



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم : العلوم المالية والمحاسبة

برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة-488-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر - تخصص " محاسبة ومالية "

إشراف الأستاذ :

إعداد الطالبة :

-مسعودي حسام

- عيادي ابتسام

جامعة العربي التبسي - تبسة
Université Larbi Tébessi - Tébessa

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة في اللجنة
د. بوتواتة امينة	أستاذ محاضر ب-	العربي التبسي - تبسة-	رئيسا
د. مسعودي حسام	أستاذ محاضر أ-	العربي التبسي - تبسة-	مشرفا ومقررا
د. دريد حنان	أستاذ	العربي التبسي - تبسة-	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024



المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر برامج التوعية في تعزيز المعرفة المالية الإسلامية لدى زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية، من خلال وضع إطار نظري للمعرفة المالية الإسلامية وربطه بالتجربة الميدانية لوكالة تبسة 488. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي عبر تصميم استبيان موجه لعينة من الزبائن، بهدف قياس فعالية هذه البرامج وتأثيرها على مختلف الفئات. تم دعم التحليل بمتابعة تطور عدد زبائن الصيرفة الإسلامية خلال السنوات الأخيرة، ما أتاح ربط النتائج النظرية بالتغيرات الواقعية في الوكالة محل الدراسة. واستُخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال برنامج SPSS لتحليل نتائج الاستبيان وتفسيرها علمياً. أظهرت النتائج أن برامج التوعية التي يقدمها البنك تساهم بوضوح في رفع مستوى الوعي لدى الزبائن، وتُمكنهم من فهم المنتجات المالية الإسلامية، مما يساعدهم في اتخاذ قرارات مالية تتماشى مع مبادئ الشريعة. كما تبين أن هذه البرامج تُعزز ثقة الزبائن بالصيرفة الإسلامية وتزيد من الإقبال عليها، ما انعكس في تطور عدد الزبائن سنوياً. بناءً عليه، يمكن القول إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة تبسة 488 – يحقق نتائج إيجابية في مجال التوعية بالصيرفة الإسلامية، مما يستدعي مواصلة هذه الجهود بشكل منظم ومستمر لضمان تحقيق شمول مالي يتماشى مع المبادئ الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: برامج التوعية، المعرفة المالية، الشمول المالي، الصيرفة الإسلامية.

Abstract

This study aims to highlight the impact of awareness programs on enhancing Islamic financial literacy among the clients of the Agricultural and Rural Development Bank by establishing a theoretical framework for Islamic financial knowledge and linking it to the practical experience of the Tebessa 488 branch. The study adopts a descriptive and analytical approach through a questionnaire designed for a sample of clients to assess the effectiveness of these programs and their influence on different customer segments. The analysis was further supported by tracking the development in the number of Islamic banking clients in recent years, allowing for a connection between theoretical findings and real-world changes observed at the branch under study. Appropriate statistical methods were used through SPSS software to analyze and interpret the results scientifically. The findings showed that the bank's awareness programs significantly contribute to raising clients' financial awareness and enable them to better understand Islamic financial products, thus helping them make financial decisions aligned with Sharia principles. The study also found that these programs enhance clients' trust in Islamic banking and increase demand for it, as reflected in the continuous growth in the number of clients year after year. Therefore, it can be concluded that the Agricultural and Rural Development Bank – Tebessa 488 branch – is achieving positive results in promoting Islamic banking awareness, which calls for the continued and systematic development of these efforts to ensure financial inclusion that aligns with Islamic principles.

Keywords: awareness programs, financial literacy, financial inclusion, Islamic banking.



نشكر د. خالد

بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا في انجاز هذا العمل وقبل أن نمضي نتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدم رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة إلى الأستاذ المشرف "مسعودي حسام" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته، كما أتقدم بالامتنان والعرفان للأستاذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم لمناقشة هذه المذكرة وخصص كل منهم وقت لقراءتها وتقسيمها، وشكري موصول كذلك الى كل أستاذة قسم المالية والمحاسبة.

وكذلك نشكر كل من ساعد على إتمام هذا البحث

وقدم لي العون ومد لي يد المساعدة وزودني بالمعلومات

اللازمة لإتمام هذا البحث.



