

تقييم تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية من وجهة
نظر الزبائن

**Evaluation of the Experience of Islamic Windows in Algerian
Public Banks from the Perspective of Customers**

تاريخ قبول النشر: 13/12/2025

تاريخ الاستلام: 2025/10/20

بن عامر زين الدين*، جامعة عبد الحميد مهري -قسنطينة 2-الجزائر
البريد الإلكتروني (zineddine.benameur@univ-constantine2.com)
المعرف الرقمي للباحث ORCID iD : 0009-0003-6659-1755

مخلوف حورية، جامعة عبد الحميد مهري -قسنطينة 2-الجزائر
البريد الإلكتروني (makhlouf Houria @univ-constantine2.com)
المعرف الرقمي للباحث ORCID iD : 0009-0001-7762-6971

محلولس جلييلة، جامعة عبد الحميد مهري -قسنطينة 2-الجزائر
البريد الإلكتروني (mhalous Jalila @univ-constantine2.com)
المعرف الرقمي للباحث ORCID iD : 0009-0001-2953-4343

Abstract:

This study aimed to shed light on the experience of Islamic windows in Algerian public banks by evaluating their effectiveness as a banking alternative that balances compliance with Islamic Sharia principles and the requirements of conventional banking operations. The study relied on gathering the views of clients, as they are the main stakeholders, in order to understand their acceptance of these services, assess the quality of banking performance. The study concluded that this Islamic windows are witnessing notable development, as they

* - المؤلف المراسل

offer quality banking services. As a result, clients show a willingness to adopt him as a genuine alternative to conventional banking, driven by religious motivations. However, the weak marketing of both the windows and their products represent main obstacles to their spread-especially the heavy reliance on Murabaha financing.

Keywords: Islamic windows, public banks, Sharia standards, clients.

JEL : G20،G28، E44

ملخص:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية، من خلال تقييم مدى فعاليتها كبديل مصرفي يوازن بين الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية ومتطلبات العمل المصرفي التقليدي، وتم الاعتماد على استقراء آراء الزبائن باعتبارهم الفاعلين الأساسيين في هذه التجربة، لفهم مدى تقبلهم لهذه الخدمات ومعرفة مدى جودة الأداء المصرفي، والانطباع العام حول هذه النوافذ، وتوصلت الدراسة إلى أن النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية تشهد تطوراً ملحوظاً وتُقدّم خدمات مصرفية جيدة، لذلك هناك استعداد من قبل الزبائن لاعتماد هذه النوافذ كبديل حقيقي للصيرفة التقليدية وبدافع ديني، إلا أن ضعف التسويق لها ولمنتجاتها يشكل عائقاً رئيسياً أمام انتشارها خصوصاً في ظل التركيز على التمويلات بصيغة المراجعة.

كلمات مفتاحية: النوافذ الإسلامية، البنوك العمومية، المعايير الشرعية، الزبائن.

تصنيفات JEL : G20،G28، E44،

1. مقدمة:

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة التي شهدتها الاقتصاد الجزائري خصوصا مع السعي نحو تنويع الأدوات المالية برزت في السنوات الأخيرة النواذف الإسلامية داخل البنوك العمومية الجزائرية كآلية تهدف إلى الاستجابة لحاجة فئة معتبرة من المجتمع تسعى للتعامل المالي وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، دون الإخلال بمتطلبات العمل المصرفي العصري، هذه المبادرة جاءت كخطوة استراتيجية من قبل الحكومة الجزائرية لدمج المبادئ الإسلامية في النظام المصرفي التقليدي ومحاولة تحقيق التوازن بين الالتزام الشرعي والفعالية الاقتصادية، إلا أن هذه التجربة رغم طابعها الواعد ما زالت تثير تساؤلات متعددة حول مدى تقبلها من طرف الزبائن، ومدى جاهزية الموارد البشرية داخل البنوك العمومية الجزائرية لتقديم خدمات مصرفية إسلامية بمعايير احترافية، فنجاح هذه النواذف لا يرتبط فقط بتوفير المنتجات المتوافقة مع الشريعة بل أيضاً بمدى رضا الزبائن، ومن هنا تبرز إشكالية دراستنا هذه والمتمثلة في: ما مدى نجاح تجربة

النواذف الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية من وجهة نظر الزبائن؟

وضمن هذا التساؤل تندرج التساؤلات الفرعية التالية:

✓ هل تلتزم النواذف الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بالمعايير الشرعية؟

✓ ما هي أهم الخدمات المصرفية المقدمة من قبل هذه النواذف؟

✓ هل تقوم النوافذ الإسلامية بالترويج لمنتجاتها وخدماتها؟

✓ هل زبائن النوافذ الإسلامية يعرفون المنتجات والخدمات التي تقدمها وراضين عنها؟

أ- فرضيات الدراسة:

✓ الفرضية الأولى: النوافذ الإسلامية تلتزم بالمعايير الشرعية.

✓ الفرضية الثانية: النوافذ الإسلامية تقدم تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية

ذات جودة عالية.

✓ الفرضية الثالثة: تسهر النوافذ الإسلامية على الترويج لعملها ولخدماتها

المقدمة.

✓ الفرضية الرابعة: زبائن النوافذ الإسلامية واعين بمختلف المنتجات والخدمات

المقدمة وراضين عن خدماتها.

للإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية والتأكد من صحة الفرضيات تم

الاعتماد في دراستنا هذه على أحد أكثر مناهج البحث العلمي استخداما وهو المنهج

الوصفي التحليلي والذي يسمح بوصف الظاهرة للوصول إلى أسبابها والعوامل التي

تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها فيما بعد وتقسيم هذه الدراسة للأجزاء التالية:

ب- مجتمع وعينة الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة كل النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الموجودة في الجزائر وهي كل من البنك الخارجي الجزائري (BEA)، البنك الوطني الجزائري (BNA)، بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، بنك التنمية المحلية (BDL)، البنك الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)، القرض الشعبي الجزائري (CPA)، وحرصا منا على دقة النتائج التي سوف نتحصل عليها قمنا باختيار عينة الدراسة من مجموعة من البنوك العمومية التي قامت بفتح النوافذ الإسلامية على مستوى ولاية قسنطينة.

تم اختيار عينة من زبائن البنوك العمومية بطريقة عشوائية وقد بلغ عددهم 97 زبون، كانت الفترة الممتدة من تاريخ مباشرة العمل الميداني إلى غاية جمع كل البيانات وتحليلها ثم الخروج بإجابات عن كل التساؤلات المطروحة، وبالتالي تأكيد أو نفي الفرضيات التي وضعت في الدراسة حوالي شهرين.

ج- أداة الدراسة:

من أجل إنجاز هذه الدراسة تم اللجوء إلى جمع البيانات من خلال اعتمادنا على أداة واحدة هي الاستبيان والذي وُجه إلى زبائن البنوك التقليدية التي فتحت النوافذ الإسلامية، مع حرصنا على توزيع الاستبيان يدويا والبقاء مع كل مستجوب لغاية انتهائه من الإجابة لشرح ما يتعذر عليه فهمه ولضمان إجابات صادقة.

د- أقسام ومحاور الاستبيان:

قُسم الاستبيان الموجه إلى زبائن البنوك التقليدية إلى قسمين:

✓ القسم الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المؤهل

العلمي، المهنة)؛

✓ القسم الثاني: قسم إلى 5 محاور وكل محور يحتوي على 4 فقرات، المحور

الأول حول الوعي لدى الزبائن، المحور الثاني حول التزام النواذ الإسلامية

بقواعد الشريعة الإسلامية، المحور الثالث خاص بالخدمات المقدمة ومدى

الترويج لها، المحور الرابع يتعلق بجودة الخدمات المقدمة، والمحور الأخير

برضى وولاء الزبائن.

هـ- أسلوب تحليل البيانات:

نظرا لطبيعة الموضوع قمنا باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لاختبار

صحة فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها، وهي كل من:

✓ النسب المئوية والتي تساعد في وصف خصائص عينة الدراسة؛

✓ المتوسط الحسابي والذي يساعد في فهم القيم العامة أو النمط السائد بين البيانات؛

✓ الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل

عبارة من العبارات ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي،

حيث كلما اقتربت قيمته من الصفر كلما تركزت الإجابات وانخفضت التششت
بين الآراء.

و- صدق وثبات أداتي الدراسة:

قمنا بالاعتماد على الصدق الظاهري أو على التحكيم لأداة الدراسة والمحكمين الذين
ساهموا في إخراج، تعديل وتحكيم الاستبيان هم أساتذة من جامعة قسنطينة 2 وهم
الأساتذة الآتية أسمائهم: الأستاذ جمال شرفة، الأستاذ فارس خدّاش، الأستاذ خالد
طالب، الأستاذة أمينة بو القارة، ومن أجل تصحيح وتحكيم الأداة بشكل يخدم الدراسة
قمنا بإجراء ما يلزم من إضافة وحذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ز- معاني الكلمات المفتاحية:

- النوافذ الإسلامية: تعرف النافذة الإسلامية بأنها جزء من مؤسسة مالية تقليدية والتي
قد تكون فرعا او وحدة مستقلة تابعة لها، ولكنها ليست كيانا قانونيا منفصلا، حيث تقدم
خدمات إدارة الأموال (حسابات الاستثمار) والتمويل والاستثمار المتوافقة مع احكام
الشريعة الإسلامية. (IFSB-17, 2015, p. 61)

- البنوك العمومية: البنوك العمومية الجزائرية هي بنوك تجارية تقوم بعملية الوساطة
البنكية والتي تتضمن مجموعة من الأعمال كتلقي الأموال من الجمهور وعمليات
القرض، وكذا وضع وسائل الدفع تحت تصرف وإدارة الزبائن، كما تقوم أيضا هذه البنوك

حسب المادة 72 من الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003، المتعلق بالنقد والقرض بعمليات ملحقة متنوعة مثل تلك المرتبطة بالقيم المنقولة والهندسة المالية (القادر، 2018، صفحة 37).

- المعايير الشرعية: هي مجموعة من القواعد الفقهية والاجتهادية التي التي تصدرها هيئة الأيوبي (AAOIFI) لتحديد ضوابط العمل المالي وفق احكام الشريعة الإسلامية، وتشمل هذه المعايير أحكام تفصيلية حول العقود المالية (مثل المراجعة، المضاربة، المشاركة، الإجارة)، وكذلك الضوابط الشرعية للعمليات المصرفية والاستثمارية والتي تستخدم كمرجع عملي لدى البنوك والمؤسسات المالية والإسلامية والجهات الرقابية. (AAOIFI، 2017)

2. دراسة وتحليل المعطيات المتعلقة بالزبائن.

1.2 حساب النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الأول (البيانات الشخصية).

الجدول 01: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الأول (البيانات الشخصية).

الجنس					
عدد المستجوبين	ذكر	انثى	النسبة المئوية (ذكر)	النسبة المئوية (انثى)	
62	46	16	74.19	25.80	
السن					
	من 18 إلى 34	من 35 إلى 44	من 45 إلى 54	من 55 فأكثر	
العدد	7	28	16	11	
النسبة المئوية	11.29	45.16	25.80	17.74	
المؤهل العلمي	متوسط او اقل	ثانوي	جامعي	/	
العدد	12	20	30	/	
النسبة المئوية	19.35	32.25	48.38	/	
المهنة	موظف	تاجر	حرفي	طالب	أعمال حرة
العدد	29	11	1	0	21
النسبة المئوية	46.77	17.74	1.61	0	38.87

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

نلاحظ أن أغلب زبائن النوافذ الإسلامية من فئة الذكور وهذا يدل على عدم كفاية التوعية في أوساط النساء، الفئة الأكثر تفاعلا تتراوح أعمارهم بين 35 و 44 سنة تليها الفئة ما بين 45 و 54 سنة، الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-34 نسبهم ضعيفة ما يدل على ضعف الوعي المالي لديهم، نسبة كبيرة من المتعاملين جامعيون ما يدل على أن الفئة المتعلمة هي الأكثر وعيا وإقبالا على النوافذ الإسلامية وأكثرهم من الموظفين وأصحاب الأعمال الحرة، ما يدل على أن المنتجات المصرفية الحالية تخدم هاتين الشريحتين بشكل واضح، الطلبة والحرفيون شبه غائبين ما يطرح تساؤلات حول مدى توفر عروض مناسبة لهذه الفئات.

2.2 حساب النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الثاني (الوعي لدى الزبائن).

الجدول 02: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الثاني (الوعي لدى الزبائن).

هل تعرف أن البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ تقدم خدمات مصرفية إسلامية						
عدد المستجوبين	الإجابات بنعم	الإجابات بـ لا	النسبة المئوية لنعم	النسبة المئوية لـ لا		
97	62	35	63,91	36,08		
هل سبق لك وإن تعاملت مع النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية.						
62	13	49	20.96	79.03		
من خلال ماذا عرفت ان البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ إسلامية تقدم خدمات مصرفية اسلامية						
	وسائل الاعلام التقليدية	وسائل التواصل الاجتماعي	عند زيارة البنك	من خلال الاصدقاء	الموقع الالكتروني للبنك	مصادر أخرى للمعلومة
العدد	13	5	30	14	0	0
النسبة	20.96	8.06	48.38	22.58	0	0
ما هو سبب تعاملك مع هذه النوافذ الاسلامية			أسباب شرعية	تجارية	أخرى	
العدد			56	4	2	
النسبة المئوية			90.32	6.45	3.22	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

نلاحظ أن حوالي ثلثي المستجوبين على علم بأن البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ تقدّم خدمات مصرفية إسلامية، وهذا يدل على الوعي المتزايد أو فعالية الحملات التوعوية سواء من البنوك أو من الإعلام، ولكن وجود ثلث من المستجوبين على غير علم بالخدمة أمر سلبي ويدل على أن الترويج لم يصل إلى المستوى المطلوب ويعني أيضا أن هناك فرص ضائعة وفئة زبائن غير مستهدفة والأسوء من ذلك أن أغلبية المستجوبين علموا بفتح هذه النوافذ صدفه من خلال زيارات مباشرة للبنك، وهذا الأمر يطرح استقهام حول حقيقة الترويج لهذه النوافذ، ومن جهة أخرى فإن أغلب المستجوبين الذين اختاروا النوافذ الإسلامية فعلوا ذلك بدافع الالتزام الديني والشرعي، ونسبة قليلة من المستجوبين اختاروها لأسباب تجارية أو كبديل عن الصيرفة الربوية.

3.2 حساب النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الثالث (التزام النوافذ الاسلامية بقواعد الشريعة الإسلامية).

الجدول 03: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الثالث (التزام النوافذ الاسلامية بقواعد الشريعة الإسلامية).

أُتق في التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.					
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
0	3	3	43	13	العدد
0	4,83	4,83	69,35	20,96	النسبة المئوية
يوجد فرق كبير بين طريقة عمل النوافذ الإسلامية وطريقة عمل البنوك التقليدية.					
0	5	6	47	4	العدد
0	8.06	9.67	75.80	6.45	النسبة المئوية
توجد هيئة شرعية حريصة على التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.					
0	1	0	48	13	العدد
0	1.61	0	77.41	20.96	النسب المئوية
العبرة الرابعة: التعامل مع النوافذ الإسلامية لتجنب الوقوع في الربا.					
0	1	1	35	25	العدد
0	1.61	1.61	56.45	40.32	النسب المئوية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

نلاحظ هنا أن زبائن النوافذ الإسلامية يتقون في التزامها بالمعايير الشرعية ويتقون في وجود هيئات شرعية تراقب وتضمن التزام هذه النوافذ بالمعايير الشرعية ويعتقدون بوجود اختلاف كبير بين طريقة عمل النوافذ الإسلامية وطريقة عمل البنوك التقليدية، ومن جهة أخرى توجهوا للتعامل مع هذه النوافذ لأنهم يفضلون المعاملات المالية الإسلامية، ما يدل

على أن الربا دخيلة على ثقافة المجتمع الجزائري وأن الجزائر أرض خصبة للمعاملات الشرعية وللصيرفة الإسلامية بفطرة وطبيعة الشعب الجزائري المتعلق بهويته.

4.2 حساب النسب المئوية المتعلقة بالمحور الرابع (الخدمات المقدمة ومدى الترويج لها).

الجدول 04: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بمحور (الخدمات المقدمة ومدى الترويج لها).

العبارة الأولى: توفر هذه النوافذ الإسلامية التمويل عن طريق المراجعة.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
9	51	0	2	0	
النسبة المئوية	14,51	82,25	0	3,22	0
العبارة الثانية: أمتلك بطاقة مصرفية إسلامية منحتها لي هذه النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	46	1	4	0	
النسبة المئوية	17.74	74.19	1.61	6.45	0
العبارة الثالثة: تلقيت خدمات مصرفية رقمية من قبل هذه النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
8	44	0	10	0	
النسب المئوية	12.90	70.96	0	16.12	0
العبارة الرابعة: توجد حملات توعوية وتسويقية للمنتجات التي تقدمها النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
18	44	0	0	0	
النسب المئوية	29.03	70.96	0	0	0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

بالرغم من الاعتماد على حملات توعوية وتسويقية للمنتجات التي تقدمها النوافذ الإسلامية إلا أن هناك اعتماد شبه كلي على صيغة واحدة متمثلة في المراجعة وإهمال للصيغ الأخرى وهو ما أثر سلباً على تنوع المنتجات المقدمة، وهذا قد يدفع بالزبائن نحو المنتجات التقليدية.

5.2 حساب النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الخامس (جودة الخدمات المقدمة).

الجدول 05: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور الخامس (جودة الخدمات المقدمة).

أجد ان أسعار الخدمات والرسوم عند التعامل مع النوافذ الإسلامية أفضل مما عليه في البنوك التقليدية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
7	40	6	9	0	0
النسبة المئوية	11,29	64,51	9,67	14,51	0
العبارة الثانية: فتحت حساب مصرفي في هذه النوافذ الإسلامية بكل سهولة.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
9	53	0	0	0	0
النسب المئوية	14.51	85.48	0	0	0
العبارة الثالثة: توجد استجابة سريعة في الرد على طلبات التمويل.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	48	0	3	0	0
النسب المئوية	17.74	77.41	0	4.83	0
العبارة الرابعة: يوجد استقبال وتوجيه جيد من طرف الموظفين في هذه النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
20	42	0	0	0	0
النسب المئوية	32.25	67.74	0	0	0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

نلاحظ أن 47 من أصل 62 زبون يرون أن الرسوم و أسعار الخدمات أفضل في النوافذ الإسلامية، ما يعد نقطة قوة مهمة، وقلة فقط غير موافقين مما يشير إلى رضا عام عن التكاليف مقارنة بالبنوك التقليدية، وهناك إجماع تام على ان فتح حساب بنكي في النوافذ الإسلامية يتم بسهولة مما يدل على فعالية الإجراءات الإدارية وهذا عنصر مهم في جذب الزبائن الجدد، حوالي(94%) من الزبائن يشعرون بأن الاستجابة لطلبات التمويل سريعة ما يظهر قدرة هذه النوافذ على المعالجة الفعالة، ومن جهة أخرى هناك إجماع كلي على أن تجربة الاستقبال كانت إيجابية جدا ما يعكس احترافية الطاقم و تدريبه الجيد، و يعزز من صورة النوافذ الإسلامية لدى الزبائن.

6.2 حساب النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور السادس (رضى وولاء الزبائن).

الجدول 06: النسب المئوية لعينة الزبائن المتعلقة بالمحور السادس (رضى وولاء

الزبائن).

العبارة الأولى: يمكن أن تمثل النوافذ الإسلامية بديلا عن المعاملات التقليدية					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
29	32	0	1	0	0
النسب المئوية	46,77	51,61	0	1,61	0
العبارة الثانية: مستعد للاستمرار في التعامل مع النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
18	43	1	0	0	0
النسب المئوية	29.03	69.35	1.61	0	0
العبارة الثالثة: انصح الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
14	47	0	1	0	0
النسب المئوية	22.58	75.80	0	1.61	0
العبارة الرابعة: تقدم النوافذ الإسلامية خدمات تلبي كافة احتياجاتي المالية.					
العدد	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
14	48	0	0	0	0
النسب المئوية	22.58	77.41	0	0	0

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

نلاحظ أن 61 من 62 زبون يرون أن النوافذ الإسلامية تمثل بديلا فعليا للبنوك التقليدية وهي نسبة ممتازة تعكس ثقة كبيرة في هذه النوافذ، وهم مستعدون لمواصلة التعامل معها مما يشير إلى ولاء قوي وثقة متزايدة في الخدمات المصرفية الإسلامية بالإضافة إلى أن جل المستجوبين ينصحون الآخرين بالتعامل مع هذه النوافذ ما يعكس درجة عالية من الرضا العام والانطباع الإيجابي.

3. حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الاستبيان:

1.3 المحور الأول: الوعي لدى الزبائن

الجدول 07: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الزبائن محور الوعي

لدى الزبائن.

العبارة الأولى: هل تعرف أن البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ تقدم خدمات مصرفية إسلامية				
نعم	لا	المؤشر	القيمة	الملاحظة والتفسير
63.91 بالمئة	36.08 بالمئة	المتوسط الحسابي	0.639	لاحظنا أن حوالي 64% من العملاء يعرفون بوجود النوافذ الإسلامية، وهي نسبة جيدة نسبياً لكن تحتاج تعزيز.
		الانحراف المعياري	0.48	هناك تفاوت متوسط ويعني أن هناك شريحة ليست صغيرة لا تعرف بوجود هذه النوافذ وهذا يعبر عن ضعف في الترويج.
العبارة الثانية: من خلال ماذا عرفت ان البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ إسلامية تقدم خدمات مصرفية إسلامية.				
/	/	المتوسط الحسابي	2.73	نصف العملاء المستجوبين عرفوا بفتح النوافذ الإسلامية عند زيارتهم للبنك وهذا أمر سيء جداً.
		الانحراف المعياري	1.03	نلاحظ أن هناك تبايناً متوسطاً في طرق معرفة العملاء مع وجود تركيز ملحوظ في وسيلة واحدة رئيسية (زيارة البنك).

العبارة الثالثة: هل سبق لك وان تعاملت مع النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية.				
20.96 بالمئة	79.03 بالمئة	المتوسط الحسابي	0.21	21 % فقط من العملاء سبق لهم التعامل مع النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية، ما يعكس انخفاض نسبة الاستخدام الفعلي.
		الانحراف المعياري	0.41	هناك تفاوت ملحوظ في الإجابات فهناك مجموعة قليلة تتعامل مع النوافذ الإسلامية مقابل أغلبية لا تتعامل.
العبارة الرابعة: ما هو سبب تعاملك مع هذه النوافذ الإسلامية.				
/	/	المتوسط الحسابي	1.13	90 % من العملاء اختاروا التعامل مع النوافذ الإسلامية لدواع شرعية، وبالتالي الدافع الديني كان المحرك الأساسي للتعامل.
		الانحراف المعياري	0.42	نلاحظ أن هناك تباينا منخفض نسبيا بين إجابات العملاء، مما يعكس توجهها موحدا نحو الأسباب الشرعية.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

2.3 المحور الثاني: التزام النوافذ الإسلامية بقواعد الشريعة.

الجدول 08: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الزبائن محور التزام النوافذ الإسلامية بقواعد الشريعة.

العبارة الأولى: أتق في التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.		
المؤشر	القيمة	الملاحظة والتفسير
المتوسط الحسابي	4.06	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4.06) فإن العملاء بشكل عام واثقين جدًا من التزام النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.
الانحراف المعياري	0.67	لأن الانحراف المعياري (0.67) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب الناس متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا.
العبارة الثانية: يوجد فرق كبير بين طريقة عمل النوافذ الإسلامية وطريقة عمل البنوك التقليدية.		
المتوسط الحسابي	3.81	لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (3.81) فإن العملاء بشكل عام يتفقون على وجود فرق كبير بين النوافذ الإسلامية والبنوك التقليدية، مما يعكس إدراكا واضحا للفروقات بينها.
الانحراف المعياري	0.67	لان الانحراف المعياري (0.67) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا.
العبارة الثالثة: توجد هيئة شرعية حريصة على التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.		
المتوسط الحسابي	4.18	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4.18) فإن العملاء بشكل عام يتفقون على أن هناك هيئة شرعية تشرف على التزام النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.
الانحراف المعياري	0.49	الانحراف المعياري (0.49) وهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض ويعني أن أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا.
العبارة الرابعة: التعامل مع النوافذ الإسلامية لتجنب الوقوع في الربا.		
المتوسط الحسابي	4.35	المتوسط الحسابي قدر بـ (4.35) لذلك فإن العملاء يتعاملون مع النوافذ الإسلامية بدافع ديني بحث لتجنب الربا وهذا يشير إلى أن الجانب الشرعي يلعب دورا محوريا في قرار التعامل.
الانحراف المعياري	0.60	الانحراف المعياري (0.60) وهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

3.3 المحور الثالث: الخدمات المقدمة ومدى الترويج لها.

الجدول 09: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الزبائن محور الخدمات المقدمة ومدى الترويج لها.

العبارة الأولى: توفر هذه النوافذ الإسلامية التمويل عن طريق المربحة		
المؤشر	القيمة	الملاحظة والتفسير
المتوسط الحسابي	4.08	لأن المتوسط الحسابي قدر بـ(4,08) فإن العملاء بشكل عام يتفقون على أن التمويل عبر المربحة هو المنتج الأساسي في النوافذ الإسلامية.
الانحراف المعياري	0.52	ولأن الانحراف المعياري(0,52) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جداً.
العبارة الثانية: أمتلك بطاقة مصرفية إسلامية منحتها لي هذه النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	4.03	لأن المتوسط الحسابي قدر بـ(4,03) فإن العملاء بشكل عام يوافقون على أنهم يمتلكون بطاقة مصرفية إسلامية ممنوحة من النوافذ مما يعكس إنتشار لهذه البطاقات.
الانحراف المعياري	0.67	الانحراف المعياري قدر بـ(0,67) وهذا يعني أن التباين في الآراء يعتبر متوسط إلى مرتفع قليلا ويظهر وجود تباين متوسط في الآراء.
العبارة الثالثة: تلقت خدمات مصرفية رقمية من قبل هذه النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	3.81	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ(3,81) فإن العملاء بشكل عام يتفقون على تلقيهم خدمات مصرفية رقمية من النوافذ الإسلامية، ما يدل على وجود نوع من الرقمنة.
الانحراف المعياري	0.86	الانحراف المعياري قدر بـ(0,86) وهذا يعني أن التباين في الآراء متوسط إلى مرتفع قليلا، مما يدل على وجود تفاوت ملحوظ بين العملاء، فبعضهم لم يتلق مثل هذه الخدمات.
العبارة الرابعة: توجد حملات توعوية وتسويقية للمنتجات التي تقدمها النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	4.29	المتوسط الحسابي قدر بـ (4,29) لذلك فإن العملاء بشكل عام متفقين على وجود حملات توعوية وتسويقية تقوم بها النوافذ الإسلامية لتعريف العملاء بمنتجاتها.
الانحراف المعياري	0.45	لأن الانحراف المعياري قدر بـ(0,45) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أغلب الناس متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جداً.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

4.3 المحور الرابع: جودة الخدمات المقدمة.

الجدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الزبائن محور جودة

الخدمات المقدمة.

العبارة الأولى: أجد ان أسعار الخدمات والرسوم عند التعامل مع النوافذ الإسلامية أفضل مما عليه في البنوك التقليدية.		
المؤشر	القيمة	الملاحظة والتفسير
المتوسط الحسابي	3.73	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (3,73) فإن العملاء بشكل عام يعتقدون بأن أسعار الخدمات عند التعامل مع النوافذ الإسلامية أفضل من تلك الموجودة في البنوك التقليدية.
الانحراف المعياري	0.85	الانحراف المعياري قدر بـ (0,85) وهذا يعني وجود تفاوت متوسط إلى مرتفع في الآراء، مما يعني أن بعض العملاء لا يوافقون على هذا الرأي.
العبارة الثانية: فتحت حساب مصرفي في هذه النوافذ الإسلامية بكل سهولة.		
المتوسط الحسابي	4.15	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,15) فإن العملاء بشكل عام يتفقون على أن فتح الحساب المصرفي في هذه النوافذ كان سهلا، مما يعكس كفاءة وسلامة الإجراءات.
الانحراف المعياري	0.35	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,35) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب الناس متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدا.
العبارة الثالثة: توجد استجابة سريعة في الرد على طلبات التمويل.		
المتوسط الحسابي	4.08	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,08) فإن العملاء بشكل عام يرون أن استجابة النوافذ الإسلامية لطلبات التمويل سريعة، وهو مؤشر إيجابي على فعالية الإجراءات المتبعة.
الانحراف المعياري	0.60	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,60) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدا.
العبارة الرابعة: يوجد استقبال وتوجيه جيد من طرف الموظفين في هذه النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	4.32	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,32) فإن العملاء بشكل عام متفقين على وجود الاستقبال والتوجيه الجيد من قبل الموظفين في هذه النوافذ الإسلامية.
الانحراف المعياري	0.47	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,47) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب المستجوبين متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدا.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

5.3 المحور الخامس: رضى وولاء الزبائن.

الجدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعينة الزبائن محور رضى وولاء الزبائن.

العبارة الأولى: يمكن أن تمثل النوافذ الإسلامية بديلا عن المعاملات التقليدية.		
المؤشر	القيمة	الملاحظة والتفسير
المتوسط الحسابي	4.44	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,44) فإن العملاء بشكل عام مقتنعين بأن النوافذ الإسلامية يمكن أن تكون بديلا حقيقيا عن البنوك التقليدية.
الانحراف المعياري	0.59	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,59) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض ويشير إلى تجانس جيد أو يعني أن أغلب الناس متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا.
العبارة الثانية: مستعد للاستمرار في التعامل مع النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	4.27	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,27) فإن العملاء بشكل عام لهم رغبة قوية في الاستمرار بالتعامل مع النوافذ الإسلامية مما يعكس رضاهم وتقبلهم في هذه النوافذ.
الانحراف المعياري	0.48	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,48) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض نسبيا وهذا يعتبر مؤشر إيجابي على تجانس واضح في الآراء مع تفاوت طفيف.
العبارة الثالثة: انصح الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية.		
المتوسط الحسابي	4.19	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,19) فإن أغلبية العملاء مستعدون لتوصية الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية، مما يشير إلى مستوى ثقة ورضا مرتفع.
الانحراف المعياري	0.50	لأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,50) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض لأن الآراء متقاربة إلى حد كبير.
العبارة الرابعة: تقدم النوافذ الإسلامية خدمات تلبي كافة احتياجاتي المالية.		
المتوسط الحسابي	4.23	نظرا لأن المتوسط الحسابي قدر بـ (4,23) فإن العملاء يرون أن الخدمات التي تقدمها النوافذ الإسلامية تلبي حاجاتهم المالية بشكل جيد جدا.
الانحراف المعياري	0.42	ولأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,42) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض ويعكس تجانسا قويا في آراء المشاركين حيث لا توجد آراء معارضة.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

4. اختبار فرضيات الدراسة:

1.4 اختبار الفرضية الإحصائية الأولى:

تنص الفرضية الإحصائية الأولى على ما يلي: النواذ الإسلامية تلتزم بالمعايير الشرعية، من خلال إجابات الزبائن تبين وبشكل عام أنهم واثقين جدًا من التزام النواذ الإسلامية بالمعايير الشرعية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.06)، والانحراف المعياري قدر ب (0.67) وهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب الزبائن متفقين على الإجابة مما يعطي مؤشر إيجابي جدًا، ثقة قوية من الزبائن وتجانس واضح في آرائهم.

تبعاً لما ذكر سابقاً فقد تم قبول الفرضية الإحصائية الأولى.

2.4 اختبار الفرضية الإحصائية الثانية:

تنص الفرضية الإحصائية الثانية على ما يلي: النواذ الإسلامية تقدم تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية ذات جودة عالية، من وجهة نظر الزبائن فإن هناك اتفاق عام على أن التمويل من خلال المربحة هو المنتج الأساسي في النواذ الإسلامية، ولأن الانحراف المعياري قدر ب (0.52) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب الزبائن متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جدًا، ثقة قوية من الزبائن وتجانس واضح في آرائهم، أما عن الخدمات المصرفية الأخرى المقدمة مثل البطاقات

الإسلامية فإن الزبائن بشكل عام يوافقون على أنهم يمتلكون بطاقات مصرفية إسلامية ممنوحة من قبل النوافذ الإسلامية، مما يعكس انتشار هذه الخدمة المصرفية، ولأن الانحراف المعياري قدر بـ (0,67) فهذا يعني أن التباين في الآراء يعتبر متوسط إلى مرتفع قليلاً ويظهر وجود تباين متوسط في الآراء وهذا يعني أن هناك نسبة قليلة من الزبائن إما محايدون أو لا يوافقون، ونفس الشيء بالنسبة لفتح حساب مصرفي لأن الزبائن بشكل عام يتفقون على أن فتح الحساب المصرفي في هذه النوافذ الإسلامية كان سهلاً، مما يعكس كفاءة وسلاسة الإجراءات، ويرون أن استجابة النوافذ الإسلامية لطلبات التمويل سريعة، وهو مؤشر إيجابي على فعالية الإجراءات، ولأن الانحراف المعياري لهذه العبارة قدر بـ (0,60) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أن أغلب الناس متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جداً، ثقة قوية من الزبائن وتجانس واضح في آرائهم مع بعض الاختلافات الطفيفة، كما كان الزبائن متفقين على وجود استقبال وتوجيه جيد من قبل الموظفين في هذه النوافذ الإسلامية، ولأن الانحراف المعياري هنا قدر بـ (0,47) فهذا يعني أن التباين في الآراء منخفض أو يعني أغلب الزبائن متفقين على الإجابة وهذا يعطي مؤشر إيجابي جداً، أما عن الخدمات الرقمية فإن الزبائن بشكل عام يتفقون على تلقيهم خدمات مصرفية رقمية من النوافذ الإسلامية،

ولأن الانحراف المعياري هنا قدر ب(0,86) فهذا يعني أن التباين في الآراء يعتبر متوسط إلى مرتفع قليلاً، مما يعكس وجود تفاوت ملحوظ بين الزبائن لأن بعضهم لم يتلق مثل هذه الخدمات.

تبعاً لما ذكر سابقاً فقد تم قبول الفرضية الإحصائية الثانية بتحفظ، لأن الخدمات المقدمة بالفعل ذات جودة ولكنها ليست متنوعة في ظل غياب صيغ المشاركة وعدم تقديم بعض النوافذ للبطاقات المصرفية لزبائنهم.

3.4 اختبار الفرضية الإحصائية الثالثة:

الفرضية الإحصائية الثالثة تنص على ما يلي: تسهر النوافذ الإسلامية على الترويج لعملها ولخدماتها المقدمة، بشكل عام كان الزبائن متقنين على وجود حملات توعوية وتسويقية تقوم بها النوافذ الإسلامية لتعريف الزبائن بمنتجاتها.

ورغم ما ذكر سابقاً إلا أننا نرفض الفرضية الإحصائية الثالثة وذلك لوجود تناقض كبير، فجميع الزبائن المستجوبين يعتقدون أن النوافذ الإسلامية تسهر على الترويج لعملها ولخدماتها المقدمة في حين أن أغلبهم تعرف على هذه النوافذ صدفة عند دخولهم للبنوك العمومية، وهذا ما سنبيّنه بالتفصيل عند اختبار الفرضية الرابعة.

4.4 اختبار الفرضية الإحصائية الرابعة:

الفرضية الإحصائية الرابعة تنص على ما يلي: زبائن النوافذ الإسلامية واعين بمختلف المنتجات والخدمات المقدمة وراضين عن خدماتها، وقد تبين أن حوالي 64% من زبائن البنوك العمومية يعرفون بوجود النوافذ الإسلامية، وهي نسبة جيدة نسبياً لكن تحتاج تعزيزاً، وبلغ الانحراف المعياري 0.48 أي يوجد تفاوت متوسط ويعني أن هناك شريحة ليست صغيرة لا تعرف بوجود هذه النوافذ وهذا يعتبر ضعف في الترويج ولابد من تحسين التوعية، وحوالي 49 % من الزبائن عرفوا بفتح النوافذ الإسلامية عند زيارتهم للبنك، وبعضهم من خلال الأصدقاء أو وسائل الاعلام، بينما الوسائل الأخرى أقل استخداماً بشكل واضح، كما أن حوالي 21 % فقط من زبائن البنوك العمومية سبق لهم التعامل مع النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية والغالبية العظمى لم تتعامل مع هذه النوافذ، من جهة أخرى حوالي 90 % من الزبائن اختاروا التعامل مع النوافذ الإسلامية لدواعٍ شرعية، مع قلة قليلة اختاروها لأسباب تجارية أو لأسباب أخرى، وفي جزئية أخرى فإن الزبائن بشكل عام مقتنعين بأن النوافذ الإسلامية يمكن أن تكون بديلاً حقيقياً عن البنوك التقليدية، وجل الزبائن مستعدون لتوصية الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية، مما يشير إلى مستوى ثقة ورضا مرتفع.

تبعاً لما ذكر سابقاً فقد تم قبول الفرضية الإحصائية الرابعة جزئياً.

5. الخاتمة:

إن تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية تشهد تطوراً ملحوظاً من حيث التكوين المستمر للموظفين ومن حيث تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية ومتوافقة مع الشريعة الإسلامية، مع السعي لتلبية احتياجات فئة واسعة من الزبائن، غير أن هذا التطور لا يخلو من نقائص أبرزها ضعف التنسيق والتكامل بين النوافذ الإسلامية وقصور الترويج والتسويق لخدماتها مع غياب صيغ المشاركة، كل ذلك أحدث خلا في هذ التجربة وأثر على مستوى انتشار هذه النوافذ ودورها في دعم الاقتصاد الوطني.

وعليه فإن تعزيز العمل التشاركي بين هذه النوافذ وتكثيف جهود التوعية والتسويق واعتماد صيغ التمويل الإسلامي الأصلية كلها خطوات ضرورية لتعزيز تجربتها ومكانتها وتمكينها من أن تكون بديلاً فاعلاً للنظام المصرفي التقليدي، ويمكن أن نفصل نتائج هذه الدراسة وفق ما يلي:

6. نتائج الدراسة:

- ✓ النوافذ الاسلامية في البنوك العمومية الجزائرية بصفة عامة تلتزم بالمعايير الشرعية من وجهة نظر الزبائن؛
- ✓ النوافذ الاسلامية تقدم تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية ذات جودة عالية؛
- ✓ المراجعة هي الصيغة التي تفضلها النوافذ ويطلبها الزبائن بكثرة؛

- ✓ هناك غياب لصيغ المشاركة في النوافذ الإسلامية بالبنوك العمومية الجزائرية؛
- ✓ تقدم النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية خدمات ترضى الزبائن وتسهل مختلف معاملاتهم؛
- ✓ هناك ضعف كبير في الترويج لعمل النوافذ الإسلامية ولخدماتها المقدمة لأن نصف الزبائن عرفوا بوجودها صدفه عند دخولهم للبنوك العمومية؛
- ✓ حوالي 80 بالمئة من زبائن البنوك العمومية لم يسبق لهم التعامل مع النوافذ الإسلامية وهذا أمر سلبي؛
- ✓ إن الدافع الديني هو المحرك الأساسي لتعامل الجزائريين مع النوافذ الإسلامية؛
- ✓ إن النوافذ الإسلامية يمكن أن تكون بديلا حقيقيا عن البنكية التقليدية، وجل الزبائن مستعدون لتوصية الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية.

7. الملاحق:

✓ نص الاستبيان الموجه للعملاء:

✓

✓ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

✓ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

✓ جامعة عبد الحميد محري - قسنطينة 2



كلية العلوم الإقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

✓ في إطار قيامنا بدراسة تحت عنوان: تجربة النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية من وجهة نظر العملاء والموظفين، نطلب منكم المساهمة معنا في إتمام هذا العمل ولذلك نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم تقديم إجابات صادقة على الأسئلة التالية، علما أن هذه المعلومات ستُحفظ بسرية تامة وهي لغرض البحث العلمي فقط، وشكرا مسبقا.
✓ ضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

✓ المحور الأول: البيانات الشخصية.

✓ 1-الجنس

ذكر ☐

أنثى ☐

✓ 2-السن:

من 35 الى 44 ☐

من 55 فأكثر ☐

من 18 إلى 34 ☐

من 45 الى 54 ☐

✓ 3-المؤهل العلمي:

☐ متوسط أو أقل ☐ ثانوي ☐ جامعي

✓ 4-المهنة:

☐ موظف ☐ تاجر ☐ حرفي ☐ طالب ☐ أعمال حرة

✓ المحور الثاني: الوعي لدى العملاء .

✓ 1-هل تعرف أن البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ تقدم خدمات مصرفية إسلامية؟

☐ نعم ☐ لا

✓ 2-من خلال ماذا عرفت أن البنوك العمومية الجزائرية فتحت نوافذ تقدم خدمات مصرفية إسلامية؟

☐ وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز ☐ وسائل التواصل الاجتماعي ☐ عند زيارة البنك
☐ من خلال الأصدقاء ☐ من خلال الموقع الإلكتروني للبنك ☐ صدر آخر للمعلومة....

✓ 3-هل سبق لك وأنت تعاملت مع النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية؟

☐ نعم ☐ لا

✓ 4-ما هو سبب تعاملك مع هذه النوافذ؟

✓ أسباب شرعية أسباب تجارية ربحية سبب آخر .

✓ المحور الثالث: التزام النوافذ الإسلامية بقواعد الشريعة الإسلامية.

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1- أثنى في التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.					
2- يوجد فرق كبير بين طريقة عمل النوافذ الإسلامية وطريقة عمل البنوك التقليدية.					
3- توجد هيئة شرعية حريصة على التزام هذه النوافذ الإسلامية بالمعايير الشرعية.					
4- تعامل مع النوافذ الإسلامية لتجنب الوقوع في الربا.					

✓ المحور الرابع: الخدمات المقدمة ومدى الترويج لها.

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1- توفر هذه النوافذ الإسلامية التمويل عن طريق المراجعة.					
2- أمتلك بطاقة مصرفية إسلامية منحتها لي هذه النوافذ الإسلامية.					
3- تلقيت خدمات مصرفية رقمية من قبل هذه النوافذ الإسلامية.					
4- توجد حملات توعوية وتسويقية للمنتجات التي تقدمها النوافذ الإسلامية.					

✓ المحور الخامس: جودة الخدمات المقدمة.

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1-أجد ان أسعار الخدمات والرسوم عند التعامل مع النوافذ الإسلامية أفضل مما عليه في البنوك التقليدية.					
2-فتحت حساب مصرفي في هذه النوافذ الإسلامية بكل سهولة					
3-توجد استجابة سريعة في الرد على طلبات التمويل.					
4-يوجد استقبال وتوجيه جيد من طرف الموظفين في هذه النوافذ الإسلامية.					

✓ المحور السادس: رضى ولاء العملاء.

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1-يمكن أن تمثل النوافذ الإسلامية بديلا عن المعاملات التقليدية.					
2-مستعد للاستمرار في التعامل مع النوافذ الإسلامية.					
3-انصح الآخرين بالتعامل مع النوافذ الإسلامية.					
4-تقدم النوافذ الإسلامية خدمات تلبي كافة احتياجاتي المالية.					