويلات العقارية:

إن هذه التمويلات مخصصة من اجل العقارات أما أن تكون جديدة او قديمة كانت من العقار العام او من الخواص، او من بناء او تهيئة منازل او من اجل التوسيع، لهذا يعمل مصرف السلام بالكثير من التمويلات العقارية المقدمة من الهيئة الشرعية والتي اسمها (دار السلام) وهي كما يلي:

- دار السلام لامتلاك منزل: تكون قيمة التمويل مايقارب 20 مليون دينار جزائري وتكون مدة دفع ثمنها ما يقارب من خمس الى خمسة وعشرون سنة، وهذا من اجل شراء قطعة ارض او مسكن ويقوم المصرف بالاعتماد على صيغة الإجارة المنتهية بالتملك والمشاركة والاستصناع (ميلود، 2017-2018، الصفحات 38-39).

ويمكن توضيح هذا النوع في الدول التالي:

جدول 01: جدول يوضح خدمة دار السلام لامتلاك منزل.

الوصف	شروط الاهلية	الوثائق المطلوبة	الصيغة الشرعية
-الزاي: -صيغة تمويل معتمدة من قبل هيئة الرقابة الشرعية للمصرف؛ -تمويل تصل قيمته الى 20 مليون دينار جزائري؛ -فترة سداد تمتد من 5 الى 25 سنة؛ مع التمويل "دار السلام"، تستفيدون من: -فتح حساب مجاني؛ -بطاقة الدفع "آمنة" لكل سحب ودفع خاص بكم 7 أيام/ 24 & 24/سا؛ -خدمة الدفع "E-Amina" لدفع فواتيركم	- أن يكون سنك ما بين 18 و 70 سنة تاريخ آخر قسط مدفوع؛ -عقد عمل غير محدد المدة؛ -أن تكون موظفا، صاحب مهنة حرة، تاجر أو صاحب إيراد ثابت؛ -أن تكون جزائري الجنسية (مقيما بالجزائر أو بالمهجر)؛ -أن تكون مداخيلك الشهرية ثابتة ومنتظمة (40000 دج وأكثر)؛ -أن تكون لك مداخيل	-ملف طلب إقتناء مسكن قديم او جديد لدى الخواص؛ -ملف طلب إقتناء مسكن جديد لدى مرقى عقاري؛ -استمارة طلب تمويل عقاري -وعد بالبيع تحت ختم خاص -تصريح لاستشارة مركز المخاطر على	1. صيغة الإجارة المنتهية بالتملك: هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بشراء أصول منقولة أو غير منقولة معينة بناء على طلب المتعامل ثم إيجارها له إجارة عين منتهية بالتملك حيث يقترن بها وعد بتملك العين المؤجرة إلى المستأجر في نهاية مدة الإجارة أو أثناءها، وتتم العملية من خلال عقود منفصلة مستقلة عن بعضها فتعقد الإجارة أولا من خلال عقد مخصوص بها ليتم بيع العين عند طلب المتعامل من خلال عقد بيع مستقل يوقع عند البيع وليس قبله.

<p>2. عقد الاجارة: يراد به تملك منفعة مشروعة معلومة لمدة معلومة بعوض مشروع معلوم.</p> <p>3. صيغة الاجارة الموصوفة في الذمة: هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بشراء أصول منقولة أو غير منقولة موصوفة في الذمة بناء على طلب المتعامل ثم إيجارها له إجارة موصوفة في الذمة منتهية بالتمليك حيث يقترن بها وعد بتمليك العين الموصوفة في الذمة المؤجرة إلى المستأجر في نهاية مدة الإجارة أو أثناءها، وتتم العملية من خلال عقود منفصلة مستقلة عن بعضها فتعقد الإجارة أولا من خلال عقد مخصوص بما ل يتم بيع العين الموصوفة في الذمة عند طلب المتعامل من خلال عقد بيع مستقل يوقع عند البيع وليس قبله.</p>	<p>مستوى بنك الجزائر -تعهد كتابي لتوطين الأجر لدى مصرف السلام الجزائر</p>	<p>ثابتة ومنظمة (€1500 وأكثر) للمقيمين بالمهجر؛ -هامش ضمان الجدية يبتدئ من 10% من قيمة المسكن؛ -توطين الراتب لدى مصرف السلام-الجزائر او الإقتطاع الدائم من الحساب البريدي؛ ملاحظة: إمكانية رفع قيمة التمويل بدعم من أفراد عائلتك من الدرجة الأولى (أب، أم، ابن، بنت) او الزوج، الزوجة</p>	<p>ومشترياتكم عبر الإنترنت؛ -بطاقة ودفتر التوفير "أمنيتي" لإدخار أموالكم مع توفرها في أي وقت.</p>
---	---	---	---

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

جدول 02: جداول توضح الرسوم والعملات لامتلاك منزل لمصرف السلام الجزائري

قيمة العقار	الاتعاب بدون رسوم
اصغر او يساوي 50 000 000.00 دج	25 000.00 دج
اكبر من 50 000 000.00 دج واصغر ويساوي 100 000 000.00 دج	50 000.00 دج
اكبر من 100 000 000.00 دج واصغر او يساوي 250 000 000.00 دج	80 000.00 دج
اكبر من 250 000 000.00 دج	100 000.00 دج

الملاحظات	المبلغ	مصاريف تنقل الخبير العقاري
اقصاه يومين	3 000.00 دج/اليوم	الاطعام
يتم التسديد عندما تكون المسافة اكثر من 200 كم مع تقديم الوثائق المبنية (ليلة واحدة)	9 000.00 دج	المبيت
/	30.00 دج/كم	لستعمال السيارة والتكلفة بالكيلومتر
يتم التسديد مع تقديم الوثائق المبنية (تذكرة الطائرة او القطار)	/	وسائل لخرى للتنقل
الملاحظات	المبلغ	مصاريف اخرى
/	2 500.00 دج	-تكوين الملف -تقديم قرص مضغوط -الصور الرقمية

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

-دار السلام لتوسيع او بناء منزل: في هذا النوع يستخدم المصرف صيغ التمويلية وهي: صيغة الإجارة وصيغة الاستصناع والاستصناع الموازي، وتقدر قيمة التمويل ب 30 مليون دينار جزائري وتكون مدة دفع الثمن من خمس الى خمسة وعشرون سنة. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-04-18).

جدول 03: جدول يوضح خدمة دار السلام لتوسيع او بناء منزل

الوصف	شروط الاهلية	الوثائق المطلوبة	الصيغة الشرعية
<p>المزايا:</p> <p>- صيغ تمويل معتمدة من قبل الهيئة الشرعية للمصرف؛</p> <p>- تمويل تصل قيمته الى 20 مليون دينار جزائري؛</p> <p>- فترة سداد تمتد من 5 الى 25 سنة؛</p> <p>مع التمويل "دار السلام"، تستفيدون من:</p> <p>- فتح حساب مجاني؛</p> <p>- بطاقة الدفع "آمنة" لكل سحب ودفع خاص بكم؛ 7 أيام/7 & 24 سا/24؛</p> <p>- خدمة الدفع "E-Amina" لدفع فواتيركم ومشترياتكم عبر الإنترنت؛</p> <p>- بطاقة او دفتر التوفير "أميني" لإدخار أموالكم مع توفرها في أي وقت.</p>	<p>- أن يكون سنك ما بين 18 و70 سنة تاريخ آخر قسط مدفوع؛</p> <p>- عقد عمل غير محدد المدة؛</p> <p>- أن تكون موظفا، صاحب مهنة حرة، تاجر أو صاحب ايراد ثابت؛</p> <p>- أن تكون جزائري الجنسية (مقيما بالجزائر أو بالمهجر)؛</p> <p>- أن تكون مداخيلك الشهرية ثابتة ومنتظمة (40000 دج وأكثر)؛</p> <p>- أن تكون لك مداخيل ثابتة ومنتظمة (€1500 وأكثر) للمقيمين بالمهجر؛</p> <p>- هامش ضمان الجدية يتدئ من 10% من قيمة أشغال البناء او التوسعة؛</p> <p>- توظيف الراتب لدى مصرف السلام-الجزائر او الإقتطاع الدائم من الحساب البريدي؛</p> <p>يمكنكم رفع من قيمة التمويل بدعم من أفراد عائلتك من الدرجة الأولى (أب، أم، إبن، بنت) او الزوج، الزوجة.</p>	<p>تحميل الوثائق المطلوبة عبر الرابط:</p> <p>https://www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/extension.pdf</p>	<p>صيغة الإجارة الموصوفة في الذمة:</p> <p>هي صيغة يقوم من خلالها المصرف بشراء أصول منقولة أو غير منقولة موصوفة في الذمة بناء على طلب المتعامل ثم إجبارها له إجارة موصوفة في الذمة منتهية بالتملك حيث يقتزن بها وعد بتملك العين الموصوفة في الذمة المؤجرة إلى المستأجر في نهاية مدة الإجارة أو أثناءها، وتتم العملية من خلال عقود منفصلة مستقلة عن بعضها فتعقد الإجارة أولا من خلال عقد مخصوص بها ليتم بيع العين الموصوفة في الذمة عند طلب المتعامل من خلال عقد بيع مستقل يوقع عند البيع وليس قبله.</p> <p>عقد الاجارة:</p> <p>يراد به تملك منفعة مشروعة معلومة لمدة معلومة بعوض مشروع معلوم.</p>

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

جدول 04: جداول توضح الرسوم والعملات لتوسيع او بناء منزل لمصرف السلام الجزائري

قيمة العقار او الاعمال المنفذة (بناء)	الاعتاب بدون رسوم
اصغر او يساوي 1500 000.00 دج	12 500.00 دج
اكبر من 1 500 000.00 دج واصغر او يساوي 5 000 000.00 دج	20 000.00 دج
اكبر من 5 000 000.00 دج واصغر او يساوي 10 000 000.00 دج	25 000.00 دج
اكبر من 10 000 000.00 دج واصغر او يساوي 30 000 000.00 دج	35 000.00 دج
اكبر من 30 000 000.00 دج واصغر او يساوي 60 000 000.00 دج	45 000.00 دج
اكبر من 60 000 000.00 دج	55 000.00 دج

مصاريف تنقل الخبير العقاري	المبلغ	الملاحظات
الاطعام	3 000.00 دج/اليوم	اقصاه يومين
المبيت	7 000.00 دج	يتم التسديد الى غاية 7 000.00 دج اكثر من 200 كم من تقديم الوثائق المبينة
استعمال السيارة والتكلفة بالكيلومتر	15.00 دج/كم	متابعة الاشغال من خلال 3 زيارات كحد اقصى
وسائل اخرى للتنقل	/	يتم التسديد مع تقديم الوثائق المبينة
مصاريف اخرى	المبلغ	الملاحظات
-تكوين ملف -تقديم قرص مضغوط -الصور الرقمية	2500.00 دج	/

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

- دار السلام لتهيئة منزل: في هذا النوع يستخدم المصرف الصيغ التمويلية الآتية: صيغة البيع الآجل، صيغة الاستصناع والاستصناع الموازي (مواد بناء واشغال) فيغطي هذا التمويل بقيمة 100% من قيمة الاشغال والتي تقدر قيمتها ب 5 مليون دينار جزائري ومدة دفع الثمن تكون ابتداء من سنتين الى سبع سنوات. (ميلود، 2017-2018، الصفحات 39-40)

ب-التمويلات الاستثمارية:

هي من اهم ما يقدمه مصرف السلام الجزائري في هذا المنبر والذي يعرف (بالسلام ايجار) والذي يعد عن تمويل تأجيري لمعدات الاستخدام المهني مع وعد احادي الجانب للبيع على اقصى تقدير نهاية العقد لصالح المستأجر.

فالسلم ايجار عو عبارة عن اداة تمويلية من اجل تلبية حاجات ورغبات العملاء الذين تواجههم مشاكل في تمويل الاستثمار عن طريق التمويل التقليدي (المهنيين، التجار، الحرفيين، الشركات المتوسطة، الشركات الصغيرة) وتكون مدة الايجار تتراوح ما بين 3-5 سنوات وتكون الصيغة المطبقة في هذا النوع هي الاجارة المنتهية بالتملك.

(www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 14-05-2022)

جدول 05: جدول يوضح خدمة السلام ايجار لامتلاك منزل.

الوصف	شروط الاهلية	الوثائق المطلوبة	الصيغة الشرعية	شركاؤونا
<p>-صيغة تمويل معتمدة من قبل الهيئة الشرعية للمصرف؛</p> <p>-فرصة إقتناء معدات مع الحفاظ على السيولة؛</p> <p>-حرية إختيار العتاد والمورّد؛</p> <p>-القدرة على الدفع فورا</p>	<p>-تصريح للميزانية؛</p> <p>-إثبات ستين من النشاط المهني على الأقل.</p>	<p>يمكن تحميلها عبر الرابط التالي:</p> <p>https://www.alsalamalgeria.com/pdf/Constitution%20dossier%20Leasing-Mobilier.pdf</p>	<p>-صيغة الإعتد الإيجاري:</p> <p>تخضع صيغ الاعتماد الإيجاري تنظيميا إلى الأمر رقم 09-96 المتعلق بالاعتماد الإيجاري بما لا يخالف الأحكام الشرعية المحددة أدناه، وتتعلق بأصول منقولة أو غير منقولة موجهة للنشاط التجاري أو المهني أو الحرفي، وتمثل صيغه حسب</p>	

	<p>نص الأمر المذكور في:</p> <p>-الاعتماد التجاري المالي (إجارة تمليلية)</p> <p>-الاعتماد التجاري العملي (إجارة تشغيلية).</p> <p>وتعرف الصيغ المذكورة بأنها صيغ اعتماد تجاري لأصول منقولة أو غير منقولة بحسب الأصول المتعلقة بما إذا كانت عقارية أم منقولة، وتعرف بأنها وطنية أو دولية بحسب ما إذا كان المتعامل مقيما أو غير مقيم بالجزائر حيث توصف في الحالة الأولى بالاعتماد التجاري الوطني وفي الحالة الثانية بالاعتماد التجاري الدولي</p>			<p>للموّد؛</p> <p>-إمتياز الإعفاء من الرسم على قيمة الضريبة المضافة عند الشراء؛</p> <p>-حق الإستفادة من إمتيازات ضريبة عدة؛</p> <p>-إمكانية تملك المعدات عند نهاية مدة الإيجار مقابل قيمة رمزية؛</p> <p>-مبلغ التمويل غير محدد؛</p> <p>-مدة التمويل من 03 إلى 5 سنوات؛</p> <p>-دفع نقدا إلى المورد الخاص بك؛</p> <p>-تأمين الإيجار الثابت طوال فتر العقد.</p>
--	--	--	--	---

(www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 14-05-2022)

ج-تمويلات استهلاكية

يقوم بنك السلام في هذا النوع من التمويلات بالتقديم ما يعرف " بالسلام تيسير " حيث يمكن للأفراد من خلاله اقتناء سيارة او الالكترونيات او أدوات كهر ومنزلية، اثاث... الخ حيث تكون هذه المنتجات ممولة عن طريق السلام تيسير مركبة محليا او منتجة ويعتمد على صيغة البيع بالتقسيط. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 28-05-2022).