الحمد

من قال أنا لها "نالها"

الروح من فرط السعادة توهجت، لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريباً ولا الطريق كان محفوفاً بالتسهيلات لكنني وبتوفيق المولى عز وجل ودعوات أمي فعلتها.
الحمد لله حباً وشكراً وامتناناً، الذي بفضلها ها أنا اليوم أنظر إلى حلم طال انتظاره وقد أصبح واقعاً أفخر به.

أهدي تخرجي إلى من علمتني أن العطاء ليس له حدود وأنارت لي طريق حياتي ورافقتني في كل دروبي ومسحت على قلبي من كل خيبة أصابته إلى أمي وحبيبة قلبي "حورية"

إلى أبي الغالي "عبد الحق"

إلى من قال فيهم "سنشد عضدك بأخيك"

أخي ونور حياتي "كريم" أدامك الله ضلعاً ثابتاً لي

إلى أخ لم تتجبه أمي "حليم"

إلى أخواتي "سلمى ومنال" اللاتي يذكرنني بقوتي ويقفن خلفي كضلي

إلى أبناء روحي وقلبي وبهجة حياتي "أنس وجوليا"

إلى من ارتضاه الله واختاره رفيقاً لقلبي وفرحة لروحي، أجمل عطايا

الرحمان، زوجي وأنيس أيامي "حسام"

تم بفضل الله تخرجي

فالحمد لله الذي ما تيقنت به خيراً وأملأ إلا وأغرقني سروراً.

{و آخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين}.





I	الفهرس
II	قائمة الجداول
III	قائمة الاشكال
أ	المقدمة

الفصل الاول: الاطار النظري للمعرفة المالية الاسلامية

2	تمهيد
3	المبحث الاول: مفاهيم أساسية حول المعرفة المالية
3	المطلب الاول: ماهية الشمول المالي
3	اولا: تعريف الشمول المالي
4	ثانيا: خصائص الشمول المالي
4	ثالثا: اهداف الشمول المالي
5	رابعا: ابعاد الشمول المالي
6	المطلب الثاني: ماهية المعرفة المالية
7	اولا: تعريف المعرفة المالية
8	ثانيا: مفاهيم مرتبطة بالمعرفة المالية
9	ثالثا: خصائص المعرفة المالية
10	رابعا: أهمية المعرفة المالية
11	خامسا: اهداف المعرفة المالية
12	المطلب الثالث: أبعاد المعرفة المالية والعوامل المؤثرة بها:
12	اولا: أسباب ضرورة تحصين الأفراد بالمعرفة المالية:
13	ثانيا : أبعاد المعرفة المالية:

14	ثالثا: العوامل المؤثرة في المعرفة المالية:
16	المبحث الثاني: برامج التوعية للصيرفة الإسلامية
16	المطلب الأول: المعاملات المالية الإسلامية
16	اولا: الصيرفة الإسلامية
20	ثانيا: شبابيك الصيرفة الإسلامية:
24	المطلب الثاني: برامج التوعية
24	اولا: تعريف برامج التوعية:
25	ثانيا: خصائص البرامج التوعية: ويمكن تلخيصها فيما يلي :
26	ثالث: أهمية برامج التوعية
26	رابعا: أنواع برامج التوعية:
27	خامسا: أدوات التوعية:
28	المطلب الثالث: تجارب الدول العربية في التوعية المالية:
28	اولا: مبادرات وبرامج المعرفة المالية في الاقتصادات العربية.
30	ثانيا: برنامج "واع المعرفي" السعودية :
31	ثالثا: برامج "اثراء" الاماراتي
33	رابعا: حملة التثقيف المالي المصرية
35	خامسا : برنامج التثقيف المالي المجتمعي في الأردن:
36	سادسا: برنامج أيام الثقافة المالية في المملكة المغربية
38	المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة وما يميز الدراسات السابقة
38	المطلب الاول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية
44	المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
47	المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة وما يميز الدراسات الحالية:

47	أولاً: مميزات الدراسة الحالية :
48	ثانياً: أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :
48	ثالثاً: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :
49	خلاصة الفصل الأول:
	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لدراسة
51	تمهيد الفصل الثاني:
52	المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
52	المطلب الأول: التعريف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
52	أولاً - نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية
53	ثانياً - التطور التاريخي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
54	ثالثاً: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
55	المطلب الثاني: التعريف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة - 488 -
55	أولاً - مهام وكالة BADR تبسة وتتمثل فيما يلي :
56	ثانياً: مزايا وكالة BADR تبسة وتتلخص في النقاط التالية:
56	ثالثاً: الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة - 488 -
60	المطلب الثالث: شبابيك الصيرفة الإسلامية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية
61	أولاً: تصنيف المنتجات الإسلامية في بنك البدر BADR :
65	ثانياً: برامج التوعية التي اعتمدها البنك الفلاحة والتنمية الريفية
66	ثالثاً : تطور عدد زبائن الصيرفة الإسلامية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة -488-
67	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية وخصائص عينة الدراسة
67	المطلب الأول: منهجية الدراسة
67	أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

