



## مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



[www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/](http://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/)

موقع المجلة:

### العوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في التوجه نحو عقد المرابحة كصيغة تمويلية

- دراسة حالة بنك السلام الجزائري -

Psychosocial factors affecting the trend towards Murabaha contract as a financing formula

Case study of Salam Bank Algeria

عمارة لخضر، <sup>1\*</sup> Omara Lakhdar، k.omara@univ-djelfa.dz

مصطفى يونسى، <sup>2</sup> Mustapha Younsi، m.younsi@univ-djelfa.dz

<sup>1</sup> طالب دكتوراه، مخبر سياسات التنمية الريفية في المناطق السهبية، جامعة الجلفة (الجزائر)

<sup>2</sup> أستاذ محاضر (أ)، مخبر MQEMADD، جامعة الجلفة (الجزائر)

تاريخ الإرسال: 2021/03/01	تاريخ القبول: 2021/12/26	تاريخ النشر: 2021/12/31
ملخص	الكلمات المفتاحية	
<p>تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير العوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو عقد المرابحة كصيغة تمويلية في البنوك الإسلامية، ولتحقيق هدف الدراسة تم توزيع استمارة استبيان أعدت لهذا الغرض على عينة عددها 40 متعاملا لمصرف السلام الجزائري ولمعالجة فرضيات الدراسة تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر للعوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو عقد المرابحة وفي نهاية الدراسة تم تقديم مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة مراعاة البنك محل الدراسة لمختلف العوامل النفسية والاجتماعية لدى المستهلك وتنميتها وإبراز دور المرابحة كألية فعالة لتحقيق إشباع حاجات المستهلك تتماشى مع الضوابط الشرعية.</p>		

تصنيف JEL: E44 ؛ M31.

Abstract	Keywords
<p>Murabaha contract as a financing formula in Islamic banks. To achieve the purpose of this study, a questionnaire prepared for this purpose was distributed to a sample of 40 customers from Salam Bank Algeria. To address the hypotheses of the study, a statistical analysis program (SPSS) was used.</p> <p>The study concluded that there is an impact of psychosocial factors on the Murabaha contract. At the end of the study, a number of recommendations were made, the most important of which is the need to take into account the Bank's study of various psychosocial factors. Highlight the role of Murabaha as an effective mechanism to meet consumer needs in accordance with the provisions of Islamic Sharia.</p>	<p>Psychological factors</p> <p>Social factors</p> <p>Murabaha contract</p>

JEL Classification Codes : E44 ; M31 .

\* البريد الإلكتروني للباحث المرسل: k.omara@univ-djelfa.dz

**1. مقدمة:**

تتطلب مقاصد الصيرفة الإسلامية السعي لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ومن أبرز آلياتها التمويل الإسلامي، إذ نجد صيغة المربحة الأكثر تطبيقاً في الصناعة المصرفية الإسلامية، والتي بدأ استخدامها مع بداية نشأة البنوك الإسلامية نظراً لما تحققه من تسهيلات للأفراد تلبية لمختلف حاجاتهم في اقتناء سلع لا يمكنهم دفع ثمنها كاملاً . وتعد الحاجات و الرغبات أهم ما يسعى الفرد إلى إشباعها ، لما تحقق له من استقرار على مستوى شخصيته، والتكيف مع مختلف المواقف التي يواجهها في حياته اليومية، في ظل التأثيرات الدائمة التي تتواجد في بيئته، ومختلف العوامل المؤثرة في سلوكه الشرائي، ولعل أبرزها العوامل النفسية والاجتماعية .

**الإشكالية:** من خلال ماسبق نتبلور الإشكالية التالية :

**إلى أي مدى يمكن أن تؤثر العوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو المربحة كصيغة تمويلية ؟**

وتفرع على الإشكالية الرئيسية التساؤلات التالية :

- ما تأثير العوامل النفسية في التوجه نحو صيغة المربحة كصيغة تمويلية إسلامية ؟
- ما تأثير العوامل الاجتماعية في التوجه نحو صيغة المربحة كصيغة تمويلية إسلامية؟

**الفرضيات :**

من أجل معالجة مشكلة الدراسة، وتحقيق أهدافها تم تطوير الفرضيات الصفرية ، والتي تشمل على متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وتمت صياغتها بالطريقة الصفرية لاختبار العلاقات الارتباطية والأثر بين تلك المتغيرات وتحليل القدرة التفسيرية للمتغيرات المستقلة استجابة لأهداف الدراسة ومنهجيتها الوصفية والتحليلية لمعالجة مشكلة الدراسة.

**الفرضية الرئيسية :**

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو المربحة كصيغة تمويلية ، عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$ .

**الفرضيات الفرعية:**

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل النفسية في التوجه نحو المربحة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل الاجتماعية في التوجه نحو المربحة عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  .

**أهمية البحث:**

تكتسب الدراسة أهميتها من الأهمية المتزايدة لتأثير العوامل النفسية والاجتماعية على سلوك المستهلك، بحيث يدعم هذا الموضوع توجه البنوك نحو بذل المزيد من الجهود من أجل إشباع حاجات ورغبات المستهلكين . كما تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في الاستفادة من النتائج المتحصل عليها والمتمثلة في الاقتراحات والتوصيات والنصائح الموجهة للبنوك الإسلامية، وذلك قصد توجيههم لمعرفة كيفية الاستفادة من العوامل النفسية والاجتماعية كعنصر مهم في التوجه لصيغ التمويل الإسلامي وخاصة المربحة .

**أهداف البحث:**

- معرفة أهم العوامل النفسية و الاجتماعية التي تؤثر على الأفراد في توجيههم لصيغة المربحة كأحد صيغ التمويل في البنوك الإسلامية، من خلال الإطار النظري للدراسة؛
- تسليط الضوء على صيغة المربحة وتحديد أنواعها ومعرفة خطواتها؛

- محاولة إبراز الدور الذي تلعبه بعض العوامل كالحاجة، المعتقدات، الأسرة في الإسهام في التحول نحو الصيرفة الإسلامية، من خلال الجزء التطبيقي.