د-تمويلات الاستغلال:

ان هذا النوع من التمويلات مخصص لتمويل نشاطات الاستغلال، وهي عبارة عن تمويلات قصيرة الاجل ويجب ان لا تتجاوز سنة. (ميلود، 2017-2018، صفحة 37)

جدول 06: جدول يوضح خدمة تمويل الاستغلال لمصرف السلام

الوصف	المزايا	شروط الاهلية	الوثائق المطلوبة	الصيغة الشرعية	الرسوم والعملات
تحتاجون في مؤسستكم الصناعية إلى شراء مواد أولية أو إستهلاكية؟ تمارسون نشاط ذات طابع موسمي وعليكم برعاية وإتباع الفوارق المصاريف والمداخيل؟ ترغبون القيام بعملية إستيراد أو تصدير وتحتاجون إلى تمويل لإنجاز هذه العملية؟ فتم بصفقة عمومية أو خاصة وأنتم	الحد من الضغوطات على خزيتكم؟ حل حسب الطلب يتناسب تماما مع إحتياجاتكم الحالية؟ إجراءات مبسطة؛ فريق عمل محترف في خدمتكم.	توطين الحساب.	طلب تسهيل يتضمن التمويل المطلوب، مبلغه، مدته، غرض التمويل، والضمانات الحقيقية و/أو الشخصية المقترحة؛ التعريف بالشركة، الشركاء والمسيرين، قائمة الموردين والمتعاملين؛ العقود وسندات الطلبات؛ نسخة من القانون الاساسي؛ نسخة من السجل التجاري؛ نسخة من البطاقة الضريبية؛ نسخة عن النشرة الرسمية للإعلانات القانونية؛ عقد الملكية لممتلكات المؤسسة أو إستجار المحلات ذات الإستعمال المهني؛ محضر الوثائق القانونية (يجب أن يكون الملف القانوني محدث)؛	المراجعة قصيرة الأجل: هي عملية شراء المصرف سلعة منقولة بمواصفات محددة بناء على طلب وواعد المتعامل، ثم إعادة بيعها إليه مراجعة بعد تملكها وقبضها بثمن يتضمن التكلفة مضافا إليها هامش ربح موعود به من المتعامل. فالعملية مكونة من وعد بالشراء ثم شراء البضاعة ثم بيعها مراجعة، ومن ثم فهي ليست من قبيل بيع الإنسان ما ليس عنده، لأن المصرف لا يعرض أن يبيع شيئا، ولكنه يتلقى أمرا بالشراء، وهو لا يبيع حتى يملك ما هو مطلوب ويعرضه على المشتري الأمر ليرى إذا كان مطابقا لما وصف أم لا، كما أن هذه	هامش ربح سنوي (حسب شروط المصرف الحالية).

<p>بمحااجة إلى مساعدة مالية للبدء في إنجاز الصفقة. مصرف السلام-الجزائر متواجد ويقترح عليكم عدة صيغ للإستجابة لإحتياجات مؤسستكم وفق الوضعية المالية الحالية وبرنامج العمل الساري.</p>		<p>الميزانيات الضريبية لثلاث (03) سنوات الأخيرة مع تقارير المدقق الحسابي مفصلة (التقارير تتضمن التفاصيل التالية (تطور؛ تراجع؛ سبب التغيرات؛ actif, passif, TCR)؛ هي صيغة تمويل تتم على مرحلتين وتعتمد على عقدين منفصلين عقد بيع السلم وعقد التوكيل بالبيع حيث يقوم المصرف بشراء سلع أو بضائع من المتعامل سلما ثم يوكله في بيعها بعد تسليمها. عقد السلم: عقد بيع بين المتعامل (المسلم إليه) وهو البائع، والمصرف (المسلم) وهو المشتري بمقتضاه يلتزم المشتري بدفع الثمن معجلا مقابل إستلام المبيع مؤجلا على أن يكون المسلم فيه- المبيع- مضبوطا بصفات محددة ويسلم في أجل معلوم. عقد التوكيل بالبيع: هو عقد مستقل يقوم من خلاله المصرف بتوكيل المتعامل البائع سلما ببيع السلع محل عقد بيع السلم بعد تسليمها للمصرف بشروط معينة.</p>	<p>العملية لا تنطوي على ربح ما لم يضمن، لأن المصرف قد قبض البضاعة التي اشتراها فانتقل إليه الضمان. السلم: هي صيغة تمويل تتم على مرحلتين وتعتمد على عقدين منفصلين عقد بيع السلم وعقد التوكيل بالبيع حيث يقوم المصرف بشراء سلع أو بضائع من المتعامل سلما ثم يوكله في بيعها بعد تسليمها. عقد السلم: عقد بيع بين المتعامل (المسلم إليه) وهو البائع، والمصرف (المسلم) وهو المشتري بمقتضاه يلتزم المشتري بدفع الثمن معجلا مقابل إستلام المبيع مؤجلا على أن يكون المسلم فيه- المبيع- مضبوطا بصفات محددة ويسلم في أجل معلوم. عقد التوكيل بالبيع: هو عقد مستقل يقوم من خلاله المصرف بتوكيل المتعامل البائع سلما ببيع السلع محل عقد بيع السلم بعد تسليمها للمصرف بشروط معينة.</p>
--	--	--	---

هـ: تمويل عمليات التجارة الخارجية:

توجد وسيلتين في تمويل عمليات التجارة الخارجية والتي تضمن للعميل تنفيذ التعاملات التجارية الدولية وبدون تأخير وهي: التسليم المستندي والكفالة. (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022).

جدول 07: جدول يوضح خدمة التسليم المستندي لمصرف السلام

الوصف	شروط الاهلية	شبكة المصارف المراسلة
وهي إحدى وسائل الدفع التي يقدمها مصرف السلام-الجزائر لعملائه في تسديد أثمان السلع أو الخدمات في التجارة الدولية. مهما تنوعت احتياجاتك المصرفية لإنجاز تعاملاتك التجارية بدقة وسرعة، مصرف السلام-الجزائر دائما الأقرب إليك والأقدر على تلبية متطلبات عملياتك التجارية بمستوى معايير مصرفية معاصرة وخبرات عالمية. المزايا: -سهولة وسرعة إصدار التسليم المستندي؛ -سعر عمولة منافس؛ -دقة في إنجاز المعاملات؛ -إمكانية تتبع طلباتكم (الإعتماد/ التسليم) المستندي عبر خدمة مايل سويفت.	المستفيدون من الخدمة: -كافة المؤسسات مهما تنوعت أنشطتها ومجالات عملها؛ -العاملون في مجالات الاستيراد والتصدير. لقبول ملفات التوطين يجب أن يكون السداد مرفقا بطلب تحويل للعملة الأجنبية، ويأخذ مصرف السلام-الجزائر بعين الاعتبار على وجه الخصوص: 1. إنتظام العملية المعنية بالنظر إلى القوانين واللوائح المعمول بها (السارية المفعول): أ. العميل لا يخضع لحظر التوطين؛ ب. المنتج غير معلق؛ ج. المنتج لا يخضع لترخيص من قبل الإدارة. 2. المركز المالي للعميل: أ. من الأموال الخاصة للعميل؛ ب. بدعم من مصرف السلام-الجزائر بعد فحص الطلب مرفق بالملف الإئتماني ووضع خط تمويل.	تحميل شبكة المصارف المراسلة عبر الرابط التالي: https://www.alsalamalgeria.com/ar/page/list-24-0-15.html

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

جدول 08: جدول يوضح خدمة الكفالة لمصرف السلام

الوصف	شروط الاهلية	انواع الكفالة	المؤسسات المعنية بخدمة الكفالة	الوثائق المطلوبة
<p>أنتم مؤسسة تجارية أو صناعية أو مؤسسة خدمات وترغبون في التعاقد بطلب عروض في إطار صفقة عمومية أو خاصة؟</p> <p>"مصرف السلام-الجزائر" يقدم لكم خطابات الضمان وهي تعهدات مكتوبة وتعتبر من أهم أدوات الضمانات المصرفية حيث يضمن بموجبها المصرف دفع مبلغ مالي للمستفيد نيابة عن مقدم الطلب في حال تقصير أو عدم وفاء هذا الأخير في تلبية شروط وأحكام العقود الأساسية.</p> <p>حيث يصدر المصرف جميع أنواع خطابات الضمان المتوافقة مع المعايير الدولية والأنظمة المحلية ومبادئنا.</p> <p>المزايا:</p> <p>- تعزيز العلاقة التعاقدية بين البائع والمشتري؛</p> <p>- الوقاية ضد تقديم مناقصات لم تخضع لقدر كاف من الدراسة؛</p> <p>- القدرة على متابعة المبالغ المستحقة وأوامر الدفع بسهولة.</p>	<p>رهن او توطين الصفقة</p>	<p>انواع الكفالة</p> <p>-ضمانات حسن التنفيذ؛</p> <p>-ضمانات الدفع المقدم والمخزونات؛</p> <p>-ضمانات العروض؛</p>	<p>-شركات الإنجاز مع مؤهل 4 فما فوق؛</p> <p>-الأسواق العامة، الأشغال العامة، الأشغال النفطية، الهدروليكية، إنجاز الطرق والبنية التحتية الصناعية.</p>	<p>رهن او توطين الصفقة</p>

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

جدول 09: جدول يوضح الشروط المطبقة للرسوم والعملات على عمليات التجارة الخارجية

ملاحظات	مبلغ العمولة	طبيعة عمليات التجارة
اولا: عمليات الاستراد		
		ا . اعتمادات مستندية للاسترداد (مستندات مقابل الدفع او القبول)
يوم التوطين	3 000.00 دج	1- التوطين
يوم فتح ملف	3 000.00 دج+ تكاليف سويقت *****	2- فتح الملف
يوم التعديل	3 500.00 دج+ تكاليف سويقت *****	3- عمولة التعديل
يوم الالغاء	3 000.00 دج+ تكاليف سويقت *****	4- عمولة الالغاء
		5- الالتزام (6)
تسديد يوم العملية	0.25 بالمئة لكل ثلاثي غير قابل للتقسيم مع حد ادنى 2500.00 دج	1.5- مع تشكيل مؤونة
	0.65 لكل ثلاثي غير قابل للتقسيم مع حد ادنى 2500.00 دج	2.5- بدون تشكيل مؤونة
	مجانا	3.5- عمولة الاعتماد المستندي الممول بالبيع الاجل
يوم التنفيذ لدى بنك الجزائر	تكاليف سويقت *****	4.5- عمولة التسديد
	1.00 بالمئة	6- عمولة صرف بنك الجزائر

ملاحظات	مبلغ العمولة (دون رسوم)	II . بواصل التحصيل المستندي للاستيراد
يوم التوطين	3000.00 دج	1- التوطين
يوم التنفيذ لدى بنك الجزائر	تكاليف سويفت *****	2- عمولة التسديد
	1.00 باللفة	3- عمولة الصرف بنك الجزائر
	3500.00 دج	4- عمولة القبول

(*****) تكاليف سويفت = 3000.00 دج

(6) لا تقطع عمولات الالتزام عند تعديل مدة الصلاحية الاعتمادات المستندية وفقا لقرار الهيئة الشرعية

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

ملاحظات	مبلغ العمولة (دون رسوم)	III . امر تحويل (دفع) للخارج (التحويلات الحرّة)
تاريخ التوطين	3000.00 دج	1. التوطين
يوم التنفيذ لدى بنك الجزائر	تكاليف سويفت	2. عمولة التسديد
	1.00 باللفة	3. عمولة الصرف بنك الجزائر
	1.00 بالمائة حد أدنى 10000.00 دج	IV - خطاب ضمان لغياب وثائق النقل (مغطى مئة بالمائة)
	مجانا	V - عمولة التحويل
		VI - عمولة ومصاريف الاعتماد المستندي المساند SBLC

1. تكاليف فتح الملف/التسيير	15000.00 دج	اقتطاع مرة واحدة فقط عند التسليم
2. عمولة	3.00 بالمائة	

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

طبقاً لأحكام نظام بنك الجزائر رقم 20-04 المؤرخ يوم 15 مارس 2020 المتعلق بسوق الصرف ما بين المصارف سوق الصرف وعمليات الخزينة بالعملة الصعبة وبأدوات تغطية خطر الصرف، فإن الأسعار المفوترة للمتعاملين لا ينبغي في أي حال من الأحوال أن تتجاوز 1.00٪ من متوسط السعر المرجح المسدد من طرف المصرف عن شراء كل عملة صعبة بتاريخ تحديد القيمة المعينة

(تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022) www.alsalamalgeria.com

ثانياً: عمليات التصدير		
1- التوطين المصرفي		
1.1- التوطين	4000.00 دج	تاريخ التوطين
2.1 - إلغاء التوطين	2500.00 دج	تاريخ الالغاء
2- اعتمادات مستندية للتصدير (باستثناء شروط مخالفة، تقع العمولات على عاتق الامر بالدفع)		
1.2- تأكيد الاعتماد المستندي	حالة بحالة	الثلاثي المتحرك الغير مجزأ
2.2- تبليغ فتح الملف	0.10 بالمئة حد ادنى 5000.00 دج	تاريخ التبليغ
3.2- التفاوض	0.15 بالمئة حد ادنى 5000.00	تاريخ التفاوض
4.2- الدفع	0.10 بالمئة حد ادنى 5000.00 دج	تاريخ الدفع
5.2- التعديل	3000.00 دج	تاريخ التعديل
6.2 - الغاء اعتماد مستندي معزز	3000.00 دج	تاريخ الالغاء
7.2 فحص وارسال المستندات	3000.00 دج	تاريخ ارسال المستندات
8.2- عمولة مراجعة المستندات	0.10 بالمئة حد ادنى 2000.00 دج+مصاريف المراسلة	يوم قبل تاريخ العملية

تاريخ التنفيذ	0.50 بالمئة حد ادنى Quater mob	9.2- قبول او الالتزام بالدفع المؤجل
تاريخ الارسال	5000.00 دج وزيادة بالنسبة لوزن الضرف	10.2 - مصاريف ارسال الوسائل او البريد السريع DHL
3-التحصيل العادي او المستندي: بواصل التحصيل / (ترسل المستندات في حدود المستطاع بواسطة بريد خاص، تخصم العملات مباشرة من حساب الامر بالدفع)		
تاريخ الفتح	3000.00 دج	1.3-فتح الملف
تاريخ التعديل	5000.00 دج	2.3-تعديل الملف
تاريخ الالغاء	2000.00 دج	3.3-الغاء الملف
تاريخ الارسال	الحد الادنى 2000.00 دج/الورقة التجارية +مصارف DHL	4.3-ارسال الاوراق التجارية البسيطة للتحصيل
تاريخ الارسال	5000.00 دج	5.3-ارسال الاوراق المستندية للقبول او للتحصيل
+تكاليف سويفت	2000.00 دج/طلب	6.3-طلب الاشعار
	مجانا	7.3-تحويل وارد لموضوع التحصيل
4-التحويل الحر		
تاريخ الفتح	3000.00 دج	1.4-عمولة فتح ملف
تاريخ العملية	2000.00 دج	2.4-عمولة الالغاء
يوم قبل تاريخ العملية	0.35 بالمئة مرة واحدة فقط حد ادنى 4000.00 دج	3.4-عمولة التحويل
5-الضمانات المقابلة الصادرة من بنوك اجنبية من اجل وضع ضمانات لصالح المتعاملين الجزائريين		
تاريخ الفتح	150.00 دج اورو مرة واحدة	1.5-فتح وتأسيس ملف
تاريخ الاصدار	50.00 اورو مرة واحدة	2.5-عمولة التسيير