69	ثانيا: أدوات الدراسة
70	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
70	أولا: الأساليب الإحصائية الوصفية
71	ثانيا: الأساليب الاستدلالية: وتتمثل فيما يلي:
72	المطلب الثالث: صدق أداة الاستبيان وثباتها
72	أولا: صدق أداة الدراسة
74	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
74	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية
74	أولا: متغير الجنس
75	ثانيا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن
77	ثالثا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي
80	المطلب الثاني: تحليل نتائج المتغيرات المستقلة الجزئية للدراسة
80	أولا: تحليل نتائج المتغير المستقل برامج التوعية
82	ثانيا: تحليل نتائج المتغير التابع المعرفة المالية الإسلامية
84	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
84	أولا- اختبار التوزيع الطبيعي
85	ثانيا: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات الرئيسية
89	خلاصة الفصل الثاني
91	الخاتمة
94	قائمة المصادر والمراجع
98	الملحق

قائمة الجداول والأشكال

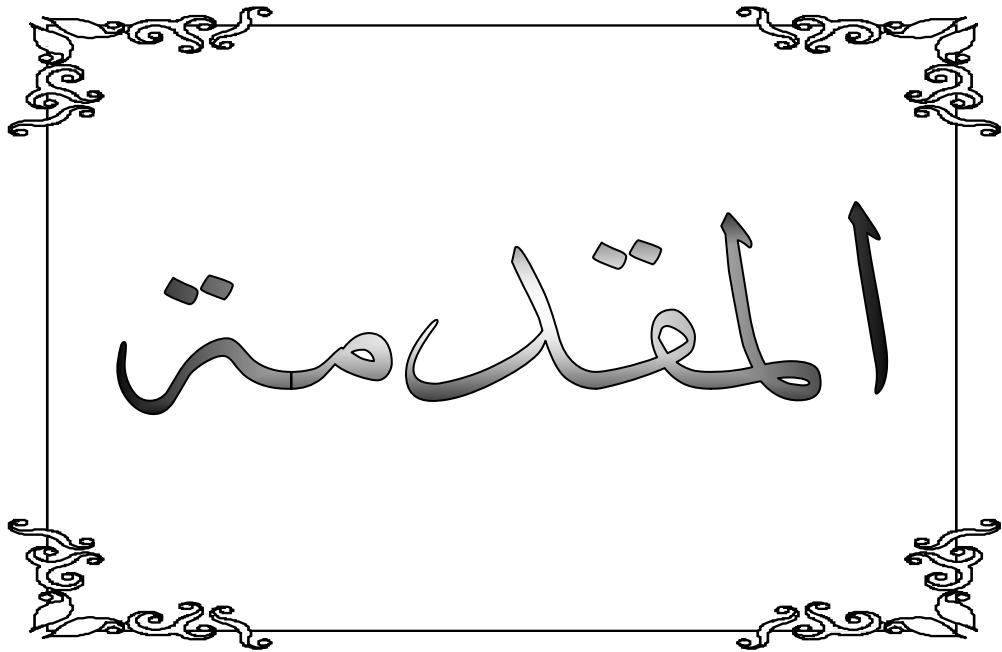
قائمة الجداول

قائمة الجداول

- جدول رقم (1): اهم الفروقات بين الودائع في البنكين التجاري والإسلامي. 22
- جدول رقم (2): خصائص برامج التوعية 25
- جدول رقم (3) : أدوات التوعية 27
- جدول رقم (4): تقسيم الإستراتيجيات الوطنية للتعليم المالي في الاقتصادات العربية 29
- جدول رقم (5): دراسة تاقيسنا طه عبدالرحمن 38
- جدول رقم (7): دراسة سليمة بن زكة، عزالدين شرون 42
- جدول رقم (8): دراسة عمامرة ياسمين وملاح وئام 43
- جدول رقم (9): دراسة Arbi Agalliu 44
- جدول رقم (10): دراسة Babas Mounira1, Fali Nabila 45
- جدول رقم (11): دراسة CSorba laszlo 46
- جدول رقم (12): تداول الاستبيان 67
- جدول رقم (13): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة 70
- جدول رقم (14): قيمة معامل الثبات للإتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة 73
- جدول رقم (15): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس 74
- جدول رقم (16): توزيع العينة حسب متغير المؤهل العلمي 77
- جدول رقم (17): توزيع العينة حسب متغير المهنة 78
- جدول رقم (18): تحليل آراء العينة تجاه محور برامج التوعية 80
- جدول رقم (19): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي 84
- جدول رقم (20): نتائج اختبار الفرضية الثانية 85
- جدول رقم (21): نتائج اختبار الفرضية الثانية 86
- جدول رقم (22): يوضح تحليل التبيان الأحادي Anova للبيانات الشخصية والوظيفية 87

قائمة الاشكال

- الشكل رقم (1) :الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة - 488 57
- الشكل رقم (2): نموذج الدراسة 68
- الشكل رقم (3): التوزيع البياني للعينة حسب متغير السن..... 76
