

إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية

من البنوك التجارية لولاية قسنطينة دراسة عدد

The possibility of offering Islamic banking products by commercial banks.

Study of a number of commercial banks in the state of ConstantineLa

possibilité de proposer des produits bancaires islamiques par les banques

commerciales. Etude d'un certain nombre de banques commerciales dans

l'Etat de Constantine

معزوز سامية^{1*}

تاريخ النشر: 2022/12/02

تاريخ القبول: 2021/10/31

تاريخ الإرسال: 2021/03/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية، وقد قمنا بتصميم استبيان وتوزيعه على عينة من موظفي عدد من البنوك التجارية المتواجدة في ولاية قسنطينة، وقدر عدد أفراد العينة ب 50 موظف. تم الاعتماد على التحليل الاحصائي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss . توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتوقع تحقيق أرباح على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية. كما توصلنا لوجود أثر لنجاح تجربة شركات البنوك الاسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

الكلمات المفتاحية:

إمكانية؛ منتجات الصيرفة الاسلامية؛ بنوك إسلامية؛ بنوك تجارية

Abstract :

The study aims to identify the potential of Islamic banking products by commercial banks, and we have designed and distributed a questionnaire to a sample of the staff of a number of commercial banks in the city of Constantine. The estimated number of members of the simple is 50 employees, and based on the Statistical analysis using SPSS.

The study concluded that there is a statistically significant effect to expect profits to be achieved on the decision of offering Islamic banking products by commercial banks. We have also found an impact on the success of the experiment of Islamic banks based on the decision to offer Islamic banking products by commercial banks

Keywords: Potential; islamic banking products ; islamic banks ; commercial banks

* المؤلف المراسل

¹ Mazouz Samia, university of Constantine2 Abdelhamid mehri, STAR laboratory: Algeria, mazouzsamia@yahoo.fr

Résumé :

Cette étude vise à faire connaitre les possibilités qu'offrent ces produits bancaires islamiques par les banques commerciales. Nous avons conçu et distribué un questionnaire à un échantillon d'employés d'un certain nombre de banques commerciales situées dans la Wilaya de Constantine. L'analyse était basée sur le paquet statistique des sciences sociales spss. L'étude a révélé qu'il y avait un effet statistiquement significatif de s'attendre à des profits sur la décision d'offrir des produits bancaires islamiques par les banques commerciales. Nous avons également trouvé une trace du succès de l'expérience des sociétés bancaires islamiques base sur la décision d'offrir des produits bancaires islamiques par les banques commerciales.

Mots clés : possibilité ; produits bancaires islamiques ; banques islamiques ; banques commerciales

مقدمة

حققت البنوك الاسلامية نجاحا هاما وانتشرت في العديد من دول العالم وأثبتت صمودها أمام مختلف الأزمات العالمية، مما أدى إلى زيادة الطلب على المنتجات المصرفية الإسلامية ودفع بالقائمين على البنوك التجارية إلى فتح شبابيك متخصصة في تقديم المنتجات المصرفية الإسلامية.

في الجزائر عرف قطاع البنوك إنشاء العديد من المؤسسات المالية مثل بنك البركة الذي أنشأ سنة 1991، وبنك السلام سنة 2008، ونافذة بنك الخليج سنة 2009.

وبهدف توسيع العمل المصرفي الإسلامي أعطى بنك الجزائر الضوء الأخضر للبنوك التجارية من أجل عرض منتجات مالية تتوافق ومبادئ الشريعة الإسلامية المطبقة في البنوك الإسلامية.

كما أصدرت الدولة مجموعة من القوانين التنظيمية التي تساعد على ممارسة العمل المصرفي الإسلامي حيث تم إصدار في الجريدة الرسمية الجزائرية النظام رقم 18-02 المؤرخ في 4 نوفمبر 2018، ويتضمن قاعدة ممارسة العمليات المصرفية المتعلقة بالصيرفة التشاركية من قبل البنوك والمؤسسات المالية.

عليه يمكننا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي العوامل التي تؤثر على قرار تبني البنوك التجارية لمنتجات الصيرفة الاسلامية؟

أولا-فرضيات الدراسة:

- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتوقع تحقيق أرباح على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنجاح البنوك الاسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

ثانياً-أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على أهمية منتجات الصيرفة الاسلامية، ومعرفة الأسباب والفوائد التي تدفع البنوك التجارية إلى تقديمها .

ثالثاً-أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- ايضاح المفاهيم المتعلقة بالبنوك الاسلامية
- معرفة المزايا التي توفرها صيغ التمويل الاسلامي للبنوك التجارية
- معرفة إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية

رابعاً- منهجية الدراسة

من أجل انجاز دراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من أجل عرض مفهوم التمويل الاسلامي وخصائصه، واعتمدنا على المنهج الاحصائي من أجل جمع البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

خامساً- نموذج الدراسة :

تم تقسيم الدراسة إلى متغيرين مستقلين ومتغير تابع كما يلي:

- المتغيرات المستقلة:

- توقع تحقيق أرباح بعد تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية
- نجاح البنوك الإسلامية القائمة

المتغير التابع:

- إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية

1-1- الاطار المفاهيمي للصيرفة الإسلامية:

سنقوم ضمن هذا المحور بإيضاح مفهوم البنوك الاسلامية والخصائص التي يتميز بها، كما نوضح صيغ التمويل الإسلامية المطبقة بها.

1-1 تعريف البنوك الاسلامية

يمكننا ذكر بعض التعاريف الخاصة بالبنوك الاسلامية كما يلي:

"هي المؤسسة التي تتعامل بأحكام الشريعة الاسلامية، وتمثل وظائفها في قبول الودائع وتمويل الاستثمارات وتقديم الخدمات". (العجلوني، 2010، صفحة 110)

"هي مؤسسة مالية ومصرفية وتنموية واجتماعية تباشر أعمالها طبقا للشريعة الإسلامية، أي تلتزم بعدم التعامل بالفوائد الربوية واعتماد أعمالها على قاعدة الغنم بالغرم وفقا للمنظور الإسلامي العام للحياة." (مرازقة، 2011، صفحة 2)

"المصرف الإسلامي هو مؤسسة مالية مصرفية تقوم بتجميع الموارد المالية وتوظيفها في مجالات تخدم الاقتصاد الوطني وفق ضوابط المشروعية بهدف تحقيق الربح، لها رسالة إنسانية ذات بعد تنموي واجتماعي تهدف إلى توفير منتجات مالية تحوز على السلامة الشرعية." (الرفاعي، 2004، صفحة 17).

1-2 أهمية التمويل الإسلامي: تتمثل فيما يلي:

- استبعاد التعامل بالربا أخذاً وعطاءً هي أهم خاصية تساعد في تحقيق العدالة الاجتماعية.
- توجيه المال نحو الاستثمار الحقيقي بهدف تحقيق امتزاج عناصر الانتاج مع بعضها البعض وتنمية طاقات المجتمع وموارده. (بودومة و منير عزوز، 2016، صفحة 5)
- توجيه المال نحو الانفاق المشروع ولا ينفق على المشاريع المخالفة لأحكام الشريعة الإسلامية.
- التركيز على توجيه سلوك الفرد نحو الأخلاق الفاضلة وتربيته على الصفات الحسنة والأمانة والاخلاص والالتقان في العمل.

- التركيز على طاقات الفرد ومهاراته وإبداعاته حيث يكون التمويل الإسلامي قاعدة لانطلاق هذه الطاقات والابداعات التي تساهم في تقدم المجتمع.

1-3 صيغ التمويل الإسلامية

تقدم البنوك الإسلامية مجموعة من صيغ التمويل الإسلامية تتمثل فيما يلي:

1-3-1 المضاربة:

هي عملية استثمارية تقوم على الاتفاق بين طرفين هما صاحب رأس المال والمضارب المكلف باستثمار المال، حيث يتفق الطرفان معا على مقاسمة ما قد يتحقق من ربح من عملية الاستثمار بنسب معينة بينهما، وفي حال حدوث الخسارة يتحملها صاحب رأس المال بينما يخسر صاحب العمل جهده . (abdelmalek, 2012, p. 96)

تنقسم عقود المضاربة إلى الأنواع التالية:

- المضاربة المطلقة: هي التي يفوض فيها صاحب المال المضارب بإدارة عمليات المضاربة دون أن يقيد

بقيود.

- المضاربة المقيدة: يقيد فيها صاحب المال المضارب بالمكان والمجال الذي يعمل فيه وبكل ما يراه مناسباً لإتمام عملية المضاربة.

- المضاربة الثنائية: هي المضاربة التي تتم بين طرفين فقط، الأول يقدم المال والثاني يقدم الجهد.

- المضاربة المتعددة: تكون العلاقة فيها متعددة حيث تجمع بين مجموعة من الأطراف فقد يتعدد أصحاب المال أو أصحاب الجهد.

يؤخذ على صيغة المضاربة زيادة درجة المخاطرة التي يتحملها البنك الاسلامي في تمويل المشاريع لا سيما أن نجاحها يعتمد على توفر قدر كبير من الأمانة والصدق.

1-3-2 المربحة:

المربحة هي أحد أنواع بيوع الأمانة بين البائع و المشتري حيث يتم الاتفاق على بيع الشيء بالثمن الأول الأصلي مضافاً إليه زيادة معلومة للمشتري تمثل هامش الربح للبائع . (abdelmalek, 2012, p. 96)
تنقسم المربحة إلى نوعين وهما:

- المربحة البسيطة:

تتكون من طرفين هما البائع والمشتري ويمتحن فيها البائع التجارة فيشتري السلع دون الحاجة إلى الاعتماد على وعد مسبق بشرائها ثم يعرضها بعد ذلك للبيع مربحة بالثمن الأول وريح متفق عليه. (أبو الهيجا، 2007، صفحة 32)

- المربحة المركبة:

هي طلب الشخص من البنك بأن يشتري سلعة معينة محددة المواصفات على أساس وعد منه بشراء تلك السلعة بسعر متفق عليه، ويسدد الثمن على دفعات.

يعد عقد المربحة من أكثر العقود التي تتعامل بها البنوك الاسلامية للأسباب التالية: (Mokhefi, 2011, p. 14)

- توفر ظروف الأمان التي يتمتع بها العقد

- لا تكلف البنك الكثير من الجهود في تقديم الدراسات والاشراف.

1-3-3 المشاركة:

هي اتفاق بين طرفين أو أكثر على المساهمة في تمويل مؤسسة ما ويقدم المشتركون المال بنسب متساوية أو متفاوتة بحيث يصبح كل مشارك ممتلكاً لحصته في رأس المال بصفة دائمة ومستحقاً لنصيبه من الأرباح. يتم إبرام عقد المشاركة وفق الصيغ التالية:

- المشاركة الثابتة المستمرة.

فيها يشترك البنك الإسلامي مع طرف آخر أو أكثر دون تحديد مدة للشركة، حيث يبقى البنك الإسلامي شريكا في المشروع طالما أنه موجود ويعمل وهذا النوع من المشاركة يجب أن يوضع في الإطار القانوني الذي يكفل له الاستمرار. (براضية و جعفر هني محمد، 2016، صفحة 82)

- المشاركة المتناقصة (المنتبهة بالتملك):

يساهم البنك فيها في تمويل مشروع ما أو عملية استثمارية بنية التنازل تدريجيا عن المشروع ليحل محله باقي الشركاء، حيث يتم الاتفاق على حلول الشريك محل البنك تدريجيا خلال فترة معينة يتفق عليها ويدفع ثمن حصته من أرباح المشروع أو من مصادر تمويل خارجية.

1-3-4 التأجير التمويلي

يقوم البنك بموجب هذا العقد بشراء الأصول المنقولة أو غير المنقولة بغرض تأجيرها إلى عملائه مقابل أقساط يتم الاتفاق عليها. ويتحمل البنك جميع الالتزامات والمخاطر المتعلقة بالأصول المؤجرة ما فيها الالتزامات بإصلاح الأضرار والتلفيات التي تحصل للأصول المؤجرة الناتجة عن الاستخدامات أو الظروف الطبيعية. (العززي، 2011، صفحة 34)

ينقسم التأجير التمويلي إلى الأنواع التالية:

- الإجارة التشغيلية:

يقوم فيها البنك باقتناء المعدات ثم تأجيرها لمن يطلبها في القطاعات المختلفة الصناعية، الزراعية، الخدمية، كتأجير الجرارات الزراعية وآلات البناء.

- الإجارة المنتبهة بالتملك:

هنا يقوم البنك باقتناء الآلات والمعدات ثم يقوم بتأجيرها للعميل مع الوعد من قبل العميل بشرائها في نهاية فترة التقسيط على شكل مبلغ يتم الاتفاق عليه مع البنك.

1-3-5 السلم:

هو عقد يتم بموجبه بيع شيء ودفع ثمنه في الحال على أن يتم التسليم لاحقا، حيث يلتزم البائع بتسليم بضاعة معينة مضبوطة بمواصفات مددة في أجل معلوم لفائدة المشتري. يعتبر عقد السلم عكس البيع الأجل فإذا كان البيع بثمن مؤجل يقدم تمويلا من البائع إلى المشتري حيث يمنحه أجل محدد لسداد الثمن المتفق عليه، فإن السلم يقدم تمويلا من المشتري إلى البائع لأن المشتري هو الذي يدفع الثمن مقدما. (بورقة، 2001، صفحة 22)

1-3-6 الاستصناع:

عقد بيع يجمع بين المستصنع (المشتري) والصانع (البائع) حيث يطلب العميل عقار أو سلعة وفق مواصفات معينة ويكون البنك وسيطا ويطلب من الصانع صنع السلعة وعند الانتهاء من إنجاز السلعة يقوم البنك بيعها للعميل وفقا للعقد المبرم بينه وبين العميل. (الرقبيات، 2016، صفحة 12)

يتم استخدام عقد الاستصناع في تمويل عقد المقاولات، وفي تلبية طلبات التجار أو المستهلكين الذين يرغبون بسلعة ذات مواصفات محددة ويقوم البنك بتوفيرها عن استصناعها عند المشاريع الصغيرة.

1-3-7 المساقاة:

هي دفع الشجر إلى من يعتني به ويحافظ عليه بالتلقيح والتنظيف والري وغير ذلك، واستعمال البنوك الإسلامية

1-3-8 القرض الحسن:

يقوم البنك الإسلامي بتقديم مبلغا من المال لأحد عملائه والذي يكون في أمس الحاجة الى التمويل لاستغلاله في مجالات معينة وفق لشروط يحددها البنك الإسلامي.

2-دراسة عدد من البنوك التجارية لولاية قسنطينة

سنقوم ضمن هذا المحور بدراسة إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل عدد من البنوك التجارية لولاية قسنطينة، بالاعتماد على توزيع استبيان على عينة من موظفي هذه البنوك.

2-1 منهجية البحث:**2-1-1 مجتمع وعينة البحث**

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الموظفين بعدد من البنوك التجارية في ولاية قسنطينة والمتمثلة في 05 بنوك وهي: البنك الوطني الجزائري BNA، القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك التنمية المحلية BDL، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الخارجي BEA .

تم اختيار عينة البحث بالاعتماد على العينة العشوائية البسيطة، وقد تم اختيار عينة تتكون من موظفي البنوك، تم توزيع 60 استبانة بطريقة عشوائية وتم استرجاع 50 استبيان أي ما نسبته 83,33% من إجمالي الاستبيانات الموزعة وهي نسبة جيدة تسمح لنا بإجراء الدراسة.

2-1-2 أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبيان، سلم القياس والمتمثل في مقياس ليكرت الخماسي، والمعالجة الاحصائية المستخدمة وتشمل على البرنامج الاحصائي SPSS، وأساليب الاحصاء الوصفي والاحصاء الاستدلالي.

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين:

- القسم الأول: يتضمن الخصائص التعريفية لأفراد العينة

- القسم الثاني يتكون من 03 محاور كالتالي:

- المحور الأول: إمكانية تحقيق أرباح بعد تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية

- المحور الثاني: نجاح البنوك الإسلامية القائمة

- المحور الثالث: فقرات المتغير التابع

2-1-3 صدق أداة الدراسة:

أ- اختبار الصدق الظاهري

من أجل التحقق من صدق الأداة ودقة فقرات الاستبيان ووضوحها وملائمتها للبيئة البحثية تم عرضها على مجموعة من الخبراء المختلفين واستطلاع آرائهم بشأن قدرة الأداة على قياس متغيرات الدراسة.

ب- الاختبار الاحصائي

اعتمدنا اختبار ألفا كرونباخ α و الذي يعد أكثر استخداما، والذي يشير إلى إمكانية الحصول على نفس المعلومات لو استخدم الاستبيان لأكثر من مرة.

والجدول الموالي يبين نتائج قيمة معامل ألفا كرونباخ

الجدول -1-: معامل ثبات الإتساق الداخلي (ألفا كرونباخ)

المتغيرات	قيمة المعامل	مستوى القياس
المتغيرات المستقلة مجتمعة	0,897	ممتاز
المتغير التابع: إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية	0,818	ممتاز
المجموع	0,901	ممتاز

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات نظام SPSS

توضح النتائج الواردة بالجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للمتغيرات المستقلة مجتمعة قد بلغت 0,897 وهي قيمة ممتازة يمكن الاعتماد عليها، بلغت قيمة المعامل بالنسبة للمتغير التابع 0,818 وهي أيضا قيمة ممتازة، وبلغت قيمة المعامل بالنسبة لفقرات الاستبيان ككل 0,901 وهي قيمة ممتازة مما يدل على قوة الاتساق الداخلي للقياس.

2-2 نتائج الاحصاء الوصفي

2-2-1 خصائص عينة الدراسة

سنقوم بعرض الخصائص التعريفية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الجنس، المؤهل العلمي التخصص العملي والمركز الوظيفي. من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية.

الجدول -2-: خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
66	33	ذكر
34	17	أنثى
المؤهل العلمي		
40	20	ليسانس
14	07	ماجستير
46	23	أخرى
المركز الوظيفي		
4	01	نائب مدير عام
02	02	مدير عام
08	04	مدير فرع
24	12	رئيس قسم
62	31	أخرى
الخبرة المهنية		
42	21	5 سنوات فأقل
30	15	6-10 سنوات
8	04	11-15 سنة
20	10	16 سنة فأكثر
100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول وحسب معيار الجنس نلاحظ أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث في البنوك التجارية محل الدراسة فمن مجموع 50 موظفا نجد أن الذكور يمثلون نسبة 66% من العينة مقابل 44% للإناث. حسب معيار المؤهل فإن أغلبية أفراد العينة حاصلون على شهادات أخرى حيث يمثلون 46% من أفراد العينة و يأتي في المرتبة الثانية الأفراد الحاملون لشهادات الليسانس بنسبة 40%، وهذا ما يدل على توفر المستوى التعليمي المناسب و المطلوب للإجابة على فقرات الاستبيان.

حسب معيار الوظيفة جاءت نسبة الموظفين في منصب رئيس قسم والموظفين في مناصب أخرى في المرتبة الأولى بنسبة 62%، يليهم رؤساء الأقسام بنسبة 24%. وأغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة التي تملك خبرة مهنية قليلة ب42%، وتليهم الفئة التي تملك خبرة بين 6 و10 سنوات ب30%.

2-2-2 نتائج الاحصاء الوصفي لمتغير إمكانية تحقيق أرباح بعد تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية

الجدول -3: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير إمكانية تحقيق أرباح بعد تقديم منتجات الصيرفة

الاسلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
0,969	4	تمثل عملية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية فرصة استثمارية مربحة
1,096	3,94	تسمح صيغ الصيرفة الاسلامية بجذب أكبر عدد من العملاء
1,234	3,78	توفر صيغ الصيرفة الاسلامية أرباحاً أعلى من صيغ البنوك التقليدية
1,118	4,12	يتمتع سوق الصيرفة الاسلامية بالقدرة الكافية على ابتكار صيغ إسلامية
1,183	3,78	إن توفير العديد من صيغ الصيرفة الاسلامية من شأنه تشجيع البنوك التجارية على تبني هذه الصيغ
0,147	3,92	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن تتمتع سوق الصيرفة الاسلامية بالقدرة الكافية على ابتكار صيغ اسلامية يحتل المرتبة الأولى بوسط حسابي 4,12 وانحراف معياري 1,118، وهذا يدل ثقة أفراد العينة على في المنتجات الاسلامية. في المرتبة الثانية الفقرة الأولى بوسط حسابي 4 و انحراف معياري 0,969، مما يعكس اهتمام أفراد العينة بدور خدمات الصيرفة الاسلامية في توفير فرص استثمار مربحة بالنسبة للبنوك التجارية. في المرتبة الثالثة تأتي الفقرة الثالثة بوسط حسابي 3,94 وانحراف معياري 1,096، ويدل على اتفاق أفراد العينة على الدور الكبير الذي تقوم به صيغ الصيرفة الاسلامية في جذب العملاء. في المرتبة الأخيرة نجد الفقرة الثالثة والفقرة الأخيرة بوسطين حسابيين 3,78 و 3,78 على التوالي وانحرافين معياريين 1,234 و 1,183 على التوالي، وهذا يدل على ثقة أفراد العينة في قدرة صيغ الصيرفة الاسلامية على تحقيق أرباح أكثر من صيغ البنوك التقليدية.

3-2-2 نتائج الاحصاء الوصفي لمتغير نجاح البنوك الإسلامية القائمة

الجدول -4-: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير نجاح البنوك الإسلامية القائمة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
1,364	3,66	تعتبر البيئة المصرفية الجزائرية مناخا خصبا لممارسة الصيرفة الإسلامية
1,059	3,98	إن توفر سوق مصرفية اسلامية في الجزائر يدعم قدرة البنوك التجارية على تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية
1,189	3,88	يساهم نجاح تجربة البنوك الاسلامية في إمكانية تقديم البنوك التجارية لمنتجات الصيرفة الإسلامية
1,107	3,86	يمكن للبنوك التجارية أن تستفيد من خبرة البنوك الاسلامية التكافلي لقائمة في توفير البدائل الشرعية المناسبة لصيغ التمويل التجارية.
1,107	3,52	أثبتت البنوك الاسلامية نجاحها رغم حداثتها مقارنة بالبنوك التجارية
0,182	3,77	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن الفقرة الثانية تحتل المرتبة الأولى بوسط حسابي 3,98 وانحراف معياري 1,059 . وهذا يدل على اتفاق أفراد العينة حول ضرورة وجود سوق مصرفية اسلامية في الجزائر، في المرتبة الثانية تأتي الفقرة الثالثة بوسط حسابي 3,88 وانحراف معياري 1,189 وتدلل على اتفاق أفراد العينة على مساهمة نجاح البنوك الاسلامية في إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية. في المرتبة الثالثة نجد الفقرة الرابعة بوسط حسابي 3,86 وانحراف معياري 1,107، وتدلل على إجماع أفراد العينة على إمكانية البنوك التجارية الاستفادة من خبرة البنوك الاسلامية القائمة في توفير البدائل الشرعية المناسبة لصيغ التمويل التجارية. وتحتل المرتبة الرابعة الفقرة الأولى بوسط حسابي 3,66 وانحراف معياري 1,364، وتدلل على إقرار أفراد العينة بجاهزية البيئة المصرفية الجزائرية لتقديم منتجات الصيرفة الاسلامية.

وفي المرتبة الأخيرة نجد الفقرة الخامسة بوسط حسابي 3,52 وانحراف معياري 1,107. وهي تثبت نجاح البنوك الاسلامية القائمة.

2-2-4 نتائج الاحصاء الوصفي للمتغير التابع

الجدول -5-: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغير التابع

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات
1,438	3,18	توضيح الحكم الشرعي المتعلق بنشاط البنوك التجارية يدفع القائمين عليها للتفكير في إمكانية منتجات الصيرفة الإسلامية
1,139	3,74	يشكل عدم القدرة على تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية عائقاً أمام تنفيذ الرغبة في تبنيها من قبل البنوك التجارية
1,376	3,84	إن توقع تحقيق أرباح صافية بعد تطبيق صيغ الصيرفة الإسلامية يشجعها على تقديمها
1,173	3,82	يعد نجاح البنوك الإسلامية القائمة عاملاً مؤثراً في إمكانية تبني البنوك التجارية لمنتجات الصيرفة الإسلامية
1,143	3,86	يؤثر عدم توفر اليد العاملة المؤهلة في إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية
0,142	3,68	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن الفقرة الأخيرة احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي 3,86 وانحراف معياري 1,143. وهذا يدل على اتفاق أفراد العينة على أهمية وجود اليد العاملة المؤهلة من أجل دعم نشاط البنوك التجارية، في المرتبة الثانية نجد الفقرة الثالثة بوسط حسابي 3,84 وانحراف معياري 1,376 وتدل على أن تحقيق منتجات الصيرفة الإسلامية للأرباح يدفع البنوك التجارية إلى تطبيقها، في المرتبة الثالثة تأتي الفقرة الرابعة بوسط حسابي 3,82 وانحراف معياري 1,173. وتبين أن نجاح البنوك الإسلامية يعد عاملاً مؤثراً في إمكانية تبني البنوك التجارية لمنتجات الصيرفة الإسلامية.

2-3 اختبار الفرضيات

سنقوم باختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة و التي تهدف إلى معرفة إذا ما كانت توجد علاقة إحصائية بين المتغيرات المستقلة و المتغير التابع، عن طريق نموذج الانحدار الخطي البسيط .
سنقوم بطرح الفرضيات الصفرية التي تحتمل القبول أو الرفض، وسيتم اتخاذ القرار بقبول الفرضية الصفرية H_0 إذا كانت قيمة الدلالة sig أكبر من مستوى الدلالة المرغوبة 5 %، و سنرفض الفرضية الصفرية إذا كانت قيمة الدلالة أقل من مستوى الدلالة المرغوبة .

2-3-1 اختبار الفرضية الأولى:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتوقع تحقيق أرباح على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتوقع تحقيق أرباح على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

نقوم بالتأكد من صحة أو عدم صحة الفرضية من خلال الجدول الموالي:

الجدول -6-: تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الأولى

المتغير	R	R ²	الاختبار F	SIG	المعامل β	الاختبار T	SIG
الفرضية الأولى	0,719	0,517	11,59	0,00	0,617	3,175	0,00

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

2-3-2 اختبار الفرضية الثانية:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنجاح البنوك الاسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنجاح البنوك الاسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية من قبل البنوك التجارية.

نقوم بالتأكد من صحة أو عدم صحة الفرضية من خلال الجدول الموالي:

الجدول -7-: تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الثانية

المتغير	R	R ²	الاختبار F	SIG	المعامل β	الاختبار T	SIG
الفرضية الثانية	0,735	0,540	26,04	0,00	0,686	3,086	0,00

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

3-تحليل النتائج:

-أظهرت نتائج الإحصاء الوصفي لمتغير إمكانية تحقيق أرباح بعد تقديم منتجات الصيرفة الاسلامية أن المتوسط العام للمتغير هو 3,92 و يعني اهتمام أفراد العينة بالمتغير المستقل الأول، وانخفاض الانحراف المعياري (0.147) عن قيمة المتوسط الحسابي تدل على وجود اتساق بين إجابات أفراد العينة حول أسئلة المتغير المستقل الأول.

- أظهرت نتائج الإحصاء الوصفي لمتغير نجاح البنوك الإسلامية القائمة أن المتوسط العام هو 3,77 و يعني اهتمام أفراد العينة بالمتغير المستقل الثاني (نجاح البنوك الإسلامية القائمة)، وانخفاض الانحراف المعياري (0,182) عن قيمة المتوسط الحسابي تدل على وجود اتساق بين إجابات أفراد العينة حول أسئلة المتغير المستقل الثاني.

- أظهرت نتائج الإحصاء الوصفي للمتغير التابع أن المتوسط العام هو 3,68 ويعني اتفاق أفراد العينة حول إمكانية تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية، وانخفاض الانحراف المعياري (0,142) عن قيمة المتوسط الحسابي تدل على وجود اتساق بين إجابات أفراد العينة حول أسئلة المتغير التابع.

- بعد اختبار الفرضية الأولى توصلنا إلى النتائج التالية:

- قيمة معامل الارتباط بين متغير توقع تحقيق أرباح بعد تبني منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية والمتغير التابع بلغت $R = 0,719$ و هي تدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

- بلغت قيم التحديد $R^2 = 0,518$ أي أن التغيرات التي تحدث في معامل المتغير المستقل تمثل ما نسبته 51,7% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع.

- وتعد مقبولاً إحصائياً بالاعتماد على قيمة الاختبار T الذي بلغت قيمته 3,175 بمستوى دلالة 0,00 وهو أقل من 0,05.

- درجة التأثير β بلغت قيمة 0,617 وتعني وجود علاقة تأثير بين المتغيرين

عليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة القائلة ب " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية " لتوقع تحقيق أرباح

على قرار تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية".

- بعد اختبار الفرضية الثانية توصلنا إلى النتائج التالية:

- أن قيمة معامل الارتباط بين متغير نجاح البنوك الإسلامية القائمة والمتغير التابع بلغت $R = 0,735$ و هي تدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

- بلغت قيم التحديد $R^2 = 0,540$ أي أن التغيرات التي تحدث في معامل المتغير المستقل تمثل ما نسبته 54% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع.

- وتعد مقبولاً إحصائياً بالاعتماد على قيمة الاختبار T الذي بلغت قيمته 3,086 بمستوى دلالة 0,00 وهو أقل من 0,05.

- درجة التأثير β بلغت قيمة 0,686 وتعني وجود علاقة تأثير بين المتغيرين

عليه نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة القائلة بـ " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنجاح البنوك الإسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية. "

الخاتمة:

من خلال دراستنا توصلنا الى النتائج التالية:

- تهدف البنوك الإسلامية إلى تقديم خدمات مصرفية واستثمارية تتماشى وأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.
- يعتبر المناخ الذي تتواجد فيه الصيرفة الإسلامية في الجزائر واعدا ويسمح بتشجيع تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية.
- عدم وجود سياسة رقابية من قبل بنك الجزائر من أجل دعم نشاط الصيرفة الإسلامية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية " لتوقع تحقيق أرباح على قرار تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية". وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنجاح البنوك الإسلامية القائمة على قرار تقديم منتجات الصيرفة الإسلامية من قبل البنوك التجارية. وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

-الاقتراحات:

- الاهتمام بتكوين الكفاءات المؤهلة لتطبيق منتجات الصيرفة الإسلامية من أجل جذب أكبر عدد من العملاء.
- تعزيز التعاون بين البنوك التجارية والبنوك الإسلامية في الجزائر من أجل اكتساب الخبرة ودعم نشاط الصيرفة الإسلامية.
- تعديل السياسة الرقابية على مستوى البنك المركزي الجزائري بما يتناسب وتحقيق أهداف الصيرفة الإسلامية.
- العمل على استغلال الفضاء الإعلامي من أجل وضع سياسة إعلامية للتعريف بالمنتجات المالية الإسلامية و المساهمة في نشر ثقافة الاستثمار الإسلامي، عبر فتح قنوات إعلامية متخصصة .

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

- إلياس عبد الله سليمان أبو الهيجا. (2007). تطوير آليات التمويل بالمشاركة في المصارف الإسلامية - دراسة حالة الأردن، رسالة دكتوراه، جامعة اليرموك. الأردن
- حكيم براضية، و جعفر هني محمد. (2016). دور التصكيك الإسلامي في إدارة السيولة في البنوك الإسلامية. الأردن: دار اليازوري للنشر.
- شهاب أحمد سعيد العززي. (2011). إدارة البنوك الإسلامية. الأردن: دار النفائس للنشر.
- شوقي بورقبة. (2001). الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية - دراسة تطبيقية مقارنة، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة جامعة فرحات عباس، سطيف.
- عبد المجيد بودومة، و منير عزوز. (2016). "أساليب تمويل مشاريع القطاع الصناعي بالاعتماد على محفظة التمويل البنكية الإسلامية"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى العلمي حول التوجهات الحديثة للسياسة المالية للمؤسسة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، أيام 14-15 نوفمبر، المسيلة.
- عيسى مرازقة. (2011). "البنوك الإسلامية وعلاقتها بالسوق المالي الإسلامي دراسة حالة مصرف أبو ظبي". ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل، جامعة غرداية، أيام 23-24 فيفري، غرداية.
- غازي عبد المجيد الرقيبات. (2016). "قنوات التمويل الإسلامي الحديثة في البنوك الإسلامية، دراسة مقارنة بين الأردن والسودان". ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى العلمي حول التوجهات الحديثة للسياسة المالية للمؤسسة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، أيام 14-15 نوفمبر، المسيلة.
- فادي محمد الرفاعي. (2004). المصارف الإسلامية. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- محمد محمود العجلوني. (2010). البنوك الإسلامية، أحكامها ومبادئها وتطبيقاتها المصرفية. الأردن: دار الميسرة.

المراجع باللغة الأجنبية

- Abdelmelak Fatima Zahra, (2012). La place de la finance islamique dans le financement des petites et moyennes en entreprises en Algerie, Mémoire de magistère en sciences économique, université de Tlemcen. Tlemcen
- Mokhefi, Amine. (2011). "Les banques islamiques fondements théoriques". Revue Elwihat pour les recherches et les études, université de Ghardaia, volume 4 (numéro2), p. 14.