3.5-الالتزام	0.50 بالمتعة من مبلغ الضمان	الثلاثي المتحرك الغير مجزأ خلال كل مدة الضمان
4.5-مصاريف التعديل	5000.00 دج	تاريخ التعديل
5.5 - تكاليف التنفيذ	100.00 اورو	تاريخ التنفيذ
6.5-الرسم على القيمة المضافة	19 بالمتعة	وفقا لقانون المالية
7.5-مصاريف مختلفة (سويفت، فاكس.....الخ)	80.00 اورو مقابل دج	تاريخ الارسال
8.5-مصاريف ارسال ورقة الضمان (او البريد السريع DHL)	حد ادنى 5000.00 دج وزيادة بالنسبة لوزن الظرف	تاريخ الارسال
6-الضمانات المقابلة الصادرة من بنك السلام الجزائري لصالح بنوك اجنبية ضامنة		
1.6-فتح وتأسيس ملف	3500.00 دج منرة واحدة	تاريخ الفتح
2.6 عمولة التسيير	5000.00 دج مرة واحدة	تاريخ الاصدار
3.6-عمولة وتكاليف يتحملها المتعامل الوطني وفقا لشروط البنك الاجنبي	/	/
ثالثا: عمليات اخرى للتجارة الخارجية		
تحصيل شيكات / كمبيالات على الخارج		
1-تحصيل شيكات بالعملة الصعبة	5000.00 دج + مصاريف DHL/شيك	اضافة مصاريف المراسل
2-تحصيل كمبيالات بالعملة الصعبة	5000.00 دج + مصاريف DHL/كمبيالة	

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

ثانيا: الخدمات الاستثمارية والادخارية

أ-الخدمات الاستثمارية:

يعمل مصرف السلام بفتح حسابات الاستثمار وهو عبارة عن حساب محدد المدة يدر لصاحبه ارباحا حسب مدة الاستثمار والمبلغ المستثمر، يتم توزيع الأرباح فيه وفقا للشروط المصرفية السارية المفعولة لدى مصرف السلام-الجزائر. من بإمكانه الإستفادة من حساب الإستثمار "استثماري"؟ أنت... سواء كنت شخص طبيعي (خواص) أو معنوي (شركة). (www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 28-04-2022).

جدول 10: جدول يوضح حسابات الاستثمار لمصرف السلام

الوصف	شروط الاهلية	خصائص حساب الاستثمار	الصيغة الشرعية	الوثائق المطلوبة
وديعة معتمدة من قبل الهيئة الشرعية للمصر ف؛ استثمار آمن؛ تقاسم الأرباح مع المصرف كل ربع سنوي؛ الوديعة ضمنا	امتلاك حساب جاري او حساب شيك بالمصر ف	-تتراوح مدة الإستثمار من 03 إلى 60 شهرا وأكثر، ويجري سريان مفعول مدّة الوديعة إبتداء من تاريخ فتحها؛ -تسديد الأرباح عند تاريخ الإستحقاق وبعد إقتطاع الضريبة على الدخل الإجمالي أو على أرباح الشركات أو رسوم أخرى في حساب الشيك أو الحساب الجاري للمتعامل؛ -في حالة عدم حصول المصرف على طلب المتعامل لتجديد الوديعة قبل أو عند تاريخ الإستحقاق، فإنه يمكن	صيغة المضاربة عقد مشاركة بين المصرف والمتعامل في صفقة أو مشروع يسهم /يقوم العميل بتمويله ويتكفل المصرف بإدارته وتنفيذه على أن يوزع الربح بينهما بحسب النسب المتفق عليها مسبقا.	-لفتح حساب جاري للشركة ذات المسؤولية المحدودة وذات الشخص الوحيد عبر الرابط الاتي: https://www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/EURL_SARL.pdf -لفتح حساب جاري للمجمعات والمؤسسات العمومية عبر الرابط الاتي: https://www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/EURL_SARL.pdf

<p>fer/GROUPEME NT_EP.pdf</p> <p>-لفتح حساب جاري للأعمال الحرة، عبر الرابط الآتي: https: //www.alsalamalger ia.com/pdf/wetrans fer/PROFESSION _LIBERALE.pdf</p> <p>-لفتح حساب جاري للشركات ذات أسهم وشركات التضامن؛عبرالرابط الآتي: https: //www.alsalamalger ia.com/pdf/wetrans fer/SPA_SNC.pdf</p> <p>-تحميل طلب فتح حساب إستثمار، عبر الرابط الآتي: https:</p>		<p>للمصرف تحديد هذا الإستثمار لمدة 12 شهرا بمعدل ربح موافق للشروط المصرفية السارية المفعولة لدى مصرف السلام- الجزائر؛</p> <p>-حسابات الإستثمار تمكنكم من إختيار مدة الإستثمار (من 03 إلى 60 شهر وأكثر) والمبلغ الأدنى المستثمر يكون من 100000 دج؛</p> <p>-إمكانية فسخ الوديعة قبل أجل الإستحقاق على أن يفقد المتعامل حقه في الربح المقرر ضمن شروط المصرف ويحتسب لفائدته ربح المدة المنتهية منقوصا 1%؛</p> <p>يمكن غلق الحساب موضوع هذه الإتفاقية حسب الحالات الآتية:</p> <p>-بطلب من صاحب الحساب؛</p> <p>-بناء على قرار من قبل المصرف في إطار تطبيق الأحكام الخاصة بمكافحة تبييض الأموال وتمويل الإرهاب؛</p>	<p>لجميع التمويلا ت مهما كان نوعها أو طابعها الممنوحة أو التي ستمح للشركة في المستقبل من مصرف السلام- الجزائر.</p>
---	--	--	--

//www.alsalamalgeria.com/pdf/DemandeouverturecptIstit hmar.pdf		-بناء على قرار من قبل المصرف تنفيذاً للأحكام القضائية المتعلقة بالإفلاس أو التصفية.	
--	--	---	--

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

ب- حسابات التوفير والادخار:

بطاقة التوفير "أمنيتي" وسيلة إيداع بسيطة وآمنة، في متناول جميع أفراد عائلتك، وتسمح لك بإستثمار أموالك مع ضمان توفرها في أي وقت (www.alsalamalgeria.com). تم الاطلاع عليه يوم 2022-04-28.

جدول 11: جدول يوضح حسابات التوفير والادخار لمصرف السلام

الوصف	شروط الاهلية	الصيغة الشرعية
<p>- حساب متاح عند الطلب</p> <p>- أرباح تضاف إلى حسابك على أساس ربع سنوي</p> <p>- حرية الإيداع والسحب؛</p> <p>- حساب الأرباح على المبالغ المودعة يبدأ من اليوم الموالي لعملية الإيداع؛</p> <p>- مرونة سقوف السحب والدفع؛</p> <p>- إمكانية إستغلال رصيدك 24/سا على مدار 7 أيام/7؛</p> <p>- دفع قيمة مشترياتك من كافة نقاط البيع المزودة بماكينة الدفع الآلي</p>	<p>- السن 18 سنة فما فوق؛</p> <p>- إمتلاك حساب بالدينار الجزائري؛</p> <p>- الإستمتاع بدخل شهري ثابت ومعلوم؛</p> <p>- حد أدنى لفتح الحساب قيمته 5000 دينار جزائري.</p>	<p>صيغة المضاربة:</p> <p>عقد مشاركة بين المصرف والمتعامل في صفقة أو مشروع يسهم/يقوم العميل بتمويله ويتكفل المصرف بإدارته وتنفيذه على أن يوزع الربح بينهما بحسب النسب المتفق عليها مسبقا</p>

		<p>حاملة لشارة CIB؛</p> <p>- سحب نقدي عبر الوطن في أي صراف آلي 7 أيام/7 و 24 سا/24؛</p> <p>- دفع قيمة مشترياتك أو تسديد فاتورة عبر الإنترنت (جديد).</p>
--	--	---

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

هـ- حسابات جارية (تحت الطلب):

الحساب المصرفي الجاري " السلام " هو حساب إيداع تحت الطلب بالدينار الجزائري، تمر من خلاله عمليات دفع من قبل مؤسستكم (تسديد الأجور أو فواتور،... الخ) أو لفائدة شركتكم في نطاق معاملاتها الإقتصادية اليومية.

من خلال الحساب المصرفي الجاري " السلام " يضع مصرف السلام-الجزائر تحت تصرفكم خدمات تتوافق ومعايير مصرفية معاصرة وخبرات عالمية مبتكرة، تمكنكم من تحويل أموالك بكل أمان والقيام بعمليات دفع سريعة. (تم الاطلاع عليه يوم 28-04-2022 www.alsalamalgeria.com).

جدول 12: جدول يوضح الحسابات الجارية لمصرف السلام

المزايا	الوثائق المطلوبة
<p>- قبول الإيداعات النقدية والشيكات في جميع فروع المصرف؛</p> <p>- الحصول على دفتر شيكات مجاني؛</p> <p>- الحصول على كشف الحساب دوري مجاني عبر البريد الإلكتروني؛</p> <p>- إمكانية متابعة وإدارة الحساب من خلال قنوات السلام الإلكترونية: "السلام مباشر"، "السلام سمارت"</p>	<p>- لفتح حساب جاري للشركة ذات المسؤولية المحدودة وذات الشخص الوحيد؛</p> <p>https://www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/EURL_SARL.pdf</p> <p>- لفتح حساب جاري للمجمعات والمؤسسات العمومية</p> <p>https://www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/EURL_SARL.pdf</p>

<p>//www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/GROUPMENT_EP.pdf</p> <p>-لفتح حساب جاري للأعمال الحرة</p> <p>https: //www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/PROFESSION_LIBERALE.pdf</p> <p>-لفتح حساب جاري للشركات ذات أسهم وشركات التضامن</p> <p>https: //www.alsalamalgeria.com/pdf/wetransfer/SPA_SNC.pdf</p>	<p>بنكنغ".</p>
--	----------------

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

الفرع الثاني: خدمات بنك السلام المصرفية

يعمل مصرف السلام الجزائري بتوفير خدمات مصرفية اخرى تكون متوافقة مع معايير مصرفية معاصرة ذات تقنيات عالمية

متطورة والتي تكمن في:

اولا: الخدمات المصرفية الالكترونية

1- خدمة ما قبل التوطين E-PREDOM:

جدول 13: جدول يوضح خدمة ما قبل التوطين E-PREDOM لمصرف السلام

الوصف والمزايا	شروط الاهلية	الخطوات الواجب اتباعها
		للقيام بطلب ما قبل التوطين لعملية الإستيراد عبر النت
لجعل تحويلاتكم البنكية الدولية آمنة بمنحككم مصرف السلام-الجزائر وسائل الدفع المستندية أكثر أمانا متوافقة مع المعايير الدولية ومتلائمة مع حاجياتكم كمشتري أو بائع. مصرف السلام-الجزائر يضع بوابة الويب الخاصة بكم لمعالجة طلباتكم ما قبل التوطين للإستيراد وهذا 24/24 ساعة و 7/7 أيام طوال السنة عبر الأنترنت بكل أمان. وذلك عبر الرابط المزايا:	فتح حساب جاري للشركات لدى مصرف السلام-الجزائر.	-الدخول على الرابط؛ -النقر على إيقونة "espace client"؛ -للإستفادة من خدمة ما قبل التوطين يجب عليك التسجيل أولا من خلال النقر على "créer un nouveau compte"؛ -إدخال المعلومات الخاصة بمؤسستك؛ بعد ملء الخانات إضغط على "créer un nouveau compte"؛ -النقر على "accéder à votre espace"؛ -إدخال المعلومات المطلوبة (البريد الالكتروني؛ كلمة السر)؛ -ظهور قائمة جديدة "Domiciliations" من خلالها يمكنكم الإطلاع على قائمة الطلبات "Mes demandes"؛ كما يمكنكم أيضا تسجيل طلبية جديدة بالنقر على "Nouvelle demande".
-سهل الإستعمال؛ -وفرة 7 على 7 أيام و 24 على 24 ساعة؛ -راحة ومرونة.		

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 30-05-2022

2- خدمة الاعتماد المستندي:

جدول 14: جدول يوضح خدمة خدمة الاعتماد المستندي لمصرف السلام

المزايا	شروط الاهلية	الخطوات الواجب اتباعها
		بعد الإنتهاء من عملية ما قبل التوطين
<p>-سهل الإستعمال؛</p> <p>-وفرة 7 على 7 أيام و24 على 24 ساعة؛</p> <p>-القدرة على ملئ إستمارة إفتتاح الإعتماد المستندي لعمية الإستيراد.</p>	<p>أن تكون عميل في مصرف السلام- الجزائر (توطين الحساب).</p>	<p>-حددوا طريقة التمويل أولا ثم أنقروا على "E-continuer vers CREDOC"؛</p> <p>-حددوا نوع التمويل؛</p> <p>-حملوا الوثائق المطلوبة (فاتورة اولية... إلخ)؛</p> <p>-بعد قبول طلبكم من قبل المصرف؛ تفضلوا بتحميل وطباعة الوثائق PDF لعمليات ما قبل التوطين والإعتماد المستندي؛ والتقدم الى فرعكم مصحوبين بالملف التكميلي الخاص بطلبيتكم لإتمام إجراءات فتح الإعتماد المستندي الخاص بشركتكم</p>

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

3- خدمة السلام مباشر للافراد:

جدول 15: جدول يوضح خدمة السلام مباشر للافراد لمصرف السلام

الوصف	شروط الاهلية	الوثائق المطلوبة
<p>أنتم في عجلة من أمركم؛ أنتم مستأوون من زحمة المرور أو بكل بساطة لا تملكون الوقت الكافي للتنقل إلى مصرفكم وفي نفس الوقت لكم الرغبة في الإطلاع عبر الموقع الإلكتروني على العمليات المصرفية التالية:</p> <p>1. حزمة برميوم</p> <ul style="list-style-type: none"> • الإطلاع على الأرصدة؛ • مراجعة الأرصدة؛ • الإطلاع على العمليات الأخيرة؛ • خدمة الرسائل النصية؛ • المعارضة على الشيك؛ • البحث في عمليات الحساب؛ • تحميل كشوفات الحساب؛ • طبع كشوفات الحساب؛ • طبع بيانات الحساب البنكي؛ • طلب دفتر الشيكات؛ • متابعة التسهيلات؛ • الإطلاع على الودائع لأجل؛ • التحويل بين الحسابات؛ • التحويل للمستفيدين؛ • إدخال التحويلات المكثفة؛ • إرسال ملفات التحويلات المكثفة؛ • تقرير التنفيذ؛ <p>2. حزمة غولد:</p> <p>كل خدمات حزمة برميوم +:</p> <p>دمج الحسابات؛</p>	<p>فتح حساب جاري للشركات في مصرف السلام-الجزائر.</p>	<p>إختر حزمتهك أولاً ثم تقدم بطلب للإشتراك في خدمة "السلام مباشر" من ممثل خدمة المتعاملين المكلف بك في المصرف.</p>