- الشكل رقم (4): التوزيع البياني للعينة حسب متغير المؤهل التعليمي 78
- الشكل رقم (5): التوزيع البياني للعينة حسب متغير المهنة 79



المقدمة

يشهد العالم اليوم اهتماما متزايدا بالأنظمة المالية البديلة التي تحقق التوازن بين الجوانب الاقتصادية والأخلاقية ومن خلال هذا المفهوم يبرز النظام المالي الإسلامي كأهم هته الأنظمة لما يتمتع به من المبادئ مستمدة من الشريعة الإسلامية التي بدورها تضمن العدالة، الشفافية وتحقيق التنمية المستدامة، ومع انتشار الصيرفة الإسلامية عبر العالم برزت الحاجة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية لدى الافراد لضمان فهمهم لطبيعة هذه المعاملات وصيغها المختلفة كالمرابحة والمضاربة والاجارة وغيرها.

في ضل هذه التطورات اصبحت برامج التوعية احدى الركائز الأساسية المعتمدة لتنقيف الافراد وتوجيه سلوكهم المالي، وهذا ما اعتمدته المؤسسات المصرفية للتعريف بالصيرفة الإسلامية وتقوية علاقتها مع زبائنها حيث اعتبرت هذه البرامج وسيلة لنقل المعرفة وتبسيط المفاهيم وابعاد الشبهات التي قد تحيط بمنتجاتها الإسلامية وبالتالي تعزيز ثقة الزبائن بالصيرفة الإسلامية وتحفيزهم على الانخراط بها بوعي واقتناع.

وبالنظر الى الجزائر فقد عرف القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة تحولات مهمة في مجال الصيرفة الإسلامية، حيث بادرت عدة بنوك ومن بينهم بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR الى فتح نوافذ مخصصة لهذا النمط من التمويل، بهدف استقطاب شريحة واسعة من الزبائن الذين يبحثون عن حلول تمويلية متوافقة مع الشريعة. وفي هذا الإطار قام البنك بتقديم بعض البرامج لتعريف الزبائن بمنتجاته الإسلامية وشرح خصائصها ومميزاتها.

1- إشكالية الدراسة:

ما مدى مساهمة برامج التوعية المقدمة من طرف بنك البدر في تعزيز المعرفة المالية الإسلامية للزبائن ؟

ومن خلال اشكالية الدراسة يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ما المقصود بالمعرفة المالية؟
- ماهي أهم الأدوات التي تعتمد عليها برامج التوعية؟
- كيف كانت تجربة بعض الدول مع برامج التوعية؟
- ما هي أهم برامج التوعية التي اعتمدها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR للتعريف بمنتجاته المالية الإسلامية؟

2- فرضيات الدراسة:

- يقوم تقييم برامج التوعية على مدى وصول المعلومات الصحيحة و الكافية للزبائن و المتعلقة بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR
- يعتمد حجم المعرفة المالية الإسلامية على تمكن الزبائن من الفهم و الوعي بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- دور المعرفة المالية الإسلامية في مساعدة الافراد على اتخاذ قرارات مالية صحيحة متوافقة مع الشريعة.
- ابراز دور برامج التوعية في رفع من المعرفة المالية داخل المجتمع.
- تأثير برامج التوعية على المعرفة المالية الإسلامية للزبائن في البنوك التي تتعامل بالصيرفة الإسلامية.