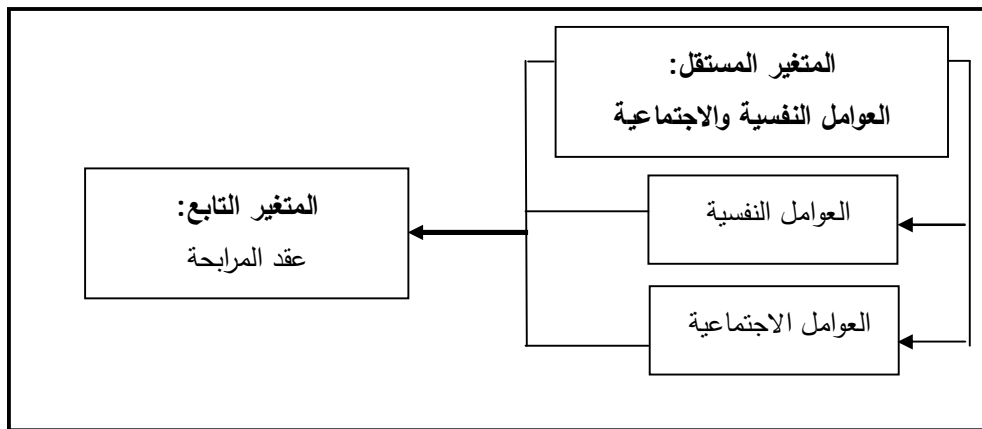
#### هيكل البحث :

للإجابة على الإشكالية قسمت الدراسة إلى محورين، يتضمن المحور الأول الجانب النظري والمتمثل في مفاهيم حول كل من العوامل النفسية والاجتماعية وكذا عقد المرابحة والمحور الثاني يتعلق بالدراسة الميدانية والمتمثلة في دراسة حالة مصرف السلام الجزائر .

#### أنموذج الدراسة:

إن تصميم أنموذج الدراسة جاء بناء على المراجعة المكثفة للأدبيات النظرية المتصلة بموضوع الدراسة وهذا ما تم توثيقه في الجانب النظري من هذه الدراسة، فقد تم تقديم تعريف وشرح وفقا للمتغيرات المستقلة والتابعة.

#### شكل رقم(01): أنموذج الدراسة



المصدر : من إعداد الباحثان

#### II. الإطار النظري والدراسات السابقة:

##### 1 - العوامل النفسية والاجتماعية

و هي مجموعة المتغيرات الداخلية والخارجية التي تساهم في تشكيل رأي المستهلك ورسم أفكاره لإشباع حاجاته ورغباته، والتي تنعكس على سلوكه الشرائي.

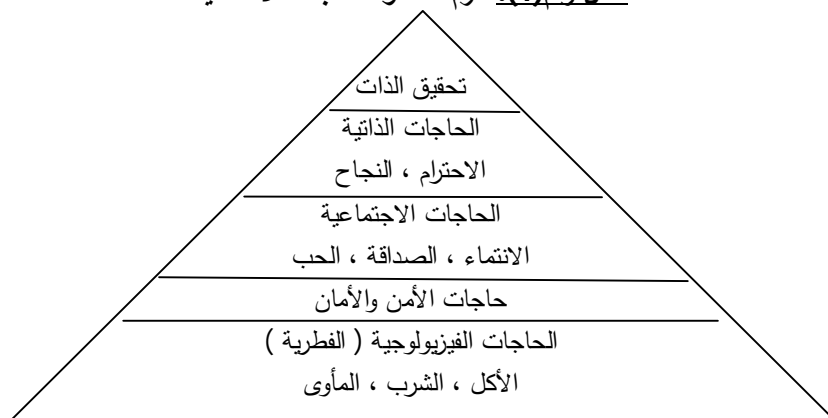
##### أ - العوامل النفسية:

- **الحاجة:** "هي عبارة عن الشعور بالنقص أو العوز لشيء معين، وهذا النقص والعوز يدفع الفرد لأن يسلك مسلكا يحاول من خلاله سد هذا النقص أو إشباع الحاجة" (عبيدات، 2004)

من هذا التعريف يتضح أن الحاجة تتولد نتيجة الحرمان الذي يؤدي إلى عدم الاستقرار لدى الأفراد والسعي لإشباعها.

ولا يوجد هناك اتفاق موحد حول تقسيم الحاجات الإنسانية ، ولعل أهم النظريات التي وردت حول مفهوم الحاجات تلك التي قام بها الباحث Maslow والتي عرفت بنظرية ماسلو للحاجات حيث يرى أن هناك خمس مستويات من الحاجات البشرية التي تأخذ ترتيبها شكلا هرميا كما هو موضح في الشكل الموالي :

## شكل رقم(1): هرم ماسلو للحاجات الأساسية



Source: ( Claude, 2005)

- **الدوافع:** يعرف الدافع على أنه القوة المحركة الكامنة في الأفراد و التي تدفعهم للسلوك باتجاه معين . وتتولد هذه القوة الدافعة نتيجة تلاقي أو انسجام المنبهات التي يتعرض لها الأفراد مع الحاجات الكامنة لديهم و التي تؤدي بهم إلى حالات من التوتر تدفعهم إلى محاولة إتباع كل الأنشطة الممكنة لتقليل هذا التوتر (عبيدات، 2004)

- **الإدراك:** يقصد به : "المعلومات التي يتلقاها الفرد من المصادر المختلفة إلى نسقه الفكري ، ويقوم بالانتقاء منها وتفسيرها واستيعابها وفهمها بطريقته الخاصة ، متأثراً بما لديه من خبرات ومعلومات وانطباعات وتصورات" (عنابي ، 2003).

فبحكم تجارب المستهلك السابقة ،وكذا تعرضه إلى العديد من المنبهات كالإعلانات، تتكون له انطباعات حول ماهو معروض وبالتالي تؤثر على سلوكه الشرائي ،وعادة ما يكون الإدراك بواسطة الحواس الخمس .

- **التعلم:** هو أي تغيير دائم في المعرفة أو السلوك يحدث نتيجة للتدريب أو الخبرة أو الدراسة (كاسر، 2006) "التغيير الدائم في السلوك الذي ينتج عن الخبرة المكتسبة من التجارب السابقة والتي يتم تدعيمها بصورة أو بأخرى" (Baux , 1987)

وعلى الرغم من أن الأنشطة متماثلة في المصارف إلا أن المصرف الواحد قد ينفرد بتعاملات وحالات معينة يفترض فهمها وتعلمها من قبل الزبون حتى تستكمل العمليات والتعاملات على نحو ملائم (زقاي، 2010)

فالتعلم هو مختلف المعارف التي يمتلكها المستهلك نتيجة لتراكم الخبرات لديه .

- **المواقف والمعتقدات:** من خلال عملية التأثير والتأثر بالمحيط، ومن خلال الإدراك والتعلم، تتكون المعتقدات والمواقف التي تؤثر على سلوك الأفراد و منه على سلوكه الشرائي.

فالمواقف تعرف في سلوك المستهلك على أنها: "تلك الميول الناتجة عن التعلم أو الخبرات السابقة التي تجعل الفرد المستهلك يتصرف بطريقة ايجابية أو سلبية ثابتة نسبياً نحو هذا الشيء أو ذاك " (عبيدات، 2004) ، ويعرف الاعتقاد على أنه: توصيف لفكرة يحملها فرد عن شيء ما " (البكري، 2006)

و يبنى الاعتقاد إما على أساس معرفة حقيقية بالمنتج ( خبرة سابقة) أو على أساس البيئة المحيطة كالأُسرة والأصدقاء، أو نتيجة لما يتلقاه من معلومات من خلال الرسائل الترويجية التي تقوم بتدعيم وتعزيز المعتقدات

(الصميدعي و عثمان، 2001) أي أن للمعتقدات دور أساسي في تكوين ميول و مواقف الأفراد اتجاه موضوع معين.

#### ب- العوامل الاجتماعية:

- الأسرة: و تعرف على أنها : "وحدة اجتماعية تتكون من شخصين أو أكثر يكون بين أفرادها علاقة شرعية كالزواج ، مع إمكانية تبني هذه الأسرة لأفراد آخرين كأبناء أو بنات يسكنون في بيت واحد" (عبيدات، 2004) فهي منظمة استهلاكية شرائية في المجتمع تقدم للفرد مجموعة من القيم والإرشادات والنصائح سواء كانت اجتماعية، اقتصادية أو ثقافية تحدد فيما بعد مواقفهم نحو كل ما يهمهم، والتي صارت عرفاً سائداً لدى أفرادها . و يحدد دور الأفراد في الأسرة لاتخاذ قرار الشراء و هذا بحسب اختلاف نوع القرار المتخذ و درجة تعقيده، و كذلك بحسب الخلفية العرقية لأفراد الأسرة .

- الجماعات المرجعية: يتأثر الفرد أثناء حياته اليومية بعدة جماعات أولية وأخرى ثانوية وتسمى بالجماعات المرجعية.

و يقصد بالجماعات المرجعية : "مجموعة من الناس يكون لها تأثير على سلوك وتصرفات الآخرين وقيمهم" (المؤذن، 1997)، ويمكن تصنيفها إلى:

\* جماعات أولية: وهي التي توفر لأفرادها صفة الاتصال المباشر كالعائلة، الأصدقاء، الجيران وزملاء العمل، ولأفرادها تأثير مباشر على القرارات الشرائية والاستهلاكية للفرد.

\* جماعات ثانوية: وتعمل هذه الجماعات على التأثير في الفرد بدون التفاعل والاحتكاك معه وجها لوجه، مثل جمعيات حماية المستهلك والأحزاب السياسية.

ويلقب الأفراد الذين لديهم قدرة عالية في التأثير على قرارات أفراد آخرين بقيادة الرأي كبعض الفنانين والمشاهير ورجال الدين والسياسة.

- الأدوار والمكانة : يشترك الفرد وخلال فترة حياته بالعديد من الجماعات ،فقد يكون عضواً في أسرة ، أو في أندية ومنظمات ، وبالتالي فإن موقع هذا الفرد يتحدد بالدور والمكانة التي يمثلها في هذه المجموعات .

والدور يتضمن الأنشطة التي يتوقع أعضاء المجموعة من الفرد أن يقوم بها ، وكل دور يقوم به الفرد يحمل في طياته مكانة معينة تعكس مدى الاحترام والتقدير الذي يحظى به من قبل الآخرين نظير قيامه بأعمال تصب في صالح المجموعة (البكري، 2006)

فهاته الأدوار تؤثر في سلوكه الشرائي ،كل دور يحمل مكانة تعكس احتراماً عاماً يعطى للفرد وفقاً لدوره في المجتمع ، فالأفراد يتكبرون عادةً المنتجات التي تظهر مكانتهم في المجتمع .

#### 2- عقد المربحة

##### أ- مفهوم المربحة :

المربحة هي عملية بيع السلعة بمثل ثمنها الأول الذي اشتراها به البائع (المصرف) مع زيادة ربح معلوم متفق عليه (الشاعر ، 2011)

وتعرف المربحة أيضاً بأنها: عقد يقوم المصرف بموجبه ببيع سلعة أو أصل سبق له شراؤها وحيازتها بناءً على وعد المتعامل بشرائها بشروط وبنود معينة ، وذلك مقابل ثمن يتكون من التكلفة وهامش ربح متفق عليه (الشافعي، 2015)

ب- شروط المربحة : تتمثل شروط المربحة فيما يلي (صوان ، 2008) :

- أن يكون الثمن الأصلي معلوماً لطرفي العقد.

- أن يكون الربح معلوماً مقدارا أو نسبة من الثمن الأول.
- أن يكون رأس المال من ذوات الأمثال ( أي تقبل المكيال والوزن والعدد ).
- ألا يكون الثمن في العقد الأول مقابلا بجنسه من أموال الربا، أي لا يصح بيع النقود مربحة ، ولا يجوز بيعا السلعة بمثلها أي تمرا بتمر، أو ذهباً بذهب ، أو قمحا بقمح.
- أن يكون العقد الأول صحيحا.
- أن تكون السلعة موجودة عند البائع حين إبرام العقد، أي أن يكون حائزا عليها وقادرا على تسليمها للمشتري.

#### ت - أنواع المربحة :

تقوم صيغة المربحة على أساس رأس المال، بمعنى أن المشتري فيها يأتين البائع في إعلامه برأس مال المبيع ؛ وهو أحد أهم شروط عقد المربحة، سواء أبرم بين طرفين ويسمى عقد مربحة بسيطة أو بين ثلاثة أطراف فيصبح عقد مربحة مركبة بحيث أن ( الهيتي، 1998):

- **المربحة البسيطة** عقد يتم مباشرة بين المستهلك والمصرف الذي يكون مالكا للسلعة محل العقد، بحيث تشتري بناءً على دراسته لأحوال السوق.

- **المربحة المركبة ( المربحة للأمر بالشراء )** : عقد يلتزم من خلاله المستهلك بشراء السلعة من المصرف الذي يقوم بشرائها نقداً من طرف ثالث بناءً على طلب المستهلك وبالمواصفات المتفق عليها . وهي تطوير للمربحة البسيطة لتتلاءم مع العمل المصرفي الإسلامي . وهذا النوع هو المنتشر لدى البنوك الإسلامية.

ويقصد بها أن يقوم البنك الإسلامي بناء على طلب ورغبة المستهلك بشراء سلعة أو بضاعة معينة من طرف ثالث في العملية ( التاجر أو الوكالات التجارية)، ثم بعدها يقوم البنك بإعادة بيعها للذي طلب هذه السلعة بتكلفة الشراء مضافا إليها هامش ربح البنك، ويتم التسديد على دفعات مؤجلة بعد الالتزام المطلق بدفع قيمة السلعة في تاريخ أو تواريخ استحقاقاتها ، كما يمكن للبنك أن يطلب ضمانا شخصيا أو عقاريا نظير سداد قيمة البضاعة ( الشمري، 2008)

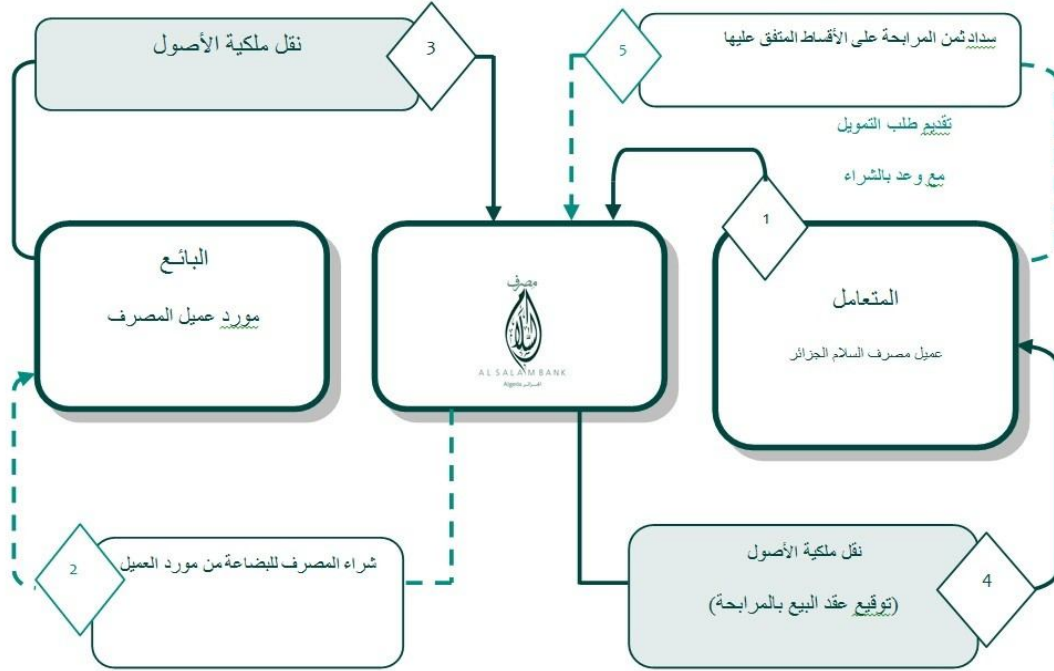
وهي بيع ثلاثي الأطراف، أي أنه يوجد ثلاثة متعاقدين ( الأمر بالشراء ، البنك الإسلامي، البائع ).

#### ث - خطوات بيع المربحة للأمر بالشراء

تتمثل خطوات بيع المربحة للأمر بالشراء في النقاط التالية :

- يحدد المشتري السلعة التي يريدتها بالمواصفات مع اتفاق مسبق على الثمن والربح.
- يلتزم المشتري بشراء السلعة من المصرف بعد تملكها من طرف هذا الأخير .
- يدرس المصرف الطلب، ويحدد الإجراءات والضمانات وغيرها .
- يقوم المصرف بشراء السلعة من البائع نقدا .
- يوقع المشتري عقد بيع المربحة على شراء السلعة ودفع ثمنها بحسب الاتفاق نقدا أو لأجل ، ويستلم السلعة.

شكل رقم (02) : خطوات بيع المرابحة للأمر بالشراء



المصدر : موقع مصرف السلام الجزائر، 2020/08/20، <https://www.alsalamalgeria.com>

- الدراسات السابقة :

- دراسة (لونيس علي، 2007)، بعنوان العوامل الاجتماعية و الثقافية و علاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري، تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة الموجودة بين العوامل الاجتماعية و الثقافية و تغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع و الخدمات، استخدم فيها الباحث المقابلة الموجهة و الاستبيان على عينة تتكون من 270 فرد، تم الاعتماد على الأسلوب الإحصائي و النسب المئوية لمعالجة البيانات، و تم التوصل إلى وجود علاقة بين العوامل الاجتماعية و الثقافية و تغير اتجاه المستهلك الجزائري بالنسبة للسلع و الخدمات .

- دراسة (حبيب بن باير، عبد القادر عبد الرحمان، 2010)، بعنوان تطبيقات صيغ التمويل الإسلامي القائمة على مبدأ الدين التجاري بالإشارة إلى بعض البنوك الإسلامية، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز كيفية تطبيق صيغ التمويل المصرفي الإسلامي التي تركز على مبدأ الدين التجاري، والتي تتمثل في المرابحة، السلم، الإجارة والاستصناع، وقد اعتمدت الدراسة على أرقام مجموعة من البنوك الإسلامية كقيمة التمويل ومدى تطوره، وخلصت الدراسة إلى أن أكبر صيغة معتمدة هي المرابحة بنسبة قد تصل إلى 90%.

- دراسة (بهاز لويزة، أولاد حيمودة جمعة، 2012)، بعنوان اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو التعامل مع البنوك الإسلامية دراسة ميدانية على عينة من أساتذة المركز الجامعي غرداية، هدفت الدراسة إلى التعرف عن حقيقة ما يكتفه الأستاذ الجامعي اتجاه موضوع البنوك، وهو الأمر الذي من شأنه تحليل أسباب معارضة أو موافقة الأفراد للبنوك الإسلامية كموضوع مستقبلي، وقد تم توزيع استبيان على عينة قصدية مكونة من 31 أستاذ وتحليلها باستخدام النسب المئوية والتكرارات، وقد توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات عينة الدراسة ايجابية نحو التعامل مع البنوك الإسلامية، في حين تختلف اتجاهات عينة الدراسة نحو التعامل مع البنوك الإسلامية باختلاف الجنس وباختلاف التخصص.

- دراسة ( بن حملة سامي، 2013 ) ، بعنوان صيغ التمويل المصرفي لدى البنوك الإسلامية - عقد المراجعة أنموذجاً ، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية المراجعة كأهم صيغة للتمويل المصرفي التي تضعها البنوك الإسلامية لدى زبائنها ، وتوصلت الدراسة إلى نجاعة وفعالية المراجعة لما تحققه من منافع ومصالح لكل من البنك والمستفيد فضلا عن المجتمع ككل باعتبارها بديل حقيقي عن باقي الصيغ التي تضعها البنوك التجارية رغم ما يكتنفها من الغموض والشبهة. تموقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يتضح من الدراسات السابقة ما يلي:

- وجود عوامل عدة تؤثر في سلوك المستهلك.
  - الاهتمام بالمراجعة كأحد صيغ التمويل الإسلامي.
  - وتميزت هذه الدراسة بـ :
  - اعتبار الدراسات السابقة كمدخلات و نقطة انطلاق لصياغة نموذج الدراسة.
  - دراسة بعض العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي والتي لم تحظى بالاهتمام الكافي في الدراسات السابقة.
  - التركيز على المراجعة باعتبارها أكثر الصيغ تحقيقاً لإشباع حاجيات المستهلك.
  - استخدام الإستبانة كأداة لجمع البيانات والتحليل الإحصائي بواسطة البرنامج SPSS.
- أ- الطريقة والإجراءات
- 1-مجتمع وعينة الدراسة:
- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من مجموع متعاملي بنك السلام الجزائر .
  - عينة الدراسة: تم أخذ عينة الدراسة مكونة من متعاملي هاته الوكالة ، حيث تم اختيار العينة من خلال طريقة المعاينة غير عشوائية والسهلة المنال (عينة ميسرة) مكونة من 40 متعامل (زبون).

الجدول رقم 03: الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	77.5%
	أنثى	22.5%
لمستوى التعليمي	ثانوي فأقل	15%
	جامعي	85%
السن	أقل من 30 سنة	10%
	30-50 سنة	82.5%
	أكثر من 50 سنة	7.5%
سنوات التعامل مع البنك	أقل من سنتين	80%
	أكثر من سنتين	20%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة وفق خصائصها الديمغرافية أن معظم أفراد العينة من حاملي الشهادات الجامعية حيث بلغت نسبتهم 85% وهو يساعد في فهم عبارات الإستبانة وبالتالي إعطاء مصداقية لنتائج



الدراسة الميدانية لاسيما أنها تتعلق بمعاملات البنوك التجارية التي تشمل فئة محدودة حيث أن أغلب الجمهور يتعامل مع بريد الجزائر أو البنوك الربوية الأخرى نظرا لقلّة عدد البنوك الإسلامية في الجزائر ومحدودية دورها الاقتصادي الجزائري، كما نلاحظ أيضا من قراء الجدول أن أغلب أفراد العينة من فئة الشباب حيث بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (31-50 سنة) 82.5% ، أما الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة فبلغت نسبتهم 10% ، كما نلاحظ أن معظم أفراد العينة حديثي تعامل مع البنك حيث بلغت نسبتهم 80% ، أما النسبة المتبقية 20% فتمثل المتعاملين منذ أكثر من سنتين.

### 3- طريقة جمع البيانات :

اعتمد الباحثان لجمع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية عن طريق تصميم وتطوير استبانة خاصة بالبحث وبمتغيراته بناءً على الأبحاث والدراسات السابقة . ومن أجل تحليل الاستبيان تم وضع مقاييس الإجابات لقياس آراء أفراد العينة المدروسة عن طريق الاستبيان من خلال مقياس ليكارت الخماسي.

### 4- أدوات التحليل :

تم تفرغ الاستمارات وترميز البيانات وإدخالها للحاسوب باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Sciences-SPSS).

### 1- التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات:

#### أ- صدق أداة الدراسة

- **الإتساق الداخلي:** ويقصد به مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع بعدها الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وذلك باستخدام معامل الارتباط بين العبارات وبعدها التي تنتمي إليه.

#### - الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول (العوامل النفسية)

#### جدول رقم (01): الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول (العوامل النفسية)

رقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تعتمد قرراتي في التعامل مع البنوك بشكل رئيسي على معتقداتي الدينية.	0.496	0.002
02	الحاجة هي التي دفعتني للتعامل مع بنك دون آخر.	0.504	0.001
03	لدي إدراك ومعرفة بمختلف البنوك الجزائرية ونوعية الخدمات التي تقدمها	0.476	0.002
04	تجربتي السابقة هي التي دفعتني للتعامل مع بنك البركة دون البنوك الأخرى.	0.445	0.004
05	موقفي المساند للبنوك الإسلامية هو ما دفعتني للتعامل معها.	0.494	0.001

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول الذي يبين معاملات الارتباط Spearman بين كل العبارات والبعده التي تنتمي إليه، والذي يبين أن هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، حيث أن مستوى الدلالة لكل العبارات كانت أقل من 0.05 ، وبذلك تعتبر عبارات البعد الأول المتعلقة بالعوامل النفسية صادقة لما وضعت لقياسه.

## - الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني (العوامل الاجتماعية)

## جدول رقم (02): الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني (العوامل الاجتماعية)

رقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
06	لأسرتي دور كبير في اختيار البنك الذي أتعامل معه.	0.781	0.000
07	أستعين بخبرة الأصدقاء في معرفة مميزات كل بنك عن آخر	0.703	0.000
08	أثأثر برأي أحد المشاهير أو المعروفين عند اختيار البنك الذي أتعامل معه.	0.603	0.000
09	الخوف على سمعتي بين الناس هو الذي دفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية	0.429	0.006
10	تلعب العادات الاجتماعية دورا هاما في اتجاهاتي الدينية واختيار التعامل مع البنوك الإسلامية.	0.382	0.015

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول الذي يبين معاملات الارتباط Spearman بين كل العبارات والبعد التي تنتمي إليه، والذي يبين أن هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، حيث أن مستوى الدلالة لكل العبارات كانت أقل من 0.05، وبذلك تعتبر عبارات البعد الثاني المتعلقة بالعوامل الاجتماعية صادقة لما وضعت لقياسه.

## - الصدق الداخلي لعبارات المتغير الثاني (المرابحة)

يوضح الجدول (03) الصدق الداخلي لعبارات المتغير الثاني (المرابحة)

## جدول رقم (03): الصدق الداخلي لعبارات المتغير الثاني (المرابحة)

رقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
11	صيغة المرابحة هي البيع بثمن الشراء مع زيادة ربح معلوم .	0.497	0.000
12	قيمة المنتج موضوع العقد محددة وواضحة .	0.470	0.000
13	تتم طريقة التسديد عن طريق أقساط محددة وثابتة.	0.602	0.000
14	يتميز عقد المرابحة بخلوه من فوائد وعمولات التأخر بالسداد.	0.742	0.000
15	يطلب البنك شروط و ضمانات في صيغة المرابحة .	0.664	0.000

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول الذي يبين معاملات الارتباط Spearman بين كل العبارات والبعد التي تنتمي إليه، والذي يبين أن هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، حيث أن مستوى الدلالة لكل العبارات كانت أقل من 0.05، وبذلك تعتبر عبارات المتغير الثاني المتعلقة بالمراوحة صادقة لما وضعت لقياسه.

- **الصدق البنائي:** يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الإستبانة، والجدول الموالي يوضح نتائج هذا الصدق التالي:

**جدول رقم (04): صدق الأداة**

الأبعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
العوامل النفسية	0.425	0.006
العوامل الاجتماعية	0.831	0.000
عقد المراوحة	<b>0.725</b>	<b>0.000</b>

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول الذي يبين معاملات الارتباط Pearson بين كل بعد من أبعاد الاستبيان والمعدل الكلي للاستبيان، والذي يبين أن هناك ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، حيث أن مستوى الدلالة لكل الأبعاد كانت أقل من 0.05، وبذلك تعتبر عبارات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

ب- ثبات أداة الدراسة

كانت النتائج وفق معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) كالتالي:

**جدول رقم (05): ثبات أداة الدراسة وفق معامل ألفا كرونباخ**

البيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
العوامل النفسية	10	0.741
العوامل الاجتماعية	05	0.683
الاستبيان ككل	15	0.693

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من خلال الجدول أن معامل " ألفا كرونباخ " الكلي (**0.693**) كانت أكبر من الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل " ألفا كرونباخ " والذي يقدر بـ 0.60، و بالتالي يمكننا القول أن أداة القياس تتمتع بثبات عالٍ فيما يخص عينة الدراسة، مما يعني إمكانية الاعتماد على الاستبيان في قياس المتغيرات المدروسة، و بالتالي إمكانية تعميم نتائج الاستبيان على كل مجتمع الدراسة.

ت - تحديد المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه أراء العينة

**جدول رقم (06): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه العينة للبعد الأول (العوامل النفسية)**

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	رقم
موافق بشدة	0.36	4.85	تعتمد قراراتي في التعامل مع البنوك بشكل رئيسي على معتقداتي الدينية.	1
موافق	0.65	4.12	الحاجة هي التي دفعتني للتعامل مع بنك دون آخر.	2
موافق	0.82	3.80	لدي إدراك ومعرفة بمختلف البنوك الجزائرية ونوعية الخدمات التي تقدمها	3
موافق	0.99	3.52	تجربتي السابقة هي التي دفعتني للتعامل مع بنك البركة دون البنوك الأخرى.	4
موافق بشدة	0.78	4.57	موقفي المساند للبنوك الإسلامية هو ما دفعتني للتعامل معها.	5
موافق	<b>0.32</b>	<b>4.17</b>	<b>العوامل النفسية</b>	

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يبين الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمجمل متغيرات بعد العوامل النفسية قد بلغ 4.08 و بانحراف معياري 0.32 معبرا عن اتجاه موافق، وقد حققت الفقرة 01 أعلى متوسط حسابي بلغ 4.85 ، أما أقل فقرة كانت رقم 04 بمتوسط حسابي 3.52.

**جدول رقم(07) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه العينة للبعد الثاني (العوامل الاجتماعية)**

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	رقم
محايد	1.17	3.15	لأسرتي دور كبير في قراراتي الشرائية.	1
موافق	0.86	3.77	أستعين بخبرة الأصدقاء في تحديد حاجياتي واتخاذ القرار المناسب.	2
غير موافق	0.75	2.42	أتأثر برأي أحد المشاهير أو المعروفين عند عملية الشراء.	3
موافق	0.55	4.00	المركز المهني و الاجتماعي الذي أتمتع به بين الناس يؤثر في قراراتي.	4
موافق	0.55	4.17	تلعب العادات الاجتماعية دورا هاما في تغير سلوكك الاستهلاكي.	5
موافق	<b>0.48</b>	<b>3.50</b>	<b>العوامل الاجتماعية</b>	

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يبين الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمجمل متغيرات بعد العوامل الاجتماعية قد بلغ 3.50 و بانحراف معياري 0.48 معبرا عن اتجاه موافق، وقد حققت الفقرة 05 أعلى متوسط حسابي بلغ 4.17 ، أما أقل فقرة كانت رقم 03 بمتوسط حسابي 2.42 ،أما الفقرة 03 فكانت في اتجاه غير موافق.

**جدول رقم(08) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واتجاه العينة للمتغير التابع**

رقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	صيغة المربحة هي البيع بثمن الشراء مع زيادة ربح معلوم	4.37	0.49	موافق بشدة
2	قيمة المنتج موضوع العقد محددة وواضحة.	4.30	0.46	موافق بشدة
3	تتم طريقة التسديد عن طريق أقساط محددة.	4.77	0.42	موافق بشدة
4	يتميز عقد المربحة بخلوه من فوائد وعمولات التأخر بالسداد.	2.97	0.83	محايد
5	يطلب البنك شروط وضمانات في صيغة المربحة.	4.47	0.60	موافق بشدة
	<b>عقد المربحة</b>	<b>4.18</b>	<b>0.26</b>	<b>موافق</b>

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

يبين الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمجمل متغيرات بعد عقد المربحة قد بلغ 4.18 و بانحراف معياري 0.26 معبرا عن اتجاه موافق، وقد حققت الفقرة 03 أعلى متوسط حسابي بلغ 4.77 ، أما أقل فقرة كانت رقم 04 بمتوسط حسابي 2.97. في حين كانت الفقرة 04 تتميز بالحياد.

#### I- نتائج الدراسة (التحليل والمناقشة)

- عرض ومناقشة الفرضية الرئيسية :

والتي تنص على أنه " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو المربحة كصيغة تمويلية ، عند مستوى معنوية  $\alpha \leq 0.05$  ".

**جدول رقم (09):** معاملات الارتباط Pearson بين متغيرات الدراسة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العوامل النفسية و الاجتماعية
0.000	0.576	العوامل النفسية
0.001	0.542	العوامل الاجتماعية
0.001	0.529	عقد المربحة

**المصدر:** من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- عرض ومناقشة بيانات الفرضية الفرعية الأولى: أثر العوامل النفسية على عقد المربحة.

**H0:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل النفسية و المربحة.

**H1:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل النفسية و المربحة.

من خلال الجدول نجد أن مستوى الدلالة Sig كانت أقل من 0.05 أي أن معامل الارتباط دال إحصائيا عند

مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، ومنه نرفض الفرضية الصفرية **H0** ونقبل الفرضية البديلة **H1** والتي تقول:

" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بنسبة ارتباط 57.6% عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل النفسية و المربحة .

- عرض ومناقشة بيانات الفرضية الفرعية الثانية: أثر العوامل الاجتماعية على عقد المراهبة.  
H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل الاجتماعية و المراهبة.  
H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل الاجتماعية و المراهبة.  
من خلال الجدول نجد أن مستوى الدلالة Sig كانت أقل من 0.05 أي أن معامل الارتباط دال إحصائيا عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، ومنه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تقول:  
" توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بنسبة ارتباط 52.4% عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل الاجتماعية و المراهبة.

مما سبق ومن أجل اختبار الفرضية الرئيسية نضع الفرضيتين:  
H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل النفسية والاجتماعية وعقد المراهبة.  
H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين العوامل النفسية والاجتماعية وعقد المراهبة .

ومن أجل معرفة الأثر ومساهمة العوامل الاجتماعية والنفسية على عقد المراهبة، نقوم باختبار الانحدار الخطي المتعدد، والجدول التالي يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد بين العوامل النفسية والاجتماعية وعقد المراهبة.

جدول رقم (10): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد

مستوى الدلالة	F / t	$\beta$	$\alpha$	معامل التحديد R <sup>2</sup>	معامل الارتباط R	البيان
0.002	7.176	-	2.956	0.279	0.529	عقد المراهبة
0.001	3.493	0.256	-	-	-	العوامل النفسية
0.001	3.776	0.283	-	-	-	العوامل الاجتماعية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول (10) نجد أن:

- ✓ معامل الارتباط Pearson R=0.529 وهو دال إحصائيا عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) ، أي أن هناك ارتباط بنسبة ارتباط 52.9% بين العوامل النفسية والاجتماعية والمراهبة.
  - ✓ معامل التحديد (القوة التفسيرية) R<sup>2</sup>=0.279 وهذا يعني العوامل النفسية والاجتماعية مجتمعة تفسر 27.9 % من التغيرات التي تحدث في التوجه نحو المراهبة، والباقي يتمثل في متغيرات أخرى.
  - ✓ معامل الانحدار للعوامل النفسية  $\beta_1 = 0.256$ .
  - ✓ معامل الانحدار للعوامل الاجتماعية  $\beta_2 = 0.283$ .
  - ✓ قيمة الثابت a هي 2.956.
- التفسير: بما أن قيمة Sig كانت أقل من 0.05 أي أن قيمة F دالة إحصائيا عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وعليه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 أي:

يوجد أثر متوسط ذو دلالة إحصائية بنسبة (52.9%) عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) للعوامل النفسية والاجتماعية على التوجه نحو المrabحة.

ويمكن التعبير عن هذه العلاقة من خلال معادلة الانحدار الخطي المتعدد التالية:

$$Y = \hat{a} + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 2.956 + 0.256X_1 + 0.283X_2 + \epsilon$$

Y: المrabحة.

X1: العوامل النفسية. X2: العوامل الاجتماعية.

$\epsilon$ : الخطأ العشوائي.

- تحليل نتائج الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة الخاصة بدراسة الاتجاهات و اختبار فرضيات الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج نلخصها من خلال العناصر التالية:

✓ وجود اتجاهات إيجابية من أفراد عينة الدراسة نحو التعامل مع البنوك التي تتبنى الصيغ ذات الطابع الإسلامي وهو ما تجل في موافقة أفراد العينة نحو أبعاد عبارات المتغير المستقل (المrabحة)، حيث جاءت أغلب العبارات بصيغة الموافقة جسديتها قيم المتوسطات الحسابية (4.37، 4.30، 4.17، 4.77) الموافقة لصيغة الموافقة بشدة، وهذه النتيجة تتطابق مع دراسة (بهاز لويزة وعبد القادر عبد الرحمان)، حيث خلصت الدراسة لوجود اتجاهات إيجابية نحو التعامل مع البنوك الإسلامية، تعزى لاختلافات الجنس والتخصص.

✓ وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين العوامل الاجتماعية و النفسية الممثلة للمتغير المستقل والتغير التابع المتمثل في المrabحة، حيث كانت نسبة الارتباط 0.529 وهو نسبة مقبولة ، وهذه النتيجة تتطابق مع دراسة (بهاز لويزة، وأولا حيمودة جمعة) وكذلك دراسة (بن حملة سامي)، حيث توصلنا لدراسات إلى أهمية عقود المrabحة كصيغة تمويل إسلامية إضافة لتأثير هذا النوع من العقود في فئة الأساتذة الجامعيين، وهو ما يعني أهمية العوامل النفسية والاجتماعية في التوجه لصيغة المrabحة.

✓ إن النسبة التي تفسر تأثير العوامل والنفسية والاجتماعية تقدر ب50.2% ومنه نستنتج أن هناك عوامل أخرى تؤثر في توجه زبائن بنك السلام نحو صيغ التمويل الإسلامي وبالأخص صيغة التمويل بالمrabحة، ويرى الباحثين أن العوامل الأخرى تتلخص في الآليات المستخدمة ممن طرف البنك للتأثير على الزبائن من خلال الوسائل التسويقية المتاحة مثل الترويج.

V- الخلاصة :

من خلال هذه الدراسة والتي تناولت العوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في التوجه لعقد المrabحة كصيغة تمويلية لدى المستهلك الفرد وإسقاط الدراسة على عينة من متعاملي بنك السلام الجزائر نستنتج النقاط التالية:

- إن عمل البنوك الإسلامية في الجزائر لازال لم يرق للمستوى المطلوب، حيث أن البنوك التقليدية تسيطر على النشاط الاقتصادي في الجزائر.
- يتأثر المستهلك بعدة عوامل تتحكم في توجهه نحو هذا النوع من الخدمات.
- وجود اتجاهات إيجابية من أفراد عينة الدراسة نحو التعامل مع البنوك التي تتبنى الصيغ ذات الطابع الإسلامي وهو ما تجل في موافقة أفراد العينة نحو أبعاد عبارات المتغير المستقل (المrabحة)،

- وجود اتجاهات إيجابية من أفراد عينة الدراسة نحو العوامل النفسية والاجتماعية، حيث أن البعد النفسي أكثر تأثيراً من العوامل النفسية وهو ما تجلى في قيمة المتوسطات الحسابية (4.17) بالنسبة لبعد العوامل النفسية و(3.50) بالنسبة لبعد العوامل الاجتماعية.
  - ومن خلال دراسة الأبعاد مجتمعة وحسب نتائج تحليل الانحدار المتعدد فإنه يوجد أثر لكل من العوامل النفسية والاجتماعية في التوجه نحو عقد المراجعة بمستوى معنوية أقل من 0.05.
  - كما أوصت الدراسة بـ :
    - ضرورة اهتمام البنك محل الدراسة بالعوامل النفسية والاجتماعية المؤثرة في الزبائن عند وضع خططها التسويقية
    - تشجيع عقد المراجعة كصيغة تمويلية للأفراد .
    - ضرورة التقيد بأحكام الشريعة الإسلامية والابتعاد عن الشبهات.
- VI- الهوامش والإحالات

claude, D. (2005). marketing. , paris: dalloz.

Baux , P. (1987). Marketing, une approche de mégamarketing. paris: editions Eyrolles management.

نصر المنصور كاسر . (2006). كاسر نصر المنصور ، سلوك المستهلك (مدخل الإعلان). عمان: دار الحامد.

بن عيسى عنابي . (2003). سلوك المستهلك عوامل التأثير النفسية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

ثامر البكري. (2006). التسويق أسس ومفاهيم معاصرة. عمان: دار اليازوري.

جاسم محمود الصميدعي، و ردينة يوسف عثمان. (2001). سلوك المستهلك (مدخل كمي وتحليلي). عمان: دار المناهج.

حمدي زقاي. (2010). مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد.

سمير الشاعر . (2011). المصارف الإسلامية من الفكرة إلى الاجتهاد. بيروت: الدار العربية للعلوم ناشرون.

صادق راشد الشمري. (2008). أساسيات الصناعات المصرفية الإسلامية: أنشطتها والتطلعات المستقبلية. عمان: دار اليازوري.

عبد الرزاق الهيتي. (1998). المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق. عمان: دار أسامة للنشر.

محمد صالح المؤذن. (1997). سلوك المستهلك . عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر .

محمد ابراهيم عبيدات. (2004). سلوك المستهلك (مدخل استراتيجي). عمان: دار وائل للتوزيع والنشر.

محمد أحمد الشافعي. (2015). المصارف الإسلامية. عمان: دار أمجد.

محمود حسن صوان . (2008). أساسيات العمل المصرفي الإسلامي. عمان: دار وائل.