		<p>التخليص الإلكتروني لمستحقات الجبائية؛ إلتحقوا بمصرفكم وأطلبوا خدمة المصرف عن بعد من مستشار المتعاملين المكلف بكم؛ شاركوا في خدمة المصرف عن بعد "السلام مباشر"، وقوموا بجميع عملياتكم المصرفية أينما كنتم وعلى مدار الساعة. ملاحظات: التحويلات يمكن أن تكون دائمة أو آنية. قم بتغيير كلمة السر عند أول إلتحاق بخدمة "السلام مباشر".</p>
--	--	---

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

4- خدمة السلام سمارتبنكنج للشركات:

جدول 16: جدول يوضح خدمة السلام سمارتبنكنج للشركات لمصرف السلام

شروط الاهلية	الوصف والمزايا
<p>-فتح حساب مصرفي جاري "السلام"؛ -أن يكون لك إشتراك في خدمة "السلام مباشر" برصيد أو غولد للشركات.</p>	<p>-الكشف عن الأرصدة وآخر العمليات؛ -البحث وترتيب آخر العمليات؛ -محاكاة التمويل؛ -تحويل العملات؛ -الإتصال بالمصرف عن طريق البريد الإلكتروني، الهاتف .021.38.88.88 ملاحظة: قم بتغيير كلمة السر عند أول إلتحاق بخدمة "السلام سمارت بنكنج" عن طريق إدخال رمز وصول "السلام مباشر" الخاص بكم. المزايا: -الراحة والتحكم؛ -السهولة والأمان؛ -الإتصال المباشر وفي كل وقت وأينما كنتم بمصرفكم.</p>

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

5- خدمة السلام سمارتبنكنج للأفراد:

جدول 17: جدول يوضح خدمة السلام سمارتبنكنج للأفراد لمصرف السلام

الوصف والمزايا	شروط الاهلية
<p>-الكشف عن الأرصدة وآخر العمليات؛</p> <p>-البحث وترتيب آخر العمليات؛</p> <p>-محاكاة التمويل؛</p> <p>-تحويل العملات؛</p> <p>-الإتصال بالمصرف عن طريق البريد الإلكتروني، الهاتف 021.38.88.88.</p> <p>ملاحظة:</p> <p>قم بتغيير كلمة السر عند أول إلتحاق بخدمة "السلام سمارت بنكنج" عن طريق إدخال رمز وصول "السلام مباشر" الخاص بكم.</p> <p>المزايا:</p> <p>-الراحة والتحكم؛</p> <p>-السهولة والأمان؛</p> <p>-الاتصال المباشر وفي كل وقت وأينما كنتم بمصرفكم.</p>	<p>فتح حساب لدى مصرف السلام-الجزائر؛</p> <p>أن يكون لك إشتراك في خدمة "السلام مباشر" برعيوم للأفراد.</p>

المصدر: www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 2022-05-30

ثانيا: تاجير الخزائن الحديدية " خزانات الامان "

الوصف والمزايا	شروط الاهلية
<p>مصرف السلام-الجزائر يوفر خدمة إستئجار خزانات الأمانات الحديدية، ويمكنكم بهذا من الإحتفاظ بالأغراض الثمينة والوثائق المهمة في مكان آمن.</p> <p>المزايا:</p> <p>-خزانات امان متوفرة بثلاثة أحجام: الصغيرة، المتوسطة والكبيرة؛ كي تتناسب والمقتنيات الثمينة؛</p> <p>-يمكنكم إستئجارها بصفة شخصية ولمدة سنة؛</p> <p>-خزانات الأمانات الحديدية لا يمكن أن تفتح إلا بحضوركم؛</p> <p>-خزانات آمنة؛</p> <p>-خزانات سرّية؛</p> <p>-خزانات خصوصية.</p>	<p>-أن يكون للعميل حساب بالدينار الجزائري لدى المصرف؛</p> <p>-السن: 18 سنة فما فوق.</p>

الفرع الثالث: الخدمات الاجتماعية لمصرف السلام الجزائري:

قدم مصرف السلام خدمات اجتماعية من اجل التعزيز والتراحم بين الناس وهذا عن طريق جمع الزكاة لكي تعود على الفقراء والمساكين وهذا من اجل الصالح العام في المجتمع الاسلامي، ومن الصدقة الجارية ايضا ويتكفل بيها المصرف من اجل تنفيذ ارادة الواقف.

التزام مصرف السلام بالمشاركة في بعض الأنشطة والبرامج والأفكار الاجتماعية لتلبية المتطلبات الاجتماعية للإطراف المترابطة به والمتأثرة بنشاطه سواء بداخله أو خارجه بهدف إرضاء الله والعمل على تحقيق التقدم والوعي الاجتماعي للأفراد بمراعاة التوازن وعدالة الاهتمام بمصالح مختلف الفئات (طرويبا، 2012، ص3)

المطلب الثاني: المزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري

يتناول هذا المطلب على مجموعة المزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري وهي: المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج، المزيج التسويقي الموسع، اذا سنتطرق الى اهم ماجاء فيه

اولا: منتجات مصرف السلام

يتميز مصرف السلام بمجموعة من المنتجات المصرفية التي بدورها تلي حاجات ورغبات زبائنها لمختلف الفئات، حيث يتكون المزيج الخدمي لمصرف السلام بمجموعة من الخدمات والتي تتكون في: حسابات بنكية، تمويلات، خدمات عبر الإنترنت، بطاقات الكترونية، تجارة خارجية، خدمات اخرى.

حيث يتكون كل من الخدمات على:

1-الحسابات البنكية على 8 منتجات

2-التمويلات على 16 منتج

3-خدمات عبر الإنترنت: 9 منتجات

4-بطاقات إلكترونية: 6 منتجات

5-تجارة خارجية: تتكون من منتجين

6-اما عن الخدمات الاخرى تتكون من اربعة منتجات.

اذا يمكن القول ان جميع منتجات مصرف السلام الجزائري تتكون عن خمسة واربعين منتج يمكنهم تلبية رغبات وحاجات الزبائن المتنوعة. (موقع مصرف السلام الجزائري تم الاطلاع عليه يوم 18-04-2022 :
<https://www.alsalamalgeria.com/ar/blog/list-26-4.html>

ثانيا: التسعير في مصرف السلام الجزائري

يقوم مصرف السلام الجزائري بتسعير منتجاته على اساس معيار المنافسة القائمة في السوق وهذا يعمل تقوم به لجنة خاصة تقوم بتحديد اسعار ربح المصرف وتكون هاته المجموعة مكونة من الإطارات في المصرف، لان المصرف اساسا يعمل على مدى التوفيق بين معياري التسعير والمنافسة على اساس التكلفة.

فمصرف السلام دائما ما يحرص على التغطية في التكاليف وهذا في وضع الأسعار، اذ ان هامش الربح المضاف يراعي فيه أسعار المنافسة في السوق (تم الاطلاع عليه يوم 18-04-2022) www.alsalamalgeria.com

ثالثا: التوزيع في مصرف السلام الجزائري

يتميز مصرف السلام بطرق متنوعة في طريقة التوزيع وهي عن طريق:

1-الفروع

2-الموزع الالي للأوراق المالية

3-نمائي نقطة البيع الالكترونية

4-المنزل المصرفي من خلال الانترنت

حيث جاء فيهم كمايلي:

1-الفروع: تم إنشاء 18 فرعا موزعة على المستوى الوطني وهي كالاتي:

- ستة فروع في الجزائر العاصمة (فرع باب الزوار، سيدي احمد، دالي براهيم، القبّة، حيدرة وسطاوالي)

-فرع في سطيف

-فرعين في مدينة وهران (فرع بير جيري وحي العثمانية)

-فرع مسيلة

-فرع بلدية

-فرع الجلفة

-فرع بسكرة

-فرع باتنة

-فرع عنابة

-فرع قسنطينة

-فرع ادرار

-فرع ورقلة

2-الموزع الآلي للاوراق المالية (GAB):

يوفر مصرف السلام تلك الموزعات المتواجدة في الحائط الخارجي للفروع حيث بلغ عددها 19 موزع من نوع GAB، حيث تعمل بدون انقطاع حيث يوفر للزبون امكانية استخراج امواله متى شاء.

3-نھائي نقطة البيع الإلكترونية (TPE):

يوفر المصرف هذه الخاصية من اجل تسهيل للزبون عملية التسوق دون حمل نقود معه حيث بلغ ثلاثة وثلاثون وحدة موزعة عبر الوطن حيث يتواجد في العديد من المراكز التجارية في قسنطينة وسطيف والجزائر العاصمة وغيرها.

4-المصرف المنزلي من خلال الإنترنت:

خدمات ما قبل التوطين E-PREDOM، خدمات الاعتماد المستندي، السلام مباشر، السلام سمارتبكنغ، مايل سويفت، الدفع عبر الإنترنت (E-AMINA). (تم الاطلاع عليه يوم 18-04-2022) www.alsalamalgeria.com

رابعا: الترويج في مصرف السلام الجزائري

يستخدم مصرف السلام جميع عناصر الترويج وهي كالاتي

1-النشر والدعاية: وهي التي تتكون من مختلف منصات التواصل الاجتماعي وهي كما يلي:

FACEBOOK , YOUTUBE, TWITTER , INSTAGRAMS, LINKEDIN ,
STREET MARKETING

2-الاعلان: جرائد باللغة الفرنسية واللغة العربية كجريدة الخبر والنهار، وفي القنوات التلفزيونية كقناة الشروق والنهار والمواقع الالكترونية للجرائد.

3-العلاقات العامة: المشاركة في الملتقيات والمحاضرات والمعارض

4-تنشيط المبيعات: اجراء قرعة للزبائن للعمرة في كل ثلاثة اشهر. تم الاطلاع عليه يوم 19-04-2022

www.alsalamalgeria.com

خامسا: المزيج التسويقي الموسع لمصرف السلام الجزائري

1-العمليات:

اضاف مصرف السلام من اجل الاستجابة السريعة للزبائن من اجل تلبية حاجاتهم ورغباتهم في اي وقت ممكن حيث وضع لهم عن امكانية القيام بجميع العمليات عن بعد من خلال التكنولوجيا الهواتف والانترنت وذلك من خلال خدمة السلام مباشر والسلام سمارت بانكينغ والماليل سويفت والتي تسمح للزبائن سواء كانوا افراد طبيعيين او معنويين من الحصول على الخدمة بدون تعب وعناء، كما قلص مصرف السلام الوقت لخدمة الزبون من خلال توفير العدد الكافي للموظفين (تم الاطلاع عليه يوم

(www.alsalamalgeria.com 2022-05-15)

2-الافراد (مقدمي الخدمة)

يعمل مصرف السلام بحرص في اختيار موظفين ذو كفاءة عالية في الواجهة مع العميل، لان لهم دور كبير في اعطاء صورة جيدة حول المصرف، كما يمكن تلخيص اهم عناصر الموظفين في ما يلي:

-الاتصال مع الزبون: يجب ان يكون مقدم الخدمة في درجة عالية من التعبير من اجل توضيح للزبائن وتكون له القدرة على ادراك احتياجات ورغبات مختلف الزبائن.

-حسن المظهر والسلوك: يجب على الموظف الحرص على السلوك الامثل اثناء العمل، كما يتوجب عليه المحافظة على المظهر المهني اللائق اثناء العمل وايضا يجب عليه ارتداء ربطة عنق بالنسبة للرجال واللباس الشرعي بالنسبة للنساء.

-الحساسية تجاه العميل يجب اظهار الاهتمام اللازم للعميل وذلك من اجل تنمية ولائهم والحفاظ على صورة المصرف الحسنة.

-المعرفة الوظيفية: يجب على مسؤولي المصرف الاشراف على موظفيهم وتدريبهم وتوجيههم من اجل اهداف المصرف والعمل بروح فريق واحد والاعتناء بالموظفين الجدد.

-الكرامة والنزاهة: التحلي بالكرامة والنزاهة والتحلي في القيم الأخلاقية والالتزام بالاعراف الاجتماعية عند التعامل مع الزبائن. (

تم الاطلاع عليه يوم 15-05-2022 www.alsalamalgeria.com)

ثالثا: الدليل المادي

اعتناء مصرف السلام الجزائري بالدليل المادي من خلال الديكور الخارجي والداخلي المميز والجذاب والذي يجب ان يوفر الراحة والطمأنينة والامان. حيث يتميز بـ:

الموزع الالي ATM

آلة العد وتدقيق النقد

المكيف الهواء من النوع الكبير

الشبائيك

قاعة الانتظار

شاشات التوجيه

شباك الاستعلامات

مكتبة داخل قاعة الانتظار

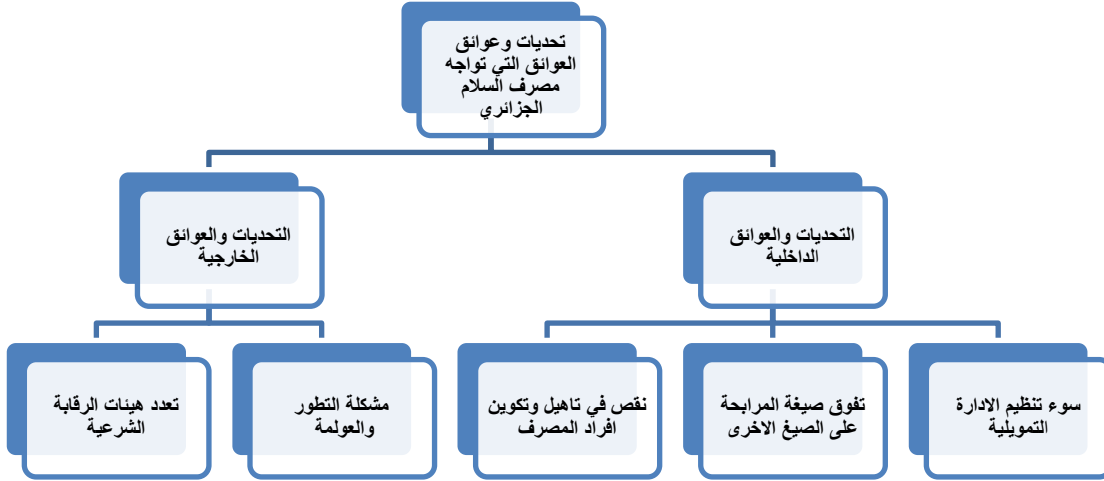
موزع أوتوماتيكي للمشروبات

كما يحرص المصرف على النظافة التامة داخل وخارج المكاتب والشبائيك وغيرها. (تم الاطلاع عليه يوم 20-04-2022
www.alsalamalgeria.com).