4- اهداف الدراسة:

بناء على الإشكالية فان الدراسة تهدف الى:

- تسليط الضوء على المعرفة المالية وتأثيرها على سلوكيات الافراد المالية.
- ابراز برامج التوعية المالية المستخدمة في الدول العربية.
- توضيح تأثير برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية لدى زبائن البنك.

5- أسباب اختيار الموضوع:

جاء اختيار هذا الموضوع بناء على الأسباب التالية :

- الرغبة الشخصية في التعمق في الموضوع.
- أهمية المعرفة المالية الإسلامية اذ تعتبر مهمة لتوعية الافراد في اتخاذ قرارات مالية صحيحة وتنمashi والشريعة.
- الرغبة في دراسة موضوع متعلق بالصيرفة الإسلامية والتعرف على جوانبها.
- تطور الصيرفة الإسلامية في الجزائر.

6- حدود الدراسة

- الحدود المكانية: بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة -تبسة-.
- الحدود الزمنية: أنجزت هذه الدراسة في فترة ما بين 7 افريل 2025 الى غاية 15 ماي 2025.

7- منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لتحليل الظواهر الاجتماعية والاقتصادية وقياس تأثير المتغيرات ذات الطابع السلوكي والمعرفي، اذ يهدف هذا المنهج الى وصف واقع برامج التوعية التي يقدمها بنك الBADR وتحليل مدى تأثيرها في تعزيز المعرفة المالية الإسلامية لدى زبائنه.

- كما تم الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات الميدانية من عينة من زبائن البنك.

8- صعوبات الدراسة

يمكن حصر صعوبات الدراسة في ما يلي:

- ندرة التطرق للموضوع.
- قلة المراجع خاصة الكتب الخاصة ببرامج التوعية.

9- هيكل الدراسة

الفصل الاول: يتناول هذا الفصل الجانب النظري للمعرفة المالية ومختلف المفاهيم المرتبطة بها كما تطرقنا للصيرفة الإسلامية واهم التجارب العربية في مجال برامج التوعية.

الفصل الثاني: يتناول هذا الفصل التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية والتعرف على الوكالة-488-تبسة، كما يتضمن تحليل لنتائج الاستبيان الموجه لزبائن البنك.

الفصل الأول:

الإطار النظري للمعرفة

المالية الإسلامية

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

تمهيد

في هذا العصر الذي يتسم بتسارع التغيرات الاقتصادية والمالية وتطور المفاهيم أصبح الأشخاص يسعون الي تحقيق الكفاءة في تسيير امورهم المالية حيث لا يتحقق هذا الامر الا من خلال فهمهم واكتسابهم للمعرفة المالية التي أصبحت تعتبر أحد محركات التنمية لكافة المجتمعات الإنسانية.

وجاءت المعرفة المالية الإسلامية كنوع من المعرفة المالية التي تهدف أيضا الى تمكن الافراد من اتخاذ قرارات مالية سليمة لكنها تميزت من خلال اعتمادها على المبادئ والاحكام التي نصت عليها الشريعة الإسلامية من مجال المال والاقتصاد.

ولما يحمله هذين المصطلحين من أهمية كبيرة على الصعيد العربي والأجنبي فقد اهتم العديد من الباحثين بدراستهم وتوضيح جميع جوانبهم، ومن اجل الالمام بمختلف جوانب الموضوع النظرية، والاشارة الى بعض الدراسات السابقة قد تم من خلال هذا الفصل التطرق الى ثلاثة مباحث تتمثل في: مما سبق تم تقسيم هذا الفصل الى:

✓ مفاهيم أساسية حول المعرفة المالية

✓ برامج التوعية للصيرفة الإسلامية

✓ عرض الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول المعرفة المالية

تعتبر المعرفة المالية من الاتجاهات الحديثة التي تهتم الافراد والدول على حد سواء، خصوصا في ظل التحولات الرقمية التي تشهدها، فقد أصبح من الضروري ان يمتلك الافراد فهما أساسيا للمفاهيم الحالية من اجل إدارة شئونهم المالية بشكل فعال سواء في ما يتعلق بالادخار، الاستثمار او الاتفاق، مما يساعد في تحقيق كفاءة مالية اعلى.

