

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية - البنك الوطني الجزائري أنموذجاً -

The Contribution of Islamic Windows to the Marketing of Islamic Banking Products within the Traditional Banking System -National Bank of Algeria as a model-

بلكرشة رابح¹ ، بن يحي فاطيمة الزهراء²

Benyahia Fatima Zohra Belkercha Rabah

¹ جامعة ابن خلدون تيارت، مخبر تطوير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الجزائر، ber.15rab@gmail.com

² جامعة ابن خلدون تيارت، مخبر تطوير المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الجزائر،

fatimazohra.benyahia@univ-tiaret.dz

تاريخ النشر: 2023-04-06

تاريخ القبول: 2023-02-22

تاريخ الاستلام: 2023-01-11

ملخص:

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

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن تسويق الخدمات المالية الإسلامية عبر البنوك التقليدية التي أنشأت عدة شبابيك إسلامية خاصة البنك الوطني الجزائري، يعطي خيارات متعددة في أماكن مختلفة من الوطن للفئات المحرومة من وجود بنوك إسلامية أو قلتها، بالإضافة إلى أن تبني وتسويق منتجات الصيرفة الإسلامية بإشراف هيئة رقابة شرعية يساهم في كسب ثقة المتعاملين مما يؤدي إلى ربح أكبر للبنوك التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الشبابيك الإسلامية؛ البنوك التقليدية؛ التسويق؛ المنتجات المالية الإسلامية؛ الصيرفة الإسلامية.

تصنيف JEL : G21 ؛ M31

Abstract:

The study aims to demonstrate the role of Islamic windows in traditional banks in marketing and introducing Islamic banking in Algerian society, in terms of presenting basic concepts about traditional banks and how to make Islamic nets a space to adopt Islamic banking and win the trust of customers who are afraid of illegal transactions. In addition to addressing the concept and types of Islamic financial products found in

* المؤلف المرسل

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

the National Bank of Algeria and the importance of their availability to all groups of society not only in Islamic banks but also to Islamic windows .

Through this study, we have concluded that the marketing of Islamic financial services through traditional banks that have established several islamic windows of the National Bank of Algeria gives multiple options from different places of the homeland to groups deprived of the presence of Islamic banks

Keywords: Islamic windows; traditional banks; marketing; islamic financial products; islamic banking.

JEL Classification Codes : G21 ; M31

1. مقدمة:

يعد البنك الوطني الجزائري أحد أهم البنوك المتواجدة في النظام المصرفي الجزائري، ولقد شهد عدة تغيرات وإصلاحات منذ الاستعمار وتعد معاملاته المالية تقليدية حتى صدور النظام 20-02 المنظم والمتبني للمعاملات البنكية الإسلامية. ولتمسك شريحة كبيرة من المجتمع الجزائري بالجانب الديني في اختيار البنوك التي يتعاملون معها و وجود كتلة مالية ضخمة في الأسواق الموازية، اتجه البنك الوطني الجزائري للتعامل بالصيرفة الإسلامية. وقد اعتمد البنك الوطني الجزائري الصيرفة الإسلامية والتسويق لها مع بداية صدور نظام المنظم للمعاملات المالية الإسلامية وذلك بإنشاء ما يعرف بالشبابيك الإسلامية التي تساعد على التعامل بأساليب ومبادئ الشريعة الإسلامية في تقديم خدماتها المصرفية المتحصلة على شهادات المطابقة من الهيئات الشرعية المخولة لهذا النوع من المعاملات. ومما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري في عملية تسويق المنتجات المالية الإسلامية لتفعيل الصيرفة الإسلامية في الجزائر؟

للإجابة على الإشكالية تم صياغة الفرضيات التالية:

- يعمل البنك الوطني الجزائري على التعريف بالصيرفة الإسلامية ومنتجاتها بالجزائر.
- تعتبر الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري الحل الوحيد والأفضل لتسويق منتجات الصيرفة الإسلامية في غياب البنوك الإسلامية بالجزائر.

- تعتبر الكوادر البشرية المؤهلة العامل الأساسي للتسويق الناجع للمنتجات المالية الإسلامية في الجزائر
أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعريف بالشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري باعتبارها أهم الطرق التسويقية للصيرفة الإسلامية بالجزائر لقلّة عدد البنوك الإسلامية، بالإضافة إلى مدى مساهمة البنك الوطني الجزائري في وضع صيغ تمويلية إسلامية تتناسب وطبيعة المجتمع الجزائري العقائدية مما
منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية تم استخدام المنهج الوصفي الذي وضحنا من خلاله مفهوم الشبابيك الإسلامية وواقع المنتجات المالية الإسلامية بها، كما اعتمدنا على الأسلوب التاريخي في ذكر مراحل نشأة الشبابيك والبنك الوطني الجزائري، بالإضافة إلى أهم جزء من الدراسة والذي استخدمنا المنهج التحليلي في حصة الشبابيك الإسلامية بالبنك

الوطني الجزائري من التمويل الإسلامي و طرق تبنيها لمنتجات الصيرفة الإسلامية، ومدى مساهمتها في تسويق المنتجات المالية الإسلامية في الجزائر .

2. الشبابيك الإسلامية

1.2 التعريف بالشبابيك الإسلامية في البنوك التقليدية:

دخلت الصيرفة الإسلامية الجزائر بعد إصدار قانون النقد والقرض الذي فتح المجال أمام البنوك الوطنية و الأجنبية الدخول إلى السوق الجزائرية حيث كان أول بنك إسلامي في الجزائر هو بنك البركة ثم السلام، ولخصوصية المجتمع الجزائري العقائدية وبحثه أكثر على معاملات بنكية تخلو من الشبهات الشرعية اتجهت الحكومة لإصلاحات قانونية حتى الوصول إلى نظام 02-20 الذي يتبنى الصيرفة الإسلامية والذي سمح للبنوك التقليدية بفتح الشبابيك الإسلامية.

تعريف 1: حسب المادة 17 من النظام رقم 02-20 المؤرخ في 15 مارس 2020 تم تعريف شبك الصيرفة الإسلامية بأنه " هيكل ضمن البنك أو المؤسسة المالية مكلف حصرا بخدمات ومنتجات الصيرفة الإسلامية" (الجريدة الرسمية، 2020، صفحة 16)

تقوم البنوك التقليدية بالتعريف بالخدمات أو المنتجات المالية الإسلامية بعدة طرق أهمها إنشاء فروع خاصة بالصيرفة الإسلامية والتي تعتبر كيان مملوك لبنك تقليدي مستقل في نشاطه عن نشاطات البنك الرئيسي. أما الطريقة والسبيل الأكثر سهولة هو إنشاء نوافذ الصيرفة الإسلامية أو ما يطلق عليها الشبابيك الإسلامية.

تعريف 2: يعرف الشباك الإسلامي على أنه جزء من البنك التقليدي الذي بدوره يخصصه في أحد فروع أو مقره الرئيسي لتقديم منتجات مالية إسلامية أساسها التوافق مع الشريعة الإسلامية، وتكون شبيهة البنوك الإسلامية لزم تواجد هيئة رقابة شرعية التي من مسؤولياتها مراجعة مشروعية الأعمال التي يمارسها الشباك الإسلامي.

2.2 خصائص الشبابيك الإسلامية

يعتبر فتح شبك إسلامي في البنوك التقليدية طريقة لدخول مجال الصيرفة الإسلامية ولتحقيق ذلك لابد من وجود الخصائص التالية في النوافذ الإسلامية (قمومية و بلعوز، 2019، صفحة 344):

- الشباك الإسلامي مرتبط مكانيا بالبنك التقليدي أو فروع، حيث يكون تابع إداريا للبنك أي لا يصل مستوى الفرع؛

- يتم استثمار الأموال المدارة في الأصول في الشباك الإسلامي وفقا للشريعة الإسلامية؛

- وجود هيئة رقابية شرعية في البنك التقليدي خاصة بالشباك الإسلامي لا يقل عدد أعضائها عن ثلاثة أشخاص متخصصين في الفتاوى والمعاملات المالية الإسلامية؛

- فصل العمليات المتعلقة بالتمويل والاستثمار بين البنك التقليدي والشباك الإسلامي التابع له؛

وفي حالة وجود أزمة مالية أو تمويلية في الشباك يقوم البنك التقليدي الرئيسي من إيداع وديعة استثمارية ولكن تتبع شروط شرعية إسلامية.

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

3.2 أسباب إنشاء الشبابيك الإسلامية:

- اختلفت دوافع إنشاء النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية حيث يعتبر لأهم سبب الابتعاد عن التعامل بالربا وإقامة نظام إقتصادي إسلامي، ولكن وبدون حصر نذكر بعض الأسباب:
- سهولة الإجراءات القانونية لإنشاء شبك إسلامي مقارنة مع إنشاء بنك إسلامي جديد أو تحويل التقليدي؛
- سهولة السيطرة على الشباك الإسلامي من طرف البنك الأم؛
- دخول سوق الصيرفة الإسلامية لتلبية حاجيات المجتمع الإسلامي؛
- المحافظة على زبائن البنوك التقليدية وعدم توجيههم للبنوك الإسلامية؛
- تعظيم الأرباح وجذب الاستثمارات من رؤوس أموال إسلامية بحتة.

3. منتجات الصيرفة الإسلامية

1.3 ماهية المنتجات المالية الإسلامية في الشبابيك الإسلامية:

- تعريف منتجات الصيرفة الإسلامية: تعرف منتجات الصيرفة الإسلامية الصيغ والتمويلات المالية التي تقوم على مبادئ واحكام الشريعة الإسلامية، وتكون ذات طابع يحاكي المنتجات المالية المصرفية التقليدية المعاصرة حيث تكون ميزتها الأهم والتي تفصل بينها وبين التقليدية الالتزام بما جاء به الدين الإسلامي الحنيف و متطلبات الاقتصاد الإسلامي من الملكية والمشاركة في الربح والخسارة (زهرة و محمد، 2018، صفحة 221).
- نشأة منتجات الصيرفة الإسلامية: ظهرت المنتجات المالية الإسلامية تماشياً مع إنشاء البنوك الإسلامي ومرت على ثلاث مراحل (بوهراوة، 2014، صفحة 6):

-مرحلة التأسيس: كانت سنة 1975 حيث وضعت التعاريف الأولى للمؤسسات المالية الإسلامية والتي كان الابتعاد عن التعامل بالربا أهم ما يميزها. واعتمدت هذه المرحلة الأولية على الخدمات المصرفية كالتحصيل والدفع وبصفة أقل على الخدمات الائتمانية كالمrabحة؛

-مرحلة التوسع: بدأت بعد مرور حوالي 20 سنة أي سنة 1991 حيث قامت المؤسسات المالية بالتوسع عن طريق زيادة في العدد والأقسام والانتشار أكثر دولياً، ما جعل المنتجات المالية تتنوع بإضافة منتجات قائمة على المشاركة في رأس المال؛

-مرحلة النمو والتطور: سنة 2003 حيث تميزت بإنشاء أسواق مالية إسلامية في بعض الدول الإسلامية التي بدأت بإصدار الصكوك الإسلامية وإدخال مشتقات مالية في تعاملات بعض المؤسسات المالية الإسلامية.

2.3 أساسيات إصدار منتجات الصيرفة الإسلامية:

الغاية من هذه الركائز هو إدراك الاختلاف عن المنتجات التقليدية والتمكن من منافستها لكن دون المساس بأحكام الشريعة الإسلامية وتتمثل هذه الأساسيات في ثلاث محددات هي:

-التقيد بشرط المشاركة في الربح والخسارة في نص لا يقبل التغيير أو التأويل، وذلك على أساس الأحكام الشرعية المعمول بها في عقود المضاربة والمشاركات وهذا الشرط يعتبر أساسي في مجال التطبيق؛
-أن لا يعاد دفع الموارد المعبأة عن طريق الأوراق والأدوات المالية التي أصدرت على أساس التخلي عن شرط الفائدة الربوية إلى مؤسسات تتعامل بنظام فائدة في كل تعاملاتها؛
-تكون الصيغ التمويلية الموجهة للاستثمار في مشاريع موجهة بالدرجة الأولى للمصلحة العامة للمجتمع الإسلامي (زايد، 2008، صفحة 133).

3.3 أنواع المنتجات المالية الإسلامية وطرق تسويقها من طرف الشبابيك الإسلامية

تعمل الشبابيك الإسلامية بالبنوك التقليدية على تسويق منتجات الصيرفة الموجودة بها عن طريق مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تهدف إلى توفير المنتج المناسب في المكان والوقت المناسبين بالسعر المناسب والترويج له بالوسائل الفعالة

1.3.3 أنواع منتجات الصيرفة الإسلامية:

-بيع المرابحة: تعتبر من الأدوات المالية التي تقوم على الموجودات برأس مال وريح معلوم، حيث يعرف من طرف المؤسسات المالية عن عقد يرغب الزبون أو العميل بمقتضاه من شراء سلع ، تجهيزات أو معدات من الأسواق المحلية أو الأجنبية، فيقوم البنك بشراء هذه المعدات وبعد أن يملكها يقوم ببيعها لعميله بثمنها إضافة إليه تكاليف التي تكبدها بشأنه، بالإضافة إلى ربح يتفق عليه الطرفان مع اتفاقهما على شروط السداد.
-السلم: هو تمويل سلعة معينة وبمواصفات محددة على أن يدفع البنك للعميل ثمنها معجلا ويكون الإستلام مؤجلا ومن أساسيات العقد بين البنك وعميله وجود مواصفات وكمية السلعة، الثمن ، موعد وشروط التسليم ومكانه (صندوق النقد العربي، 2022).

-الإجارة: هي عقد معاوضة على تملك منفعة بعوض، وتطبق عند المؤسسات المالية الإسلامية على شكل نوعين الأول باسم الإجارة المنهية بالتمليك والتي يعود فيها الأصل المؤجر في نهاية مدة الإجارة إلى المستأجر تحت شروط معينة وهو النوع الأكثر تطبيقا والأقل مخاطرة، والإجارة التشغيلية والتي من خلالها يستطيع البنك الإسلامي أو الشبابيك الإسلامية من استعادة الأصل المؤجر من المستأجر بعد فترة الإجارة المتفق عليها وما يشكله هذا النوع من مخاطر على البنك الإسلامي والشبابيك الإسلامية مقارنة بالنوع الأول.

ويوجد عدة أنواع أخرى من المنتجات المالية الإسلامية وخاصة مع المنافسة القوية للبنوك التقليدية وإجبارية مواكبتها لتحقيق رغبات المجتمع الإسلامي.

-الاستصناع: هو اتفاق مع عميل على بيع أو شراء أصل لم يتم إنشائه بعد على أن تتم صناعته أو بناءه وفقا لمواصفات المشتري النهائي وتسليمه له في تاريخ مستقبلي محدد بسعر بيع محدد سلفا (الخفقاني، 2011، الصفحات 245-246). ومن شروط صحة عقد الإستصناع ما يلي:

- محل العقد معلوم الجنس والنوع والصفة والقدر؛

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

- لا يتم الدفع عند العقد بل يمكن تأجيله إلى ما بعد التصنيع؛

- عقد الاستصناع عقد ملزم بعد الاستصناع.

-المضاربة: تعتبر المضاربة في البنوك الإسلامية صفقة محددة مع متعامل أو أكثر، حيث يقدم البنك المال اللازم للصفقة ويقدم المتعامل الجهد ويصبح الطرفين شريكين وتصبح الخسارة على رأس المال فقط إلا إذا ثبت التقصير من جانب المضارب (الخفقاني، 2011، صفحة 222).

-المشاركة: تعتبر تعاقداً بين إثنين أو أكثر على العمل للكسب بواسطة الأموال أو الأعمال، ويكون توزيع الأرباح بالنسب المتفق عليها، أما الخسائر بنسبة مساهمة كل طرف من رأس المال. ويمثل عقد المشاركة إحدى أهم طرق الاستثمار في البنوك الإسلامية (الخفقاني، 2011، صفحة 226).

2.3.3 طرق تسويق المنتجات المالية الإسلامية

-الخدمات: تعتبر الخدمة أو المنتج أساس وجود تسويق بالبنك والتي من خلالها يستطيع تلبية متطلبات العملاء ورغباتهم.

-التسعير(السعر): يعتبر السعر من أهم العوامل المساعدة على نجاح العملية التسويقية في البنوك الإسلامية والشبابيك الإسلامية ، حيث ان الارادات التي يتحصل عليها هذا الأخير تعتمد أساسا على الثمن الذي يدفعه العملاء مقابل حصولهم على الخدمات المالية الإسلامية. كما يعتبر السعر العامل الوحيد الذي لا تتبعه تكاليف.

-التوزيع: يعتبر المكان هو الأداة التي يكون فيها توزيع الخدمات، إما يكون توزيع مباشر على مستوى وكالات البنك أو غير مباشر عبر القنوات الإلكترونية كالتطبيقات.

-الترويج: يكون ترويج المعاملات والخدمات المصرفية عبر أساليب وطرق توضح وتقع العميل بمختلف خدماته، وعادة ما يضم الترويج عدة عناصر الإعلان والدعاية، البيع الشخصي وتنشيط المبيعات وهذا مايسميه إختصاصيو التسويق بالمزيج الترويجي (خوالد، 2016، الصفحات 28-29).

-البيئة المادية: تعتبر من اهم الركائز التي يعتمد عليها البنوك بصفة عامة والتي لقيت اهتمام كبير في مجال التسويق ، لأن العنصر المادي يساهم في خلق الجو النفسي المريح عند شراء الخدمة المالية التقليدية والإسلامية، ويساعد على تكوين انطباعات حسنة في ذهنيات العملاء كما يساعد على تهيئة ظروف عمل مريحة لموظفي البنوك والشبابيك الإسلامية. ويمكن حصر مكونات البيئة المادية والمعنوية في ثلاث مكونات هي **المظهر الخارجي** كاللافتات ومواقف السيارات، **المظهر الداخلي** كالتجهيزات المخصصة لخدمة العملاء، و**الملموسات الأخرى** كزي الموظفين وبطاقات الأعمال والائتمان.

3.3.3 ضوابط التسويق بالشبابيك الإسلامية

يعتبر تسويق المنتجات المالية الإسلامية يتماشى في الطريقة مع تسويق المنتجات المالية بالبنوك التقليدية لكن في الأساس يلزم أن يكون تسويق مصرفي إسلامي مبني على إتباع مبادئ وأحكام الشريعة الإسلامية والتي توجهها

هيئة الرقابة الشرعية. والجدول التالي يوضح بعض المبادئ والضوابط التي يجب أن تتوفر في طرق تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية:

الجدول 1: ضوابط تسويق المنتجات الإسلامية بالشبابيك الإسلامية

الخدمة	- عدم التعامل بالمنتجات والخدمات المنهي عنها شرعا (مبدأ تأسيس البنوك والشبابيك الإسلامية). - عدم الإنتاج لغاية الترف بل أن تكون الخدمات والمنتجات معبرة عن رغبات وحاجات حقيقية للفئة المستهدفة في المجتمع.
التسعير	- تماشي تقدير هوامش الربح واعتبارات التكاليف مع ربح المصرف ودون ضرر بالعملاء. - عدم رفع الأسعار عن طريق الاحتكار.
التوزيع	- التزام مسؤولي عمليات التوزيع (مندوبي المبيعات) بصحة تقديم فواتير نفقات التنقل والمصرف بأمانة. - مراعاة جودة الخدمات المقدمة والتي من الواجب أن تكون في الوقت المحدد واللائم لها.
الترويج	- تحقيق مصلحة العملاء باستغلال أدوات الترويج دون تدليس للحقائق أو الدعاية لغير ما هو حلال. - عدم المبالغة في التعريف بالمنتج وذكر مزايا غير موجودة.

المصدر: (كريمة، سفيان، و محمد صالح، 2022، صفحة 208)

4. مساهمة البنك الوطني الجزائري في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية:

1.4 الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري

يعتبر البنك الوطني الجزائري أول البنوك التجارية التي تم تأسيسها في الجزائر المستقلة حيث أنشئ بموجب المرسوم 66-178 براس مال قدره عشرون مليون دينار جزائري (بن الشيخ و ميمون، 2016، صفحة 117)، وقد جاء ليحل محل سلسلة من البنوك الأجنبية التي كانت في الحقيقة استعمارية. وبدأ نشاطه في الصيرفة الإسلامية فعليا عند إصدار نظام 02-20 المتعلق بتبني المعاملات المالية الإسلامية. ولقلة البنوك الإسلامية في الجزائر أسهم البنك الوطني الجزائري في تنشيط الصيرفة الإسلامية بإتباع طريقة تسويقية مبنية في الأساس على إنشاء شبابيك إسلامية بفروعه عبر مختلف ربوع الوطن. حيث بلغ عدد الشبابيك الإسلامية حتى نهاية سنة 2022 (65) شباك إسلامي (وكالة الأنباء الجزائرية، 2022) بالإضافة إلى ست وكالات إسلامية.

2.4 المنتجات المالية الإسلامية المسوقة بالشبابيك الإسلامية في البنك الوطني الجزائري

منذ بداية تبني البنك الوطني للصيرفة الإسلامية أصدر 09 منتجات مالية إسلامية تتوافق والأحكام الشرعية بمرافقة من هيئة الرقابة الشرعية، وتتمثل هذه المنتجات في (البنك الوطني الجزائري، 2022)

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

-**المرابحة** : وهي عملية موجودة على مستوى جميع الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري، حيث تتيح للأفراد امتلاك عقار ، سيارة أو تجهيزات بناء على أحكام الشريعة الإسلامية يكون فيها البنك هو من يحمل صفة البائع أو التاجر ويكون الاتفاق بين الطرفين على هامش ربح عند إمضاء العقد.

وقد بلغ إجمالي التمويل بهذه الصيغة 102 مليون دينار جزائري في الثلاثي الأخير من سنة 2020 أي سنة انطلاق الصيرفة الإسلامية بالجزائر فقدر المبلغ بـ 77 مليون خاص بالمرابحة العقارية و 25 مليون خاص بمرابحة التجهيزات (Banque Nationale d'Algérie, 2020, p. 14)؛

-**الإجارة**: يتمثل في إيجار لأملك منقولة لفائدة المستأجر (إجارة منتهية بتمليك) وهو بالأساس متعلق بمعدات وتجهيزات منقولة دائمة غير قابلة للإتلاف . يقوم البنك الوطني الجزائري باقتنائها من الوكلاء المحليين وتأجيرها للزبون بحيث يتمشى وأحكام الشريعة الإسلامية.

-**حسابات الادخار**: هي صيغة مالية إسلامية تسمح لعملاء الشباك الإسلامي إما بفتح حسابات توفير للكبار والصغار أو حسابات للاستثمار في مشاريع تمويلية تتوافق مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية يتحكم فيها مبدأ المشاركة في تقاسم الخسائر والأرباح.

والجدول التالي يوضح عدد الحسابات المفتوحة منذ بداية فتح الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري ونطور قيمة تعبئة الادخار:

الجدول 2: تطور تعبئة الادخار في شبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري من الفترة الممتدة من الثلاثي الأخير لسنة 2020 إلى الثلاثي الثاني من سنة 2021

الثلاثي الثالث من سنة 2020	الثلاثي الأول من سنة 2021	الثلاثي الثاني من سنة 2021	-
3768	12000	15000	عدد حسابات الادخار الإسلامية بالبنك
2.6	8	10	تعبئة الادخار (مليار دينار جزائري)

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على تقرير السنوي للبنك الوطني الجزائري 2021.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن العملية التسويقية للبنك الوطني الجزائري شجعت المجتمع الجزائري بمختلف شرائحه بفتح حسابات بمختلف صيغها، حيث ارتفعت من 3786 حساب ادخار في الثلاثي الأخير من سنة 2020 والذي يعتبر بداية ظهور الصيرفة الإسلامية في الجزائر إلى 12000 حساب في الثلاثي الأول من سنة 2021 أي ازداد عدد الحسابات أكثر من 9000 حساب، ومن نفس السنة وفي الثلاثي الثاني ارتفع إلى 15000

حساب أي ارتفاع بمقدار 3000 حساب. وهذا ما يدل على التحكم الجيد للشبابيك الإسلامية في طرق التسويقية لهذا المنتج الإسلامي والذي غير ذهنيات فئات كبيرة من المجتمع الجزائري اتجاه المنظومة المصرفية عموما.

3.4 المزيج التسويقي لخدمات الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري

1.3.4 الخدمة: منذ دخول البنك الوطني الجزائري السوق الإسلامي وتوجهه للصيرفة الإسلامية أصدر 09 منتجات مالية إسلامية بموافقة من أكبر العلماء المسلمين بالجزائر السادة الأستاذ الدكتور بوزيدي كمال، الشيخ جعفر أولفقي، والدكتور بوزيري السعيد ثلاثتهم مؤسسي هيئة الرقابة الشرعية بالبنك. ولم تصدر هذه المنتجات من عدم بل بوجود شهادات مطابقة للمعايير الشرعية الإسلامية لكل منتج على حدا.

وبتصريح من رئيسة قسم الصيرفة الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري السيدة عثمانية أمينة للتلفزة الجزائرية أن البنك الوطني نهاية سنة 2022 أصدر ثلاث منتجات جديدة إضافة إلى 09 منتجات الأولى ودراسة البنك للإمكانية رفع العدد إلى 17 منتج.

ويوضح الجدول التالي بعض أنواع ومميزات المنتجات المالية الإسلامية لدى البنك الوطني الجزائري:

الجدول 3: مختلف المنتجات المسوقة من طرف الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري

الإجارة	الحسابات		المربحة			- الأنواع
	حساب الاستثمار الإسلامي غير المقيد	حساب التوفير الإسلامي والشباب	المربحة للتجهيزات	المربحة العقارية	المربحة للسيارات	
إجارة منتهية بالتمليك	حساب الاستثمار الإسلامي غير المقيد	حساب التوفير الإسلامي والشباب	المربحة للتجهيزات	المربحة العقارية	المربحة للسيارات	الأنواع
المهنيين، التجار، المؤسسات	الأفراد، المهنيين، المؤسسات	الأفراد	الأفراد الأقل من 70 سنة	الأفراد الأقل من 70 سنة	الأفراد	المستفيد
يشترى البنك التجهيزات وبعد فترة التأجير تصبح ملكا للمشتري	اختيار مدة الإيداع التي تكون ما بين 6-60 شهر	يعمل على ادخار الأموال بصيغة التشارك في الربح والخسارة	اختيار التجهيزات حسب الرغبة سعر البيع موزع على فترة ما بين 12-36 شهر	سعر البيع موزع شهريا على مدى 40 سنة مع اختيار العقار حسب الرغبة	الاختيار حسب الرغبة السعر موزع شهريا على مدى 5 سنوات على الأكثر	طريقة العمل
سقف التمويل 90%، مدة التمويل 5سنوات	تستثمر في ما يطابق الشريعة بربح تنافسي	الوفرة الأريحية المطابقة لأحكام الشريعة	سقف التمويل 90% السرعة في معالجة الملفات لا تتجاوز 5أيام	سقف التمويل 90% لمدة تصل 40سنة	سقف التمويل 85%	المزايا

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري

وفقا للجدول أعلاه نلاحظ وجود منتجات مالية إسلامية متنوعة بمزايا تجعل العميل راض على التسعير و كيفية التمويل وخاصة أنها توافق الشريعة الإسلامية بموافقة من هيئة الرقابة الشرعية. بالإضافة إلى ما سبق أصدر البنك الوطني الجزائري منتجات مالية إسلامية نذكر منها خدمة السبيل وهو قرض حسن صدر 02 جوان 2022 قبل موسم الحج لتمويل من يرغبون في أداء فريضة الحج ويعتبر قرض دون فوائد حيث يتبع الأحكام والتعاليم الشرعية للدين الإسلامي.

2.3.4 التسعير (السعر): يعد عنصر التسعير من أهم العوامل التي تحظى باهتمام البنك الوطني الجزائري، حيث يتم تحديد أسعار خدماته بشكل كبير على تكلفة إنتاجه للخدمة، وهذا لا يمنع من تعامل الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري بتخفيض هوامش الربح لفائدة عملائه عند تقديم الخدمات المالية الإسلامية، فكان تسعير منتجاته الإسلامية على النحو التالي:

-المرابحة للسيارات: يكون التسعير بإضافة 9% من سعر السيارة المراد اقتنائها بالنسبة للمدخرين و 9.5% بالنسبة لغير المدخرين في مدة لا تتجاوز 5 سنوات لاسترجاع مبلغ التمويل الذي قد يصل إلى 85 من سعر السيارة

-المرابحة للعقار: يكون تسعير العقار بزيادة 5.75% من سعر العقار بالنسبة للمدخرين و 6.25% بالنسبة لغير المدخرين في مدة أقصاها 40 سنة بسقف تمويل يصل إلى 90% من سعر العقار.

-المرابحة للتجهيزات: حيث يتم تسعير التجهيزات على مستوى شبابيك الصيرفة الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري بإضافة 8.25% من سعر التجهيزات بالنسبة للمدخرين و 8.5% بالنسبة لغير المدخرين، في مدة لا تتجاوز 30 سنة لاسترجاع المبلغ بحيث يصل سقف التمويل إلى 90 من سعر التجهيزات .

-الحساب الإسلامي الجاري: يشترط 1000 دينار جزائري كحد أدنى.

-الحساب الإسلامي التجاري (الاستثماري): يشترط 5000 دينار جزائري كحد أدنى.

-الحساب الإسلامي للتوفير: يشترط 100000 دينار جزائري كحد أدنى.

ويتم تسعيرها عن طريق تكوين حزمات لمجموعة من الخدمات كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 4: تسعير بعض المنتجات المالية بالشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري

الحزمة	الخدمة	الفئة المعنية	التسعير
الحزمة الإسلامية	-حساب جاري إسلامي -حساب توفير إسلامي -حساب توفير إسلامي للشباب	الأفراد	59دج/سنة
الحزمة الإسلامية الذهبية	-حساب جاري إسلامي -حساب توفير إسلامي	الأفراد	990دج/سنة

		-حساب توفير إسلامي للشباب	
3990دج/سنة	الحرفيون والتجار	-حساب جاري إسلامي -حساب توفير إسلامي	الحزمة الإسلامية الحرفية
7990دج/سنة	المؤسسات	-حساب جاري إسلامي	الحزمة الإسلامية للأعمال

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري

3.3.4 توزيع المنتجات الإسلامية في الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري

إن نجاح الصيرفة الإسلامية في الجزائر في وقتنا الحالي يتطلب اعتماد طرق توزيع مبتكرة وليس الاعتماد فقط على التوزيع المباشر في مقر الشباك الإسلامي، ولهذا اعتمد البنك الوطني الجزائري التوزيع غير المباشر عن طريق التكنولوجيات الجديدة وهذا ما تقدمه شبابيك الصيرفة الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري بإدخال تطبيقات ومواقع وبطاقات إلكترونية تسهل على عملائها إتمام عملياتهم المالية المصرفية الإسلامية إلكترونياً ونذكر منها: -مؤسسة (تطبيق) ديار دزاير: تطبيق وموقع خاص بتسويق منتجات كهربومنزلية ، أثاث و الهواتف النقالة، ويعتبر أول منصة للتجارة الرقمية بتمويل إسلامي رقمي عبر الأنترنت. وبالتعاون مع البنك الوطني الجزائري وقعت ثلاث عقود تسويقية لثلاث أنواع من الصيغ التمويلية الإسلامية عبر الأنترنت (ديار دزاير، 2023)، نذكرها في الجدول التالي:

الجدول 5: عقود التمويل الإسلامي للبنك الوطني الجزائري مع مؤسسة ديار دزاير

دار الإعمار (الخدمة 2)	دار الإجارة (الخدمة 3)	دار الصناعة (الخدمة 1)	-
الأفراد	الأفراد	المؤسسات والمهنيين	الفئة المعنية
المرابحة تجهيزات خاصة بمواد التهيئة المنتجة محليا	استئجار السكنات والدفع شهريا	الإجارة المنتهية بالتمليك للمعدات المستخدمة في نشاطهم	الخدمات
12-36 شهر	24 شهر	5 سنوات	مدة التمويل(الدفع)

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المنصة الرقمية لديار دزاير

حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن البنك الوطني الجزائري في اتفاقيته مع ديار دزاير سمح لفئة كبيرة من المجتمع وخاصة وأن الجزائريين أكبر عائق لهم هو السكن الاستئجار والدفع شهريا عكس ما هو موجود في الواقع والذي يجبر المواطن على الدفع المسبق من 6 أشهر إلى سنة بتوفير خدمة دار الإجارة. بالإضافة إلى خدمة دار الصناعة والتي تشجع المستثمرين على الاستثمار دون عناء شراء المعدات و الذي يكون عائق للمؤسسة في بداية نشاطها.

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

-**تطبيق WIMPAY-BNA**: تطبيق صدر 17 ديسمبر 2020 موجه لجميع عملاء البنك الوطني الجزائري بما فيهم أصحاب الحسابات الإسلامية. يمكن هذا التطبيق جميع من قام بتحميله عن طريق متجر التطبيقات القيام بمختلف العمليات المصرفية كالاطلاع على الرصيد وطلبات تحويل الأموال بالنسبة للأفراد، تسيير البائعين ونقاط البيع بالنسبة للمؤسسات (البنك الوطني الجزائري، 2022).

-**تطبيق BNAtic-BNA** : تطبيق صدر 09 أكتوبر 2019 خاص بالعمليات المصرفية البسيطة بالإضافة للعمليات تمويلية مختلفة هذا ما اطلق عليه البنك الوطني الجزائري خدمة طلب التمويل مجانية ومتاحة 24/24 ساعة و 7/7 أيام موجه لجميع عملاء البنك والشبابيك الإسلامية حيث يسمح للزبائن من إجراء محاكاة للصيغة التمويلية المرجو اختيارها ومعرفة مقدرتهم على اختيارها وعند الموافقة يقوم العميل بتحميل الوثائق اللازمة والتوجه إلى أقرب شبك إسلامي لتكملة المعاملات (البنك الوطني الجزائري، 2022).

-**البطاقة الإسلامية الإلكترونية**: هي بطاقة **CIB** البيبنكية الإسلامية أطلقها البنك الوطني الجزائري 08 أبريل 2021، وهي بطاقة موصولة بحساب إسلامي للودائع تحت الطلب تسمح بإجراء عديد العمليات كالسحب والدفع النقدي بالإضافة الى الاطلاع على الرصيد.

حيث نلاحظ أن البنك الوطني الجزائري بإنشائه لهذه التطبيقات ساعد على تسويق المنتجات المالية الإسلامية وتوزيعها دون اللجوء للحضور الحصري والضروري للعميل على مستوى الوكالات والشبابيك الإسلامية.

4.3.4 الترويج والدعاية لمنتجات المالية الإسلامية بالشبابيك الإسلامية

يسمح البنك الوطني الجزائري لجميع الشبابيك الإسلامية على مستوى وكالاته الموزعة على التراب الوطني بالقيام للترويج للصيرفة الإسلامية حسب المعايير المسطرة في المنطقة الموجودة بها ونذكر بعض الطرق الترويجية التي تتبناها الشبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري:

-**الإعلان والدعاية**: من خلال الومضات الإشهارية في مختلف الوسائل الإعلامية كالإذاعة والتلفزيون.

-**البيع الشخصي**: الترويج والاتصال المباشر بين الموظفين والعملاء والذي يكون على مستوى الشبكات الإسلامية بوكالات البنك الوطني الجزائري، اللقاءات الصحفية التي يقوم بها مسؤولي الاتصال والتسويق بالبنك الوطني الجزائري مع الصحافة المكتوبة أو التلفزيون أو غيرها من وسائل الإعلام وهذا يظهر جليا في الآونة الأخيرة.
بالإضافة إلى:

-الموقع الإلكتروني الخاص بالبنك الوطني الجزائري والذي مع التطور الفكري لدى المجتمع الجزائري والذي أصبح من مستخدمي التكنولوجيات و الهواتف الذكية، فكان ضرورة حتمية على البنك مواكبة هذه العصرية ونشر العروض الجديدة للتمويلات الإسلامية وكيفية استخدامها عن طريق موقعها وإضافة ميزة المحاكاة والتي

تساعد على حساب قيمة التمويلات دون اللجوء للشباك الإسلامي. إلا أن ما يعيب هذه الخاصية أنه يوجد موقع للبنك فقط أما الوكالات فتغيب عنها هذه الخاصية.

-الأبواب المفتوحة التي يقوم بها البنك الوطني عن طريق موظفي الشبابيك الإسلامية بدعوة الجمهور العام إما في مقر الوكالة أو في الجامعات أو المعارض... إلخ، والتي تروج عن طريق ملصقات تعريفية بمنتجات الصيرفة الإسلامية ذات الحجم الكبير والمتوسط على مستوى القاعات التي احتضنت فعاليات الأيام المفتوحة.

-تسويق المنتجات بتصميم بعض المطويات التعريفية بكل منتج إسلامي ووضعها على مستوى الشباك الإسلامي والبنك عموماً والتي توضع تحت تصرف العميل.

5.3.4 الموظفين (الأفراد): يعتبر الكادر البشري المؤهل عنصر مهم لنجاح العملية التسويقية للمنتجات المالية الإسلامية وهذا ما عمل عليه البنك الوطني الجزائري و كمثل فقد قامت معظم الوكالات في بداية تبني الصيرفة الإسلامية في البنك من إرسال موظفيها المسؤولين عن شمام الصيرفة الإسلامية إلى دورات تدريبية عالية المستوى وفي عدة جوانب مهمة وكانت العملية على مستوى بنك البركة والتي أشرف عليها المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية (Banque Nationale d'Algérie, 2020, p. 21). وتمت العملية على ثلاث مراحل هي: -دورة أولى في مدة 10 أيام كاملة مركزة على المفاهيم العامة المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وخدماتها المالية، واختتمت بامتحان سقف النجاح به يكون بنسبة 75% وسلمت شهادة مصرفي معتمد في الصيرفة الإسلامية للناجحين.

-دورة ثانية لمدة 07 أيام بمركز البنك الوطني الجزائري بالعاصمة، وخصت هذه الدورة للتكوين في نظام الإعلام الألي الخاص بمنتجات الصيرفة الإسلامية.

-دورة ثالثة لمدة 07 أيام بمركز البنك الوطني الجزائري وكان موضوع التكوين الإمام بالأنظمة والتعليمات الخاصة بالصيرفة الإسلامية.

ونلاحظ مما سبق أن البنك الوطني الجزائري أعطى أهمية كبيرة لتكوين الطاقم البشري العامل بالشبابيك الإسلامية والذي وجب أن تكون إضافة إلى تعلمه التقني أن يتصف بالأخلاق الدينية والشفافية في التعاملات مع العملاء و البنك بصفة عامة.

5. خاتمة:

يعد خيار البنك الوطني الجزائري للشبابيك الإسلامية كخطوة أولى لتسويق المنتجات المالية الإسلامية مرهونا بتوفير جميع العوامل والظروف والتي سبق ووضحناها من ترويج وتسعير وكسب ثقة العميل. وبعد صدور النظام المنظم للصيرفة الإسلامية في الجزائر والذي أكد ضرورة استقلالية النشاط وعملياته المحاسبية وجب الاهتمام أكثر بالموارد البشري من خلال التكوين المستمر وتدريب الموظفين المؤهلين لهذا النوع من النشاط وتسهيل الخدمة المصرفية على العميل بوجود كادر بشري يتعامل بالأحكام الشرعية.

مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-

و لفهم طبيعة العمل المصرفي الإسلامي والمشاركة في تحقيق الشمول المالي المرجو تحقيقه في الجزائر لاحظنا أن البنك الوطني يعمل بصورة جلية على القضاء على المعاملات البيروقراطية بالتعامل أكثر بالتكنولوجيات الحديثة في القطاع المصرفي كالتطبيقات الرقمية والهواتف المحمولة وغيرها، وهذا ما سيجعل الصيرفة الإسلامية على مستوى شبابيك الإسلامية بالبنك الوطني الجزائري تساهم في تغيير المنظومة المصرفية بالجزائر والانتقال إلى منظومة تكسب مختلف فئات المجتمع العازف عن كل ما هو محرم.

ومن خلال ما تطرقنا له توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

- إنشاء الشبابيك الإسلامية من طرف البنك الوطني الجزائري نتيجة حتمية لدخول سوق الصيرفة الإسلامية وتلبية رغبات وحاجيات شريحة كبيرة من المجتمع الجزائري؛
- توفر النصوص الشرعية الإسلامية والكوادر البشرية المؤهلة أهم العوامل لتنشيط سوق الصيرفة الإسلامية وتسويق منتجاتها وطنياً؛
- الاستفادة من فتح الشبابيك الإسلامية عبر الوطن تختلف حسب الولايات من الأكثر تعداد سكاني إلى الأقل؛
- تنوع واختلاف الصيغ التمويلية رغم حداثة الصيرفة الإسلامية بالجزائر؛
- توفر التطبيقات الإلكترونية المساعدة على تسريع العمليات المالية الإسلامية للعملاء؛

6. قائمة المراجع:

المؤلفات:

الخفقاني، ن. (2011). المصرفية الإسلامية(الأسس النظرية وإشكاليات التطبيق. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

الأطروحات:

أبو بكر خوالد. (2016). المزيج التسويقي ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف-دراسة حالة الجزائر-. اطروحة دكتوراه، 28-29. تخصص إقتصاد تنمية ومالية، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عنابة، الجزائر.

المقالات:

بن سعدية زهرة، و زيدان محمد. (2018). المنتجات المالية الإسلامية واستراتيجيات تطويرها. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 04(العدد 07)، ص 221.

سعيد بوهراوة. (6-5 ماي، 2014). مقاربات هندسة المنتجات المالية الإسلامية -دراسة تحليلية نقدية-. بحث مقدم حول "منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية"، ص 6.

سفيان قمومية، و بن علي بلعزوز. (2019). النوافذ الإسلامية بالبنوك التقليدية كمدخل للتحويل الكلي إلى المصرفية الإسلامية-دراسة تجربة بنك الأهلي التجاري-. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 15(العدد 21)، ص 344.

حاجي كريمة، بن عبد العزيز سفيان، و تارقي محمد صالح. (2022). دور عناصر المزيج التسويقي الخدمي في تحسين جودة الخدمة البنكية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري-وكالة بشار. مجلة مجاميع المعرفة، (01)08، 208. عبد السلام زبيدي. (2008). الهندسة المالية: مدخل لتطوير الصناعة المالية الإسلامية. مجلة علوم إنسانية(العدد 38)، 102.

القوانين:

الجريدة الرسمية. (15 03, 2020). نظام رقم 02-20. يحدد العمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، الجريدة الرسمية. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية .

التقارير:

.rapport annuel .(2020) .Banque Nationale d'Algérie

مواقع الانترنت:

البنك الوطني الجزائري. (28 12, 2022). الصيرفة الإسلامية. تاريخ الاسترداد 28 12, 2022، من الموقع الإلكتروني

للبنك الوطني الجزائري: <https://www.bna.dz/financeislamique/ar>

وكالة الأنباء الجزائرية. (2022، أكتوبر 16). البنك الوطني الجزائري: فتح في القريب وكالات في موريتانيا والسنغال.

Consulté le 7, 2023, sur وكالة الأنباء الجزائرية: -133087/economie/ar/ <https://www.aps.dz/ar/economie/133087> 2022-10-16

ديار دزائر. (02 01, 2023). الأسئلة الشائعة. تم الاسترداد من موقع ديار دزائر:

<https://www.diardzair.com.dz/faq/faq.html>

صندوق النقد العربي. (26 12, 2022). دليل مصطلحات التمويل الإسلامي. تم الاسترداد من الموقع الرسمي لصندوق

النقد العربي: -alqta-almaly- <https://www.amf.org.ae/ar/publications/derasat-ttwyr-alqta-almaly->

walmasrfy/dlyl-mstlhat-altmwyl-alaslmy

7.ملاحق



مساهمة الشبابيك الإسلامية في تسويق منتجات الصيرفة الإسلامية ضمن المنظومة المصرفية التقليدية-البنك الوطني الجزائري نموذجاً-



انضم إلى زبائن BNA ببضع نقرات

قم بالفتح المسبق لحسابك المصرفي من حيثما كنت

على تطبيق BNAeik أو على : www.ebanking.bna.dz



متوفر على



بكل بساطة

2 حمل وثائق
التوثيق



1 املأ استمارة
المعلومات



4 أتمم عملية فتح
و تفعيل حسابك
على منسوبي
الوكالة



3 اختر الوكالة
لأرباح وتوقيت
الموعد



BNA Algerie

www.bna.dz
021 426 426

البنك الوطني الجزائري ...
قوة الصيرة و روح التغيير