المطلب الثالث: التحديات والعوائق التي تواجه مصرف السلام الجزائري

يتناول هذا المطلب على اهم تحديات وعوائق العمل التي تواجه مصرف السلام الجزائري بالرغم ان مصرف السلام قد حقق الكثير من الامتيازات في مجال الصيرفة الاسلامية لهذا قمنا بتقسيم هذا المطلب الى فرعين اساسيين حيث يتميز الفرع الاول على التحديات والعوائق الداخلية اما الفرع الثاني فيتميز بالتحديات والعوائق الخارجية، وكما هو ايضا موضح في الشكل الاتي:

شكل 13: شكل يوضح اهم التحديات والعوائق التي تواجه مصرف السلام الجزائري



الفرع الأول: التحديات والعوائق الداخلية

أولاً: نقص في تكوين وتأهيل أفراد المصرف الإسلامي

يعد العنصر البشري احد اهم عوامل النجاح في اي مؤسسة كانت، ولهذا وجب على المسؤولين بتدريب العاملين والارتقاء بهم وصقل قدراتهم المهنية والشرعية بهدف دعم الصناعة المصرفية الإسلامية. (الطويل، 2016

الا ان الجزائر تفتقر في مؤسساتها المالية للإطارات المؤهلة والمتخصصة وهذا ما يشكل أكبر عائق لها (عادل الحسيني، 1996، صفحة 16).

حيث تمثل هذه المشكلة تحديًا كبيرًا للمؤسسات المالية الإسلامية، مما يفرض على هذه المؤسسات وجود إستراتيجية طويلة الامد لتوفير الموارد البشرية الكفؤة التي تستطيع ان تحمل على عاتقها مهمة التطوير والنهوض بهذه المؤسسات، وذلك بتكثيف الدورات التدريبية المتخصصة بهدف صقل قدرات الموظف. والعامل الأهم في مواجهة هذا التحدي هو ضرورة إنشاء اقسام خاصة لتدريس الاقتصاد الاسلامي (الطويل، 2016).

ثانياً: تفوق صيغة المراجعة على الصيغ الاخرى

ان اغلبية تعاملات المصرف الاسلامي تكون بالصيغ التمويلية ذات العائد الثابت وهذا على حساب الصيغ الاخرى كصيغة المراجعة، لان صيغة المراجعة تكون فيها اجبارية كشف سجلات بصفة مفصلة عن الاعمال، وان لا يمتلك المشروع الا بعد فترة طويلة (نين، 2014-2015)

ثالثا: سوء تنظيم الادارة التمويلية

يجب ان توضع الاعمال والصلاحيات كما ينبغي هذا من اجل الحفاظ على تنفيذ حسن المعاملة التي هي قائمة اساسا على الأحكام الشرعية، لذا يجب ان يتبنى نظام التخصص في الإدارات، وايضا يجب ان يكون لكل نوع من انواع التمويل مصلحة خاصة وإدارة خاصة به من اجل حسن التنظيم في الإدارة التمويلية (عادل الحسيني، 1996، صفحة 7)

الفرع الأول: التحديات والعوائق الخارجية

اولا: تعدد هيئات الرقابة الشرعية

ان تعدد الهيئات يكون عائقا على اعمال المصرف الإسلامي وهذا بسبب عدم وجود هيئة عليا تقوم بتوحيد الفتاوي التي تخص الأعمال التي يقوم بها المصرف، ولهذا تتعدد الآراء والهيئات لعدم وجود سلطة عليا (نين، 2014-2015، صفحة 57).

ومن اهم المشاكل التي تعاني منها الهيئات نذكرها كمايلي:

-ان دور معظم الهيئات في المصارف الاسلامية لا يتعدى دور الافتاء النظري الى القيام بالرقابة الفعلية على اعمال المصرف ولكن هل طبقت الفتوى كما صدرت ؟ وهل يعرض على الهيئة كل مايقوم به المصرف ؟ (عطية، البنوك الإسلامية، ص73)
-مع تطور ونمو المصارف الاسلامية وتزايد اعمالها وتشغل انشطتها المصرفية والاستثمارية، اصبح من غير البسير على هيئات الفتوى والتي غالبا ماتكون غير متفرغة بان تطلع على جميع الاعمال وهذا ما ادى الى صعوبة متابعة إصدار الفتاوي المناسبة لها. (الباري، العدد 118، صفحة 5).

و لهذا يجب عليا القيام بتوحيد الرؤى (عبدو، 2009)

من خلال انشاء هيئة عليا تكون بمنزلة المحكمة العليا لجميع هيئات الفتاوي في المصارف الاسلامية

ثانيا: مشكلة التطور والعمولة

قامت العمولة بتشكيل عائقا على عمل المصرف الإسلامي لانه بمقابل الاندماج فيها يتطلب درجة من الكفاءة الاقتصادية والتكنولوجية وهذا ما ادى الى عدم اهمية الدولة (عبدو، 2009، صفحة 56)

حيث ان العمولة قامت باتخاذ مضامين جديدة، مما ادى الى اتخاذ المصارف اتجاهات الى ميادين ونشاطات واسعة، وذلك من اجل الزيادة في المكاسب، لهذا ادت على تشكل تحديات وعائق امام المصارف الاسلامية وهذا من خلال:

-تقليل هوامش الارباح لمختلف انواع العمليات المصرفية

-الغاء الحاجز الحمائي الذي كانت تضعه الدولة (الغربي، 2017، الصفحات 117-118)

المطلب 4: المخاطر التي تواجه مصرف السلام الجزائري وكيفية ادارتها

يتناول هذا المطلب على المخاطر التي يتعرض لها مصرف السلام الجزائري وكيفية تنظيم ادارتها حيث تتكون من المخاطر العملية ومخاطر السيولة واخيرا مخاطر الائتمان

اولا: تعريف المخاطر:

تمثل المخاطر عن احتمالية قد تعرض المصرف الى خسائر بشكل مباشر كخسائر في نتائج الاعمال او في راس المال، وتكون ايضا بشكل غير مباشر وذلك من خلال وجود قيود وقوانين قد تمنعها من تحقيق غاياته واهدافه، كونها تحد من قدرته على استغلال الفرص المتاحة في بيئة العمل المصرفي وايضا تؤدي الى اضعاف قدرته على الاستمرار في تقديم اعماله من جهة اخرى (المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، 2016، صفحة 80).

ثانيا: المخاطر التي يتعرض لها مصرف السلام الجزائري وكيفية ادارتها

قام مصرف السلام الجزائري بتأسيس منظمة داخلية لتقييم وتأطير التأثير السلبي للعوامل الداخلية والعوامل الخارجية التي تكون تابعة لنشاط المصرف وممتلكاته ونتائجه في اي وقت ممكن. (لمصادفة وآخرون، 2018-2019-ص13 وسنذكر اهم المخاطر التي يتعرض لها المصرف في مايلي:

أ-المخاطر العملية

هي مخاطر مرتبطة باحتمال حدوث خسائر مباشرة واخرى غير مباشرة لوجود خطأ في معالجة العمليات او خطأ في البرامج المعلوماتية او في نتيجة الازخاء التي ارتكبها الموظفون، لهذا وضع مصرف السلام اجراءات وسياسات للتقليل من هذا النوع من المخاطر بهدف مراقبتها وتقييمها، كما تم تأسيس لجنتين للإشراف على هذه المهمة: لجنة حماية النظم المعلوماتية، لجنة الأمن

كما قام مصرف السلام بانشاء ادارة مهمتها حماية الانظمة المعلوماتية من اجل الحد من هذه المخاطر www.alsalamalgeria.com تم الاطلاع عليه يوم 15-05-2022).

ب مخاطر السيولة:

يقصد بمخاطر السيولة هي المخاطر التي يمكن ان يتعرض لها المصرف جراء تدفق غير متوقع لودائع عملائه للخارج، بسبب تغير مفاجئ في سلوك المودعين، ومثل هذا الوضع قد يوقع المصرف بإجراء مشاط غير اعتيادي في التمويل القصير الأجل من اجل سد الفجوة التي تعرض لها بسبب النقص في السيولة (قاسمي و فيلاي، 2011).

وبما ان مصرف السلام يعتبر مصرفا إسلاميا فان خطر السيولة هي من أكبر المخاطر التي تعترضه لانه لا يستطيع الإقراض واستعمال الفائدة الربوية مم اجل سد احتياجات السيولة وتغطية النقص، ولكنه حسب حسابان عند الوقوع في هذا الخطر حيث انه وضع لجنتين الاولى هي لجنة الخصوم والاصول واللجنة الثانية هي لجنة متابعة السيولة وكانت مهمتهما تشكيل الوسائل اللازمة التي يمكن من خلالها النظر على المدى القصير على مكونات خزينته من اجل تجنب اي مخاطر. (تم الاطلاع عليه يوم 15-05-2022)

www.alsalamalgeria.com

ج: مخاطر الائتمان:

تتعرض المصارف الإسلامية لمخاطر الائتمان، عندما يتوسع المصرف في منح الائتمان، فيتأخر العمال عن الدفع أو يتوقف نهائيا، أو يوجه التمويل إلى استثمارات لا تحقق عائدا مناسباً، وتتبع المصارف الإسلامية طرقاً وأدواتاً للتقليل من هذه المخاطر، ولكنها لا تستطيع التعامل مع هذه المخاطر، كما يتعامل البنك التقليدي الذي يعمل على زيادة كلفة الدين. و مصرف السلام الجزائري، أحد المصارف الإسلامية في الجزائر، يواجه مثل هذه المخاطر (ملحم و منير حسن، 2013، صفحة 14)

تكون مخاطر الائتمان في صورة مخاطر تسوية أو مدفوعات تنشأ عندما يكوف على احد اطراف الصفقة ان يدفع نقودا) مثلا في حالة عقد السلم أو الاستصناع)، أو ان عليه ان يسلم أصولا(مثلا في بيع المراجحة) قبل ان يتسلم ما يقابلها من اصول أو نقود، مما يعارض البنك لخسارة محتممة. وتأتي مخاطر الائتمان في حالة صيغ المشاركة في الأرباح (مثل المضاربة والمشاركة) في صورة عدم قيام الشريك بسداد نصيب البنك عند حلول الاجل (الفضيل، 2007، الصفحات 11-13) ويتخذ الطرق المناسبة لمواجهتها ومن اجل التسيير الجيد لها نذكر:

1-تحصيل الضمانات: التقديم للزبائن ضمانات مالية المتعلقة بالتمويلات

2-توزيع المخاطر: قام المصرف بتأسيس لجنة التصنيف دورها الاساسي اعادة تقييم محفظة التمويلات مخصصة ووفقا لتعليمات بك الجزائر، وايضا المراد من توزيع المخاطر عو عدم التركيز على نشاط تمويلي واحد او التركيز على زبون واحد او التركيز على مجموعة واحدة فقط (www.alsalamalgeria.com). تم الإطلاع عليه يوم 15-05-2022)

المبحث الرابع: دراسة عينة من مصرف السلام الجزائري فرع بسكرة

اخذنا في هذا المبحث دراسة عينة من مصرف السلام الجزائري فرع بسكرة حيث اعتمدنا على منهجية دراسة ميدانية وجمع البيانات والمعلومات وتحليلها ووضع فرضيات واختبار مدى صحتها.

المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية لمصرف السلام الجزائري

يتناول هذا المطلب على منهج الدراسة الميدانية لمصرف السلام الجزائري

اولا: -منهج الدراسة

المنهج هو الطريقة التي توصلنا إلى الحقيقة العلمية استنادا إلى قواعد يهتدي بها الفكر، ويعرف أيضا بكونه الخيط غير المرئي الذي يشد البحث من بدايته حتى النهاية قصد الوصول إلى نتائج معينة. ولكون البحث العلمي يستند في جانب مهم منه على الآراء والسلوكيات والاتجاهات التي تتأثر بالجانب المعرفي للعمال الإداريين، والذي ينعكس دورها في ترجمة الأفكار العلمية إلى أفكار عملية، لذا كان لابد من اختيار منهج يمتاز بالنظرة الشمولية ومنها اعتماد أساليب متعددة لجمع البيانات والمعلومات كالأستبانة، والملاحظة والمقابلات المختلفة والاطلاع على بعض وثائق المؤسسة محل الدراسة. لذا استقر الرأي على تبني المنهج الوصفي (Descriptive Approach)، الذي نراه ثلما بكل ما ذكرنا سابقا، والذي يمكن عن طريقه جمع البيانات وتبويبها وتحليلها، ومقارنتها وتفسيرها، بعبارة أخرى يعد هذا المنهج من أكثر مناهج البحث العلمي ملائمة لهذا النوع من البحوث.

ثانيا: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع البحث المستهدف وهو عملاء مصرف السلام فرع بسكرة والتي تتكون العينة من 47 عميل

ثالثا: عينة الدراسة والبيانات الشخصية والوظيفية لأفراد عينات الدراسة

اعتمدنا طريقة العينة العشوائية البسيطة في اختيار عينة البحث والتي بلغ حجمها (47) عميل، وقد تم توزيع الاستبيان عليهم من خلال استبانة الكترونية. وبعد فحصها لم يستبعد أي منها نظرا لتحقيقها شروط الإجابة الصحيحة. فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص مبحوثي عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

جدول 18: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
العمر	اقل من 30	8	17.0%
	من 30 الى 39	17	36.2%
	من 40 الى 49	10	21.3%
	اكثر من 50	12	25.5%

المجموع	47	100.0%
المستوى التعليمي	اقل من الثانوي	3
	ثانوي	7
	جامعي	26
	دراسات عليا	11
المجموع	47	100.0%
الوظيفة	قطاع عام	23
	قطاع خاص	24
	المجموع	47

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS.

يبين الجدول (01) أن المبحوثين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) بلغت نسبتهم (17%)، بينما تراوحت نسبة المبحوثين ضمن الفئة العمرية (من 30 إلى أقل من 39 سنة) بلغت (36.2%)، في حين تراوحت نسبة المبحوثين الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 40 إلى أقل من 49 سنة) قدرت (21.3%) وفي الأخير (25.5%) من أفراد عينة البحث بلغت أعمارهم (50 سنة فأكثر). و عليه نستنتج أن جميع فئات المبحوثين متوازنة.

وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين يتضح من الجدول (01) أن نسبة (6.4%) منهم لديهم مستوى اقل ثانوي، و(14.9%) منهم في المستوى الثانوي، و(55.3%) جامعيين، في حين كانت نسبة الأفراد ذوي الدراسات العليا (23.4%) و عليه نجد ان اغلبية المتعاملين مع مصرف السلام بسكرة من الفئة المثقفة.

وفيما يخص مجال الوظيفة الحالية فيبين الجدول (01) أن عينة العملاء المؤخوذة متساوية نجد ان حوالي (50%) من المبحوثين ينتمون الى القطاع العام و (50%) ينتمون الى القطاع الخاص

المطلب الثاني: أداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والمعلومات

يتناول هذا المطلب على مجموعة ادوات الدراسة التي تم استعمالها من اجل جمع البيانات والمعلومات المستخدمة من اجل الدراسة.

اولا: أداة الدراسة

تشتمل أداة الدراسة في الاستبانة، حيث تم إعدادها بناء على العديد من الدراسات من بينها: (دراسة ميدانية بينك الخليج الجزائر - وكالة بسكرة-)

وذلك بهدف اختبار العلاقة المفترضة بين متغيري الدراسة "الخدمات المصرفية" و "الخدمات المصرفية الاسلامية" وتم تقسيم الاستبانة إلى قسمين رئيسيين وهما:

❖ القسم الأول: ويشتمل البيانات الشخصية والوظيفية وهي (، العمر، المؤهل العلمي، قطاع العمل)

❖ القسم الثاني: ويشمل محاور الاستبانة أو الدراسة، ويتكون من 38 عبارة موزعة على جزئين رئيسيين:

- الجزء الأول: خاص بالخدمات المصرفية، ويحتوي على (18) عبارة موزعة على 7 أبعاد.
- الجزء الثاني: خاص بالخدمة المصرفية الاسلامية، ويحتوي على (20) عبارة موزعة على 5 أبعاد.

ثانيا: مصادر جمع البيانات والمعلومات

تعتمد الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات:

البيانات الأولية: تم الحصول عليها من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة البحث، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS (Statistical Package For Science) وباستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع البحث.

البيانات الثانوية: قمنا بمراجعة الكتب والدوريات والمنشورات الورقية والالكترونية، والرسائل الجامعية والمقالات والتقارير المتعلقة بالموضوع قيد البحث، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر والتي ساعدتنا في جميع مراحل البحث. والهدف من خلال اللجوء للمصادر الثانوية في هذا البحث هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابات الدراسات، وكذلك اخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال بحثنا.

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفرضيات، تم باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V17) من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة وهي:

مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures): وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، هذا بالإضافة إلى اختبار الفرضيات.

اختبار كوجروف سمرنوف (1-sample K-S): لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.

معامل الثبات ألفا كرونباخ (Conbach's C oefficient Alpha): وذلك لقياس ثبات أداة البحث.

معامل صدق المحك: وذلك لصدق أداة البحث.

رابعا: صدق أداة الدراسة وثباتها

صدق أداة الدراسة: يقصد بصدق الأداة (validity) قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها وللتحقق من صدق الاستبانة المستخدمة في البحث اعتمدنا على صدق المحك، حيث تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو موضح في الجدول (02) إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ

(0.983) وهو معامل جيد ومناسب لأغراض وأهداف هذا البحث، كما نلاحظ أيضا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث وأبعادها كبيرة جدا ومناسبة لأهداف البحث.

- ثبات الأداة (Reliability): ويقصد بها مدى على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وفي هذا البحث تم قياس أداة البحث باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha)، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.60 فأكثر حيث النتائج كما يلي:

الجدول 19: معاملات الصدق والثبات

المتغير	عدد العبارات	معامل الثبات الفاكرونباخ	معامل الصدق
الخدمات المصرفية	18	0.939	0.969
الخدمات المصرفية الاسلامية	20	0.949	0.974
الاستبانة ككل	38	0.968	0.983

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برامج SPSS. P17

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث (0.968) وهو معامل ثبات جيد جدا ومناسب لأغراض البحث، كما تعتبر جميع معاملات الثبات لمحوري الدراسة مرتفعة ومناسبة لأغراض البحث. وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة الدراسة مما يجعلنا على ثقة كاملة بصحتها وصلاحتها لتحليل النتائج.

المطلب الثالث: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة واختبار الفرضيات

يتناول هذا المطلب على التحليل الإحصائي للعينة المدروسة لمصرف السلام الجزائري فرع بسكرة واختبار صحة الفرضيات فيها.

اولا: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة

في هذا الجزء سوف نقوم بتحليل محاور الاستبانة بغية الإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تم استخدام مقياس الإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت 1-5) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبانة المتعلقة بمحوري البحث والمتمثلين في خدمات المصارف وخدمات المصارف الاسلامية، وقد تقرر أن يكون الوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن كل عبارة من (1- أقل من 2.33) دالا على مستوى "منخفض" من القبول، ومن (2.33 أقل من 3.66) دالا على مستوى "متوسط"، ومن (3.66-5) دالا على مستوى "مرتفع" ويظهر الجدولان (03) و(04) تلك النتائج.

-تحليل المحور الأول للإجابة عن السؤال التالي:

ما واقع تسويق الخدمات المصرفية ؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول (03).

جدول 20: الإتجاه العام لإجابات العملاء عينة الدراسة عن عبارات تسويق الخدمات المصرفية

رقم العبارة	أبعاد التغيير التنظيمي وعبارات القياس	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	مستوى القبول
أولاً. الخدمة					
		3.78	0.95	1	مرتفع
1	يقدم المصرف خدماته بشكل مطور	3.79	0.999	1	مرتفع
2	يوف المصرف مجموعة من بطاقات المصرفية (البطاقة الفضية.....) لخدمة العملاء	3.79	1.02	2	مرتفع
ثانياً- السعر					
		3.68	0.92	2	مرتفع
3	يعرض المصرف اسعار مناسبة لخدماته	3.68	1.065	1	مرتفع
4	معقولة سعر الخدمة المقدمة مع العملات	3.68	1.086	2	مرتفع
ثالثاً-توزيع					
		3.68	0.92	3	مرتفع
5	موقع المصرف مناسب ويسهل الوصول اليه	3.85	1.042	1	مرتفع
6	بطاقة الائتمان تستخدم في عدة اماكن مختلفة	3.64	1.206	3	متوسط
7	فروع المصرف منتشرة بشكل جيد	3.66	1.238	2	مرتفع
8	يستخدم المصرف اساليب حديثة في تقديم منتجاته	3.57	1.211	4	متوسط
رابعاً- ترويج					
		3.59	0.87	5	متوسط
9	يوفر المصرف المعلومات الكافية عن منتجاته	3.72	1.015	1	مرتفع
10	يستخدم المصرف عدة اعلانات	3.53	1.080	3	متوسط

11	يستخدم المصرف كفاءات جديدة في كل مرة	3.53	1.060	2	متوسط
خامسا - الدليل المادي					
12	يملك المصرف موقع جذاب وتصميم داخلي متكامل	3.62	1.074	1	متوسط
13	توفر اجهزة متطورة للاداريين تسهل تعاملات المصرف مع العملاء	3.55	1.059	2	متوسط
سادسا - الافراد					
14	مهارة العاملين في تقديم الخدمة للعملاء وبسرعة	3.49	1.231	2	متوسط
15	يجيب العاملين على جميع تساؤلات العملاء حول الخدمات المقدمة	3.83	0.789	1	مرتفع
سابعا - العمليات					
16	حسن الترحيب والاستقبال واللباقة في التعامل	3.66	1.069	2	مرتفع
17	دقة وسرعة تقديم الخدمات (فتح حساب, تحويلات مالية....)	3.68	1.045	1	مرتفع
18	ياخذ الموظفون برأي العملاء في تحديد العمليات الخاصة بآداء الخدمة	3.45	1.230	3	متوسط
واقع تسويق الخدمة المصرفية بشكل عام		3.6517	/	-	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

يتضح من خلال الجدول (03) أن بُعد:

1-الخدمة: جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.7872) بانحراف معياري (0.95408). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، وهذا يدل على أن المصرف يجري تغيير في خطوط الاتصال بين الأقسام عند ظهور متغيرات بيئية تستدعي ذلك كما تقوم إدارة المصرف بإجراء تغيير في سياسات وإجراءات العمل عند الحاجة.

2-السعر: جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.6809) بانحراف معياري (0.92328). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات بعد السعر أنها تشكل قبولا

مرتفعا، وبالتالي يتضح أن إدارة المصرف تعمل على تغيير السعر عند الحاجة لمواكبة التغيرات وتغيير الاسعار بين الخدمات.

3-التوزيع: جاءت بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.6809) بانحراف معياري (0.92622). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفع، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على بعد التوزيع أنها تشكل قبولا متوسط، حيث تراوحت المتوسطات بين (3.75-3.85) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (1.211-1.042). وهذا ما يدل أن على ان توزيع الوظائف بشكل جيد يناسب رغبات العميل.

4-الأفراد: جاءت بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.6596) بانحراف معياري (0.89142). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على بعد الافراد تشكل قبولا متوسط، تراوحت المتوسطات بين(3.83-3.49) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين(0.789-1.231). وهذا يشير إلى أن المصرف يقوم بإعطاء قيمة كبيرة للفئة العاملة في البنك كما يدل على مهارة العاملين في تقديم الخدمة للعملاء وبسرعة كما يدل على ان العاملين يجيبون على جميع تساؤلات العملاء حول الخدمات المقدمة.

5- الترويج: جاءت بالترتيب الخامس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.5957) بانحراف معياري (0.87900). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على بعد الترويج تشكل قبولا متوسط، تراوحت المتوسطات بين(3.53-3.72) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين(1.080-1.015). وهذا يشير إلى أن المصرف يقوم بالترويج بصفة كبيرة ونطاق واسع حيث يوفر المصرف المعلومات الكافية عن منتجاته ويستخدم المصرف كفاءات جديدة في كل مرة.

6-العمليات: جاءت بالترتيب السادس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.5957) بانحراف معياري (0.92714). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على بعد العمليات تشكل قبولا متوسط، تراوحت المتوسطات بين(3.45-3.68) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين(1.230-1.045). وهذا يشير إلى أن المصرف يقوم بإعطاء قيمة لابس بما للعمليات التي يقوم بها كما يقوم بحسنالترحيب والاستقبال واللباقة في التعامل.

7-الدليل المادي: جاءت بالترتيب السابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.5851) بانحراف معياري (0.96301). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على بعد الدليل المادي تشكل

قبولا متوسط، تراوحت المتوسطات بين (3.55-3.62) وتراوحت انحرافاتهما المعيارية ما بين (1.059-1.074). وهذا

يشير إلى أن المصرف يقوم اهمية للتصميم الداخلي للمصرف وحسن اختيار الموقع كما يملك وسائل اتصال مطورة

وبناء على ما تقدم إليه يتضح أن مستوى توفر الخدمة المصرفية جاء متوسطا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط

إجابات الباحثين عن أبعاد الخدمة المصرفية مجتمعة (3.6517).

تحليل المحور الثاني للإجابة عن السؤال التالي:

ما واقع تطبيق تسويق الخدمات المصرفية الاسلامية ؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول (04)

جدول 21: الإتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات واقع تطبيق تسويق الخدمات المصرفية الاسلامية.

رقم العبارة	عبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	مستوى القبول
أ- الملموسية					
1	يقدم المصرف خدماته بشكل مطور	3.57	0.994	2	متوسط
2	وسائل الاتصال التي يستخدمها المصرف متطورة	3.51	1.120	3	متوسط
3	لباس موظفي المصرف موحد	3.70	0.976	1	مرتفع
4	اعتماد المصرف على شكل جذاب ومريح لطالب الخدمة	3.51	1.196	4	متوسط
ب- الاستجابة					
5	دقة اداء الخدمة من طرف الموظفين	3.62	1.012	2	متوسط
6	سرعة تقديم الخدمة	3.36	1.150	5	متوسط
7	تجاوب موظفي المصرف مع تصرفات العميل السلبية والايجابية	3.81	0.798	1	مرتفع
8	يستقبل المصرف الشكاوي ويرد عليها	3.60	1.014	3	متوسط
9	يرد المصرف على استفسارات العملاء بوسائل حديثة	3.53	1.039	4	متوسط
ج- الاعتمادية					
		3.5638	0.85094	5	متوسط

متوسط	2	1.058	3.57	الحصول على كافة المعلومات من مقدم الخدمة بشكل كامل	10
متوسط	4	1.061	3.51	تلبية رغبات العمال بشكل تام	11
متوسط	1	1.072	3.64	تقديم الخدمات التي يريدها العميل	12
متوسط	3	0.975	3.53	الاستفادة من الخدمات بشكل مفصل	13
مرتفع	1	0.81888	3.8511	د- الامان	
مرتفع	1	0.890	3.89	مدى سرية المعاملة مع المصرف	14
مرتفع	3	1.056	3.81	استعمال وسائل الدفع الالكترونية لضمان الامان والسرية	15
مرتفع	2	0.884	3.85	مدى صيانة وحفاظ معلومات العميل وسريتها التامة	16
مرتفع	2	0.78621	3.6862	ه- التعاطف	
مرتفع	3	0.980	3.68	معاملة الموظفين للعملاء	17
متوسط	4	1.095	3.62	مدى تطوير وتتيق العلاقة مع العميل والتواصل معهم	18
مرتفع	2	1.097	3.72	يتحلى موظفي المصرف بالمعاملة الجيدة وحسن الاستقبال	19
مرتفع	1	0.926	3.72	معاملة المصرف مع ذوي الاحتياجات الخاصة	20
متوسط	-	/	3.6550	الخدمات المصرفية الاسلامية بشكل عام	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

يتضح من خلال الجدول (04) أن بُعد:

أ- الامان: جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.8511) بانحراف معياري (0.81888). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة،

كما نلاحظ أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس بعد الامان أنها تشكل قبولاً متوسطاً ومرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.62-3.7289) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.926-1.097). مما يدل على أن مدى سرية المعاملة مع المصرف ومدى صيانة وحفاظ معلومات العميل تكون في سرية تامة.

ب- التعاطف: اما في الترتيب الثاني فقد جاء الترتيب حسب الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.6862) بانحراف معياري (0.78621). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس بعد التعاطف أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.81-3.89) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.884-1.056). مما يدل على أن معاملة المصرف مع ذوي الاحتياجات الخاصة جيدة ويجب الاستمرار فيها، وكما ان الموظفين يتحلون بالاخلاق الحسنة والمعاملة الجيدة وحسن الاستقبال.

ج - الاستجابة: اما في الترتيب الثالث فقد جاء الترتيب حسب الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.5830) بانحراف معياري (0.76537). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة الى مرتفعة، كما نلاحظ أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس بعد الاستجابة أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.36-3.81) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.798-1.150). مما يدل على أن الموظف قادر على الاستجابة لتصرفات العميل الايجابية والسلبية وانه يتميز بدقة عالية في اداء الخدمات.

د- الملموسية: جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.5745) بانحراف معياري (0.87990). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول ما بين المتوسط والمرتفع، كما نلاحظ أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس بعد الملموسية أنها تشكل قبولاً متوسطاً ومرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.51-3.70) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.976-1.196). مما يدل على أن لباس موظفي المصرف موحد وان المصرف يقدم خدماته بشكل مطور.

هـ- الاعتمادية: جاء بالترتيب الاخير من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.5638) بانحراف معياري (0.85094). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول ما بين المتوسط والمرتفع، كما نلاحظ أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس بعد الاعتمادية أنها تشكل قبولاً متوسطاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.51-3.64) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.976-1.072). مما يدل على أن المصرف يقدم الخدمات التي يريدها العميل وانه يمكن الحصول على كافة المعلومات من مقدم الخدمة بشكل كامل. وبناء على ما تقدم إليه يتضح أن مستوى توفر الخدمة المصرفية جاء متوسطاً وفقاً لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات الباحثين عن أبعاد الخدمة المصرفية مجتمعة (3.6550).

ثانيا: اختبار الفرضيات:

تقوم هذه الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية:

(H₁): "تتوفر الخدمة المصرفية الاسلامية بابعادها المختلفة في مصرف السلام الجزائري فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05)"

لاختبار هذه الفرضية نقوم بالاعتماد على مقياس الاحصاء الوصفي (الوسط الحسابي والانحراف المعياري) و ذلك كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول 22: اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الخدمة المصرفية الاسلامية	3.65	0.761

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات خدمات المصرفية الاسلامية مجتمعة بلغ (3.65) بانحراف معياري (0.761) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

2- اختبار الفرضية الفرعية الاولى (H₁₁):

يتوفر بعد الامان بشكل مقبول في مصرف السلام فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05):

جدول 23: اختبار الفرضية الفرعية الاولى:

المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الامان	3.8511	0.81888

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات الامان مجتمعة بلغ (3.8511) بانحراف معياري (0.81888) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

3- اثبات الفرضية الفرعية الثانية (H₁₂):

يتوفر بعد التعاطف بشكل مقبول في مصرف السلام فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05):

جدول 23: اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التعاطف	3.6862	0.78621

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات بعد التعاطف مجتمعة بلغ (3.6862) بانحراف معياري (0.78621) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

4- اثبات الفرضية الفرعية الثالثة (H_{13}):

يتوفر بعد الاستجابة بشكل مقبول في مصرف السلام فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05):

جدول 24: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاستجابة	3.5830	0.76537

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات بعد الاستجابة مجتمعة بلغ (3.5830) بانحراف معياري (0.76537) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

5- اثبات الفرضية الفرعية الرابعة (H_{14}):

يتوفر بعد الملموسية بشكل مقبول في مصرف السلام فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05):

جدول 25: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

المتغير	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الملموسية	3.5745	0.87990

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات بعد الملموسية مجتمعة بلغ (3.5745) بانحراف معياري (0.87990) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

6- اثبات الفرضية الفرعية الخامسة (H_{15}):

يتوفر بعد الاعتمادية بشكل مقبول في مصرف السلام فرع بسكرة وذلك عند مستوى الدلالة (0.05):

جدول 26: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغير
0.85094	3.5638	الاعتمادية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS. V17

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان متوسط الاجابات المبحوثين عن عبارات بعد الاعتمادية مجتمعة بلغ (3.5638) بانحراف معياري (0.85094) وهذا متوسط هو اكبر من درجة الحياد (3) وبذلك نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة ان مصرف السلام يقدم الخدمة المصرفية الاسلامية بشكل مقبول.

الخلاصة:

تعرفنا من خلال هذا الفصل على مصرف السلام الجزائري فرع بسكرة ولقد اعتمدنا على الإستبانة في جمع معلومات البحث الميداني التي تم توزيعها على عملاء المصرف، والتي تحتوي على محورين هما "الخدمة المصرفية" و"الخدمة المصرفية الاسلامية"، وهدفنا من خلالها الإجابة على إشكالية بحثنا هذا، وبعد استرجاعها قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة، وتوصلنا إلى عدة نتائج أهمها: مستوى الخدمة المصرفية في المصرف محل الدراسة جاء بمستوى ما بين مرتفع ومتوسط، ومستوى الخدمة المصرفية الاسلامية جاء ايضا ما بين مرتفع ومتوسط، حيث توصلنا كذلك إلى ان هناك اثر ذو دلالة احصائية لمتغير الخدمة المصرفية كمجموعة على الخدمات المصرفية الاسلامية.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بدراسة حالة ميدانية لمصرف السلام الجزائري-وكالة بسكرة-، حيث قمنا اولا بتقديم وتعريف شامل عن المصرف وعن نشاته، ومن ثم تطرقنا الى اهم الاهداف التي يسعى لتحقيقها وعن اهم مزاياه ونشاطاته ومن ثم يليها الى اهم الصيغ التمويلية الاي يستخدمها المصرف في خدماته التي تتماشى مع الشريعة الاسلامية والتي تعتبر خارج نطاق الفائدة الربوية التي يتم التعامل بها في المصارف التقليدية، ومن اهم تعاملاته: المشاركة، المضاربة، السلم، الاجارة، البيع بالتقسيط للسيارات، المراجعة، الاستصناع، البيع الآجل.

حيث ان مصرف السلام يعتمد في خدماته على المزيج التسويقي الذي يتكون من منتجات المصرف وكيفية تسعير خدماته وايضا كيفية ترويجها وتوزيعها مضافاً اليه المزيج التسويقي الموسع.

يعتبر مصرف السلام مصرفاً إسلامياً ولا يتعامل بالفائدة الربوية الا ان نشاطه قائم في بيئة مصرفية تقليدية تتماشى في تعاملاتها بالفائدة مما جعله يواجه مجموعة من التحديات والعوائق التي تعيق وتعرقل مهامه العملية، حيث يتعرض الى الكثير من المخاطر التي قد تؤدي به الى السقوط، الا انه يسعى دائما الى كيفية مواجهة هاته المخاطر بسلام وثقة وأمانة.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تطرق البحث إلى نشاطات التسويق المصرفي المتميز الذي يحتوي على مجموعة من الأنشطة الهادفة والمتخصصة التي يستطيع من خلالها المصرف توصيل ما ينتجه من خدمات مصرفية إلى أفراد الجمهور، ليتم بها إشباع حاجاتهم المالية بأحسن الوسائل واقل التكاليف.

1. المصرف الناجح تسويقيا هو الذي يستطيع استخدام وتوظيف موارده حتى تتلاءم مع حاجات ورغبات العملاء .
2. التعامل الفعال في العمليات المصرفية من شأنه أن يزيد من اهتمام تنفيذ هذه الأعمال بالأسلوب الذي يتفق وينسجم مع مفهوم التسويق .
3. البرنامج التدريبية للتسويق يؤدي إلى زيادة كفاءة الإدارة بالجهاز المصرفي .

حيث تميزت الدراسة على مجموعة من النتائج نذكر اهمها:

1. ظهور تنافس كبير بين المصارف الاسلامية والبنوك التجارية بالرغم من ظهور التطور الذي تشهده الصيرفات الإسلامية.
2. سعي المصارف الإسلامية الى تحقيق أكبر ربحية من ناحية تعاملاتها في نفس الوقت عدم اهمال الجانب الانساني والاجتماعي .
3. كان فتح فروع إسلامية مصرفية كانت نتيجة رغبة حتمية لرغبة شريحة كبيرة من المجتمع.
4. حققت المصارف الإسلامية نجاحا على المستوى العالمي وهذا من احد الاسباب لفتح فروع اسلامية في الجزائر.
5. توفر النصوص الشرعية كانت احد اهم العوامل لنجاح الصيرفة الإسلامية .
6. الاهتمام بالعملاء وتلبية حاجاتهم ورغباتهم.
7. اطلاق خدمات الصيرفة الإسلامية على مستوى المصارف الإسلامية تزامنا مع فترة الحراك السياسي الذي عرفته الجزائر والذي ادى الى ركود سياسي، ثم فترة الحجر الصحي الذي كان بسبب جائحة كوفيد 19 والذي ادى بدوره الى الركود الاقتصادي كانت نتائجه سلبية على جميع المستويات والمصارف كانت من بينها.
8. يعد مصرف السلام مصرف شمولي يعمل طبقا للقوانين الجزائرية ووفقا لاحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته.
9. يقدم مصرف السلام خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الاصلية الراسخة لدى الشعب الجزائري.
10. يعد التسويق في المصرف السلام احد نوافذ المصرف.
11. اعتماد مصرف السلام على الصيغ التمويلية في تعاملاته المالية من اجل الحد من التعامل بالفوائد الربوية في كافة الأنشطة، سواء أكانت تجارية او صناعية، زراعية، عقارية، مهنية او حرفية.
12. استعمال المصرف على اهم الصيغ التمويلية وهي: المشاركة والمراحة والمضاربة، الإجارة، البيع بالتقسيط للسيارات، الاستصناع، السلم
13. اعتماد مصرف السلام على صيغة المراحة في تعاملاته.

14. اعتماد مصرف السلام على المزيج التسويقي: المنتج، التسعير، الترويج، التوزيع، الدليل المادي، الافراد، العمليات.
15. نقص في تاهيل افراد المصرف
16. الافتقار الى التنظيم الجيد للإدارة التمويلية
17. مواجهة المصرف على العديد من المخاطر: مخاطر عملياتية، السيولة، الائتمان.
18. مستوى توفر الخدمة المصرفية بابعادها المختلفة جاء متوسطا
19. مستوى توفر الخدمة المصرفية الاسلامية بابعادها المختلفة بشكل عام جاء ايضا متوسطا

توصيات الدراسة:

1. بذل الجهد من اجل تطوير الاساليب في تقديم المنتجات
2. العمل من اجل توفير بطاقات الائتمان واستخدامها في عدة اماكن
3. استخدام المزيد من الطرق الترويجية لخدمات المصرف
4. توفير دليل مادي مقبول من اجل التسهيل في تعاملات المصرف
5. تدريب العاملين في تقديم الخدمة
6. تعزيز خدمة تقديم الخدمات
7. تعزيز معقولية سعر الخدمة المقدمة
8. يعمل المصرف على تعزيز فروعته بشكل جيد
9. الحرص على بقاء خدمة تقديم الخدمات من ناحية السرعة والدقة
10. تطوير ملموسية الخدمات المصرفية الإسلامية بشكل مرتفع
11. تطوير خدمة الاستجابة مع عملاء المصرف
12. بذل الجهد في اعتمادية المصرف من جلب عملاء جدد
13. تعزيز الثقة والامان التي يتميز بها المصرف من اجل رضا ووفاء العملاء
14. كسب المزيد من السمعة الجيدة من اجل رقي المصرف

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

I	شكر وعرفان
II	الإهداء
IV	الملخص:
VI	قائمة الجداول:
VIII	قائمة الأشكال:
أ	مقدمة:
8	الفصل الأول: الإطار النظري للتسويق في المصارف الإسلامية.
9	المبحث الأول: ماهية المصارف الإسلامية.
9	المطلب الأول: نشأة وتعريف المصارف الإسلامية.
11	المطلب الثاني: أهداف المصارف الإسلامية:
13	المطلب الثالث: خصائص المصرفية الإسلامية.
14	المبحث الثاني: وظائف وتحديات المصارف الإسلامية.
14	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإسلامية:
15	الفرع الأول: تعبئة الموارد.
18	الفرع الثاني: صيغ التمويل.
23	المطلب الثالث: تحديات المصارف الإسلامية:
25	المبحث الثالث: البيئة التسويقية وتجزئة السوق في المصارف الإسلامية.
25	المطلب الأول: مفهوم التسويق المصرفي وأهميته:

26.....	المطلب الثاني: البيئة التسويقية في المصارف الإسلامية:
29.....	المطلب الثالث: تجزئة السوق المصرفية:
31.....	المبحث الرابع: المزيج التسويقي.....
31.....	المطلب الأول: المنتج أو الخدمة.....
32.....	المطلب الثاني: التسعير المصرفي.....
34.....	المطلب الرابع: الترويج المصرفي.....
38.....	المبحث الأول: ماهية مصرف السلام الجزائري.....
38.....	المطلب الأول: تعريف ونشأة مصرف الجزائري.....
41.....	المطلب الثالث: مزايا خدمات مصرف السلام الجزائري ونشاطاته.....
46.....	المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائري.....
48.....	المبحث الثاني: الصيغ التمويلية المطبقة في خدمات مصرف السلام الجزائري.....
49.....	المطلب الأول: صيغ التمويل بالمشاركة والمضاربة.....
54.....	المطلب الثاني: صيغة التمويل بالسلم والاجارة.....
57.....	المطلب الثالث: صيغ التمويل بالمرابحة والبيع بالتقسيط.....
67.....	المبحث الثالث: الخدمات والمزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري والمخاطر التي تواجهه.....
68.....	المطلب الأول: خدمات مصرف السلام الجزائري.....
68.....	الفرع الأول: خدمات مصرف السلام التمويلية والاستثمارية والادخارية.....
89.....	الفرع الثاني: خدمات بنك السلام المصرفية.....
95.....	الفرع الثالث: الخدمات الاجتماعية لمصرف السلام الجزائري:

الخاتمة العامة

96	المطلب الثاني: المزيج التسويقي لمصرف السلام الجزائري
100	المطلب الثالث: التحديات والعوائق التي تواجه مصرف السلام الجزائري
101	الفرع الأول: التحديات والعوائق الداخلية
105	المبحث الرابع: دراسة عينة من مصرف السلام الجزائري فرع بسكرة
105	المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية لمصرف السلام الجزائري
106	المطلب الثاني: أداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والمعلومات
108	المطلب الثالث: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة وإختبار الفرضيات
117	الخلاصة:
118	خلاصة الفصل:
120	الخاتمة العامة:
123	فهرس المحتويات:
127	قائمة المراجع:
134	الملاحق:

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. البعلي، عبد الحميد محمود، أساسيات المصرفي الاسلامي، الواقع والآفاق، ط 1، مكتبة وهبة، القاهرة، مصر، 1990.
2. الهيتي عبد الرزاق رحيم جدي: المصارف الاسلامية بين النظرية والتطبيق، دار اسامة للنشر، عمان، ط 1، 1998.
3. اتحاد المصارف العربية، مظلة المنظمة العربية للتنمية الادارية، بيروت، لبنان، 13 آذار 1973
4. احمد بن محمد احمد كليب، الخسارة، مفهوما ومعايير احتسابها وتطبيقاتها في الفقه الاسلامي، الطبعة الاولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، 2010
5. احمد صبحي العيادي، ادوات الاستثمار الإسلامية، البيوع- القروض-الخدمات المصرفية، الطبعة الاولى، دار الفكر ناشرون وموزعون، الاردن، 2010
6. أحمد محمود الزامل، ناصر محمد سعود جرادات، أحمد يوسف عريقات، سحر محمد فوطة، تسويق الخدمات المصرفية، ط 6، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
7. د. صادق راشد الشمري، أساسيات الصناعة المصرفية الإسلامية، أنشطتها والتطلعات المستقبلية، مطبعة العزة، 2006م.
8. داود، حسن، الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، 1996م، ط 1.
9. الدكتور حيان ديب، مدخل إلى السوق، المنشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2018.
10. سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2007.
11. طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
12. عادل عبد الفضيل، الربح والخسارة في معاملات المصارف الاسلامية: دراسة مقارنة، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2007
13. عبد الحليم عمار الغربي، الصناعة المصرفية الاسلامية (ماضيها وحاضرها ومستقبلها)، د.ط، د-د.ن، د.ب.ن، 2017
14. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، جدة: المعهد الاسلامي للبحوث والتدريب، 2004.
15. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية، جدة، 2004.
16. عبد الرحمن يسرى قضايا اسلامية معاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001
17. عبد الرزاق رحيم الهيتي، المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، 1990.
18. عبد السلام أو قحف، التسويق (مدخل تطبيقي)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 81.
19. عبد السميع المصري، المصرف الاسلامي علميا وعمليا، مكتبة وهبة، القاهرة، 1988.

قائمة المراجع

20. عبد الغفار الحنفي، ادارة المصارف، السياسات المصرفية، تحليل القوائم المالية، الجوانب التنظيمية، البنوك الاسلامية والتجارية، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002.
21. عبد الوهاب الطويل، دور العنصر البشري المدرب في النهوض بالمصارف الإسلامية، 2016
22. عوض الحداد، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، ط 01، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، بيروت، 2007.
23. غسان محمود ابراهيم، منذر القحف، الاقتصاد الاسلامي، دار الفكر المعاصر، بيروت، دمشق، 2000.
24. فادي محمد الرفاعي، المصارف الإسلامية، تقديم: رحون يوسف فرحات، بيروت: منشورات الحلبي الحفوفية، 2004
25. فريد كورتيل، تسويق الخدمات، ط 01، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
26. فضل محمد ابراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2014.
27. قيصر عبد الكريم الهيتي، اساليب الاستثمار الاسلامي، واثرها على الأسواق المالية (البورصات) الطبعة الاولى، مؤسسة علاء الدين رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2006
28. محسن احمد الخضيرى، البنوك الإسلامية، ايتراك للنشر، القاهرة 1990.
29. محمد الحاجي، الربح فقها واقتصاديا، الطبعة الاولى، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2010
30. محمد بوجلال، البنوك الاسلامية، مفهوما، نشأتها، تطورها، نشاطها، مع دراسة على مصرف اسلامي، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990.
31. محمد سعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2005.
32. محمود جاسم محمد الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي كمي وتحليلي، دار المناهج، عمان، 2005.
33. محمود حسن الصوان، اساسيات العمل المصرفي الاسلامي، عمان: دار وائل للطباعة والنشر، 2001.
34. محمود حسين الوادي، وحسني سمحان، المصارف الاسلامية: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007.
35. محمود صالح الحفناوي، عبد الفتاح، عبد السلام، المؤسسات المالية، الدار الجامعية، إسكندرية، 1998.
36. محمود عبد الكريم إرشيد، الشامل في المعاملات وعمليات المصارف الاسلامية، الطبعة الثانية، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، الاردن، 2007
37. معلا ناجي ورائف توفيق، التسويق المصرفي، دار الصفاء، عمان، الأردن، 1994.
38. نزيه حماد، في فقه المعاملات المالية والمصرفية المعاصرة، ط 1، دار القلم، دمشق 2007

1. احلام خضراوي، علاقة البنوك الاسلامية بالبنوك المركزية (دراسة حالة بنك السلام الجزائري) مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2015-2016.
2. أسماء سليمان محمد علي، استراتيجية تسويق الخدمة المصرفية وأثرها في الأداء المالي في المصارف الإسلامية السودانية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، 2019.
3. جاد الرب عبد السميع حسانين، مفهوم تنظيم العائد واثره على سياسات التوظيف الأموال في البنوك الاسلامية، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة المنصورة، 1993.
4. جميل احمد، " الدوري التنموي للبنوك الإسلامية: دراسة نظرية تطبيقية (1980-1990) " اطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006.
5. جوهري ميلود، دور البنوك الاسلامية في التنمية القطاع العقاري (دراسة بنك السلام الجزائري للفترة الممتدة من 2011-2016)، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018.
6. طروبيا نذير، مداخلة تحت عنوان: المسؤولية الاجتماعية للمصارف الاسلامية، تحليل تجربة المصرف الإسلامي للتنمية، جامعة بشار، 14-15 فيفري 2012، ماجستير اقتصاد جامعة وهران.
7. عادل حسيني علي رضوان، " البنوك الإسلامية "، مذكرة ماجستير غير منشورة، معيد الشريعة، جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، 1996.
8. عبد الكريم حساني، واقع التسويق في المؤسسة المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة باتنة رقم 336، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2010-2011.
9. عبد الكريم حساني، واقع التسويق في المؤسسة المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة باتنة رقم 336، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2010-2011.
10. عبد الله براهيم عبد الله عبد الرحمن، سياسة التسويق المصرفي في البنك الإسلامي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، 1997.
11. عبد الله مصلح، التوجهات الاستراتيجية للاستثمار في المصارف الإسلامية وأثرها على تخطيط سياستها التسويقية، دراسة تحليلية مقارنة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية، العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، 2007.
12. العبيدي علي، دور المزيجي الترويجي في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة الخدمية، دراسة مؤسسة ooredoo الوادي، رسالة دكتوراه، 2014.
13. العليات، احمد عبد العفو، الرقابة الشرعية على أعمال المصارف الإسلامية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح، 2006م.

قائمة المراجع

14. عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009
15. لمصادقة المختار، طمبو عبد القادر، إدارة المخاطر في المصارف الاسلامية، مذكرة لنيل شهادة الماستر اكايمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد رابة، ادرار، 2018-2019.
16. محمد زيدان، دور التسويق في القطاع المصرفي، حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
17. نبيلة نين، تحديات عمل المصارف الإسلامية في النظام المصرفي الجزائري (دراسة حالة المصارف الاسلامية في الجزائر)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2014-2015
18. نوح فروجي، دور تحليل البيئة التسويقية في اختيار استراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية، دراسة مجمع سيفيتال، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017.

المقالات:

1. ابراهيم بلحيمر، الطيب بولحية، أهمية التسويق المصرفي في المصارف الإسلامية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة..
2. آسيا قاسمي، حمزة فيلاي، المخاطر المصرفية ومنطلق التسيير في البنوك الجزائرية وفق متطلبات لجنة المخاطر المالية وانعكاساتها على اقتصاديات دول العالم، يومي 12-13 ديسمبر 2011
3. بشير عباس العلاق، جدوى، مجالات تطبيق مفهوم دورة حياة المنتج على قطاع الخدمات، مجلة البصائر، العدد 02، جامعة البتراء، الأردن.
4. البيع بالتقسيط احكامه واثاره في الفقه علي-ص73-دار العلم للنشر والتوزيع-الجامعة الوطنية الصومالية
5. تقرير سنوي لسنة 2018 نقلا عن www.alsalamalgeria.com
6. سامر المصطفى، نهي سعود، دور عناصر المزيج الترويجي في جذب العملاء، دراسة ميدانية على عملاء المصارف السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 37، عدد 06، 2015.
7. سراج الدين عثمان مصطفى، " خصوصية العمل المصرفي الإسلامي "، مجلة اتحاد المصارف العربية (لبنان)، العدد 299، اكتوبر 2005.
8. طارق خالد المسفر، هيئات الرقابة الشرعية خارج دائرة الشك إعلان الحق الواجب، مجلة المستثمرون، العدد 24، الموقع على الانترنت هو-<http://mosgcc.com/topics/current/print.php?ID=266@issne>
- 24، عارضة، فيصل، هيئات الرقابة في المصارف الإسلامية، صحيفة الغد، الأردن، 2006/5/26م، من موقعها على الانترنت، www.alghad.jo/?news=96624

قائمة المراجع

9. طاري محمد العربي، المزيج التسويقي للبنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 2، جوان 2005.
10. عادل غزال، البيئة الداخلية والخارجية للتسويق، مدونة خاصة بتخصص علم المكتبات والمعلومات على الأنترنت، فبراير، 2013.
11. عبد الامير عبد الحسين شياع، المزيج التسويقي ودوره في تعزيز مكانة شركات التأمين في ذهنية الزبون، بحث استطلاعي مقارنة بين شركة التأمين العراقية العامة والشركة الأهلية للتأمين، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 07، العدد 20، 2012.
12. عبد الباري، التدقيق الشرعي، مجلة الاقتصاد الاسلامي، العدد 118
13. عبد السلام محمد إبراهيم محمد، أثر استراتيجية تسويق الخدمات المصرفية على قرار الزبون، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الإسلامي، كلية الدراسات العليا.
14. عبد المنعم قوصي، " الانتشار المصرفي الإسلامي في العالم: الدوافع والآفاق "، مجلة اتحاد المصارف العربية (لبنان)، العدد 298، سبتمبر 2005.
15. عبيدات محمد إبراهيم، سليمان خالد عبيدات، التسويق في المصارف التجارية، دراسة استطلاعية عن الأردن، مجلة الدراسات الجامعية الأردنية، مجلد 120، عدد 02.
16. المجلة الجزائرية للعملة والسياسات الاقتصادية، العدد 7، الجزائر، 2016
17. محسن أحمد الخضير، التسويق المصرفي، إيتال للنشر والتوزيع، مصر، 1999.
18. محمد امين مازون، الادوات التمويلية في المصارف الاسلامية، الجزائرية (مصرف السلام والبركة نموذجاً)، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد التاسع، جامعة الجزائر 3، جوان 2018
19. محمد زيدان، دور التسويق في القطاع المصرفي، حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
20. محمد هشام القاسمي الحسيني، تجربة مصرف السلام الجزائري في التمويل الاسلامي، 3 ديسمبر 2010
21. مصطفى سعيد الشيخ وآخرون، مدى تطبيق المصارف الإسلامية لمفهوم التسويق المصرفي الإسلامي من وجهة نظر العملاء، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد التاسع، العدد الأول، 2009.
22. معايير الجودة في عقد الاستصناع (دراسة فقهية)-د. عزيزة علي نداندا-العدد الرابع والثلاثون - الجزء الرابع 2/1ص30
23. ملحم، ميساء منير حسن، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 13، العدد 2 (31 ديسمبر / كانون الاول 2013)، جانعة الزرقاء الاهلية عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، الاردن، 2013
24. نص قانوني: الامر رقم 20 المؤرخ يوم 15 مارس المتعلق بسوق الصرف، مابين المصارف وعمليات الخزينة بالعملة الصعبة وبادوات تغطية خطر سعر الصرف

قائمة المراجع

25. ياسر بوحسون، تحليل أثر متغيرات البيئة التسويقية الداخلية على ربحية المصارف، دراسة تطبيقية على قطاع المصارف الخاصة في سوريا خلال الأزمة (2011-2017)، مجلة جامعة تشرين، العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 41، عدد 06، 2009.

مواقع الانترنت:

1. Www.alsalamalgeria.com
2. Www.mashurajournal.com
3. Www.univ-alger3.dz

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Adapted From Armsrong G., Kotler Ph., Principes de Marketing, 8 Edi., Paris, Pearson, 2007, p.59
2. Jersey prentice-hall inc, 1994.
3. P. Kotler , marketing management , analysis, planning implementation and control ,Englewood chiffs, new

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بمسكرة في: 17-04-2022
إلى السيد: مدير بنك السلام بمسكرة



جامعة محمد خيضر - مسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
عمادة الكلية
الرقم: 511 / ك.ق.ت.ت / 2022

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

1- البار بئينة

2- بن بركات هندا لينة

المسجلان بالسنة: ثانية ماستر تخصص: تسويق مصرفي

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة ب:
" تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية "

نحت إشراف: أ.د/ بن عبيد فريد

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام



جامعة مسكرة
ص.ب 145 ق.ر- مسكرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في: 21/6/2020

جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

إذن بالطبع

أنا المحضى أسفله الأستاذ: بن عبد المرحوم

الرتبة: أستاذ السلك العالي

قسم الارتباط: علوم تجارية

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر/الليسانس - للطلاب (ة): بن بركات هندة لينة الباربثينة

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: تسيير مصغر

بعنوان: تطبيق الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية

ارخص بطبع المذكرة المذكورة.

الأستاذ المشرف



Signature of the Supervisor

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la
Recherche Scientifique
Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion
Département des Sciences de Gestion



جمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
بجامعة محمد خيضر بسكرة
لية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

(ملحق القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020)

أنا الممضي أدناه،

السيد: السيد:
.....

الصفة: طالب أستاذ باحث باحث دائم

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 55050741.0002399523 والصادرة بتاريخ: 2020/10/18

المسجل بكلية: علوم الاقتصاد والتجارة قسم: التجارة

والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة التخرج مذكرة ماستر مذكرة ماجستير

أطروحة دكتوراه

تحت عنوان:
.....

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة
الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث وفق ما ينصه القرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد
للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.

التاريخ: 2022/06/11

إمضاء المعني بالأمر

البيانات العامة

السن :

- أقل من 30 ()

من 30 الى 39 ()

من 40 الى 49 ()

اكتر من 50 ()

المستوى التعليمي :

اقل من الثانوي () - ثانوي () - جامعي () - دراسات عليا ()

الوظيفة :

قطاع عام () - قطاع خاص ()

المحور الاول : الخدمات المصرفية

التقييم					العبارة	رقم العبارة
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
ا - الخدمة						
					يقدم المصرف مجموعة من الخدمات التي تناسب رغبات العملاء	1
					يوف المصرف مجموعة من بطاقات المصرفية (البطاقة الفضية) لخدمة العملاء	2
ب - السعر						
					يعرض المصرف اسعار مناسبة لخدماته	3
					معقولة سعر الخدمة المقدمة مع العمولات	4
ج - التوزيع						
					موقع المصرف مناسب و يسهل الوصول اليه	5
					بطاقة الائتمان تستخدم في عدة اماكن مختلفة	6
					فروع المصرف منتشرة بشكل جيد	7
					يستخدم المصرف اساليب حديثة في تقديم منتجاته	8
و - الترويج						
					يوفر المصرف المعلومات الكافية عن منتجاته	9
					يستخدم المصرف عدة اعلانات ¹³⁹	10

الملاحق

					يستخدم المصرف كفاءات جديدة في كل مرة	11
هـ - الدليل المادي						
					يملك المصرف موقع جذاب و تصميم داخلي متكامل	12
					توفر اجهزة متطورة للاداريين تسهل تعاملات المصرف مع العملاء	13
و - الافراد						
					مهارة العاملين في تقديم الخدمة للعملاء و بسرعة	14
					يجيب العاملين على جميع تسائلات العملاء حول الخدمات المقدمة	15
ي - العمليات						
					حسن الترحيب و الاستقبال و البقاة في التعامل	16
					دقة و سرعة تقديم الخدمات (فتح حساب, تحويلات مالية....)	17
					ياخذ الموظفون برأي العملاء في تحديد العمليات الخاصة باداء الخدمة	18

المحور الثاني: الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية

التقييم					العبارة	رقم العبارة
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
ا - الملموسية						
					يقدم المصرف خدماته بشكل مطور	1
					وسائل الاتصال التي يستخدمها المصرف متطورة	2
					لباس موظفي المصرف موحد	3
					اعتماد المصرف على شكل جذاب و مريح لطالب الخدمة	4
ب - الاستجابة						
					دقة اداء الخدمة من طرف الموظفين	5
					سرعة تقديم الخدمة	6
					تجاوب موظفي المصرف مع تصرفات العميل السلبية و الايجابية	7
					يستقبل المصرف الشكاوي و يرد عليها	8
					يرد المصرف على استفسارات العملاء بوسائل حديثة	9
ج- الاعتمادية						
					الحصول على كافة المعلومات من مقدم الخدمة بشكل كامل	10
					تلبية رغبات العمال بشكل تام	11

الملاحق

					تقديم الخدمات التي يريدها العميل	12
					الاستفادة من الخدمات بشكل مفصل	13
د - الامان						
					مدى سرية المعاملة مع المصرف	14
					استعمال وسائل الدفع الالكترونية لضمان الامان و السرية	15
					مدى صيانة و حفاظ معلومات العميل و سريتها التامة	16
هـ - التعاطف						
					معاملة الموظفين للعملاء	17
					مدى تطوير و تثيق العلاقة مع العميل و التواصل معهم	18
					يتحلى موظفي المصرف بالمعاملة الجيدة و حسن الاستقبال	19
					معاملة المصرف مع ذوي الاحتياجات الخاصة	20