سيتم التطرق في هذا المبحث الى:

- ✓ ماهية الشمول المالي
- ✓ ماهية المعرفة المالية
- ✓ ابعاد المعرفة المالية والعوامل المؤثرة فيها

المطلب الأول: ماهية الشمول المالي

يقوم الشمول المالي على اتاحة الخدمات المالية لكافة الافراد في المجتمع دون استثناء وذلك لدعمهم وتمكينهم من الادخار والاقتراض والتأمين بطريقة امنة ومن خلال هذا المطلب سنقوم بالتطرق الى:

اولا: تعريف الشمول المالي

التعريف الأول: عرف البنك الدولي الشمول المالي في تقريره الصادر عام 2014 على انه نسبة الأشخاص او الشركات التي تستخدم الخدمات المالية.¹

التعريف الثاني: وهو ان يتاح لكل فرد من المجتمع إمكانية الوصول والحصول على كل الخدمات المالية التي يحتاجها بطريقة بسيطة وسريعة وأيضا بأسعار مناسبة من خلال مصادر رسمية تتصف بالمسؤولية والاستدامة.²

¹ The world bank ,global financial development:financial inclusion, Washington, Dc:world bank ,2014,p21

²حنان الطيب، الشمول المالي، صندوق النقد الدولي، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد 1، 2020، ص05.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

التعريف الثالث: الشمول المالي هو عملية تمكين كل الافراد والمؤسسات من الحصول على كل الخدمات المالية بجودة وأسعار معقولة وأيضا بطريقة مناسبة وذلك من خلال تطبيق الأساليب والطرق القائمة المبتكرة لذلك.¹

من التعريف السابقة يمكن ان نستخلص ان الشمول المالي هو إمكانية وصول أكبر عدد من الافراد الى الخدمات المالية والمصرفية واستعمالها بأقل تكلفة وأكبر حماية ممكنة.

ثانيا: خصائص الشمول المالي

يتميز الشمول المالي بالخصائص التالية:²

- **العموم:** يستهدف جميع شرائح المجتمع حتى محدودية الدخل منهم.
- **التنوع:** تقديم خدمات ومنتجات بنكية متنوعة.
- **السعر:** تقديم خدمات ومنتجات بأقل تكلفة تتناسب مع جميع شرائح المجتمع.
- **الجودة:** مراعات عامل الجودة في طبيعة الخدمة والمنتج المقدم.
- **توفير الخدمات او المنتج على مدار السنة وفي جميع الأوقات.**
- **التوسع:** الوصول الى جميع مواقع الشركات والافراد لتسهيل عملية التنقل.

ثالثا: اهداف الشمول المالي

يهدف الشمول المالي الى:³

- تحقيق الاستقرار المالي من خلال تنوع قاعدة أصول المصارف وبالتالي تقليل المخاطر.
- تعزيز قدرة الافراد على الاستثمارات والقيم بأعمال تجارية.
- تقليل نسبة الفقر والبطالة وتسريع النمو الاقتصادي.
- تقديم منتجات بديلة للمستبعدين ماليا لأسباب المعتقدات الدينية كالتمويل الإسلامي.

¹ سهوير محمود معتوق، ايمان حسن علي، هناء محمود سيد، الشمول المالي، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 35، العدد1، ص 87.

² أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي و دوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد2، العدد2، خاص، 2021، ص648

³ احمد طاهر كاظم العنكي، دور المصارف الشاملة في تحقيق الشمول المالي، كلية دجلة، جامعة بغداد، كلية إدارة والاقتصاد كلية علوم الهندسة الزراعية، العدد3، 2021، ص156.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- المساهمة في نشر الوعي المعرفي والثقافة المالية.
- ضرورة التحول من اقتصاد يعتمد على المدفوعات النقدية الى نظام يعتمد على التسوية المصرفية والالكترونية.

كما يمكن التمييز بين اهداف الشمول المالي من خلال:¹

أ- اهداف اقتصادية:

- تحسين وتوسيع فرص وصول الخدمات المالية الى أكبر شريحة من المواطنين.
- جذب المستبعدين من خلال تقديم خدمات مالية مختلفة ومتنوعة.
- تعزيز العمل الحر ودعم المشاريع والشركات الصغيرة.

ب- اهداف اجتماعية:

- الحد من الفقر.
- عدم التمييز بين الجنسين.

رابعاً: ابعاد الشمول المالي

اتفق قادة مجموعة العشرين J20 مع توعية الشراكة العالمية حيث أجل الشمول المالي GPFI على مجموعة أساسية من مؤثرات قياس الشمول المالية:²

- 1- الوصول للخدمات المالية : و تعني القدرة على استخدام الخدمات المالية من المؤسسات الرسمية، حيث يتطلب تعين وتحديد مستويات الوصول إلى تحديد وتحليل العوائق المحتملة.

¹ يمينة شايب، التعليم المالي كأداة لتعزيز الشمول المالي لتحقيق اهداف التنمية المستدامة، مجلة المعارف، جامعة الجزائر3، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير المجلد17، العدد1، 2022، ص479.

² أسامة فراح، رحمة عبد العزيز، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك ، مجلة الوطنية لدراسات العلمية الأكاديمية المجلد 2 - العدد 2 ، خاص ، 2021 ، ص 650.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

لفتح واستخدام حساب مصرفي مثل لتكلفة و والقرب من نقاط الخدمات المصرفية، حيث يمكن الحصول على بيانات تتعلق بإمكانية الوصول للخدمات المالية من خلال المعلومات التي تقدمها المؤسسة المالية¹.

2- استخدام الخدمات المالية: ويقصد بها مدى استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي، وتحديد مدى استخدام الخدمات المالية يتطلب جمع بيانات حول مدى انتظام و توافر الاستخدام عبر فترة زمنية معينة².

3- جودة الخدمات المالية : وتعتبر عملية وضع مؤشرات لقياس بعد الجودة هو تحدي في حد ذاته حيث أنه على مدى السنوات السابقة انتقل مفهوم الشمول المالي إلى جدول أعمال الدول النامية حيث كان لا بد من تحسين الوصول إلى الخدمات المالية ، عدم الوصول إلى الخدمات المالية لازال يسبب مشكلة ويختلف بحسب البلد ونوع الخدمات المالية ومع ذلك تبقى الجهود متواصلة من أجل ضمان جودة الخدمات المالية و الذي تعتبر تحديا يتطلب من المهتمين وذوي العلاقة لدراسة وقياس ومقارنة واتخاذ إجراءات تستند إلى أدلة واضحة فيما يخص جودة الخدمات المالية المتقدمة ،ولا يعد هذا البعد واضحا و مباشرا حيث يوجد العديد من العوامل التي تؤثر على جودة ونوعية الخدمات المالية مثل تكلفة الخدمات ، وهي المستهلك، والكفاءة المالية، وشفافية المنافسة في السوق بالإضافة إلى عوامل غير ملموسة مثل ثقة المستهلك.

المطلب الثاني: ماهية المعرفة المالية

تعمل المعرفة المالية على مساعدة الافراد في اتخاذ قرارات مالية صحيحة من خلال اكتسابهم للمهارات الأساسية لإدارة المال ومن خلال هذا المطلب سنقوم بالتطرق الى :

¹صورية شنبی، السعيد بن لخضر، أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية ، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية ، المجلد 4 ، العدد 1 ، 2019، ص109.

²خلاق صليحة وآخرون ، تعزيز الشمول المالي كمدخل استراتيجي لدعم الاستقرار المالية في العالم العربي ، مجلة التكامل الاقتصادي ، المجلد 7، العدد 4، 2019 ، الجزائر، ص4.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

أولاً: تعريف المعرفة المالية

التعريف الأول: هي القدرة على فهم والاستفادة من المهارات المالية منها الاستثمار وإدارة الديون وإدارة الأحوال الخاصة.¹

التعريف الثاني: عرفت الشبكة الدولية للتعليم المالي: المزيج بين المعرفة والوعي بالمفاهيم والمخاطر المالية والمهارة والاتجاه والسلوك المالي والثقة الذاتية لدى الفرد اللازمة لصنع واتخاذ قرارات مالية سليمة فعالة غير مجموعة من السياقات المالية التي من شأنها دعم قدرة الفرد على تحقيق الرفاهية المالية للفرد والمجتمع ككل لتمكينه من المشاركة في الحياة الاقتصادية.²

التعريف الثالث: هي الوعي المالي الذي يمتلكه المستثمر عند اتخاذ مختلف القرارات المالية كما أنهم جزء من الثقافة المالية التي تشير إلى فهم أساسيات للمفاهيم المالية.³

التعريف الرابع: هي قدرة المؤسسة أو البنك على اختباره للهيكل المالي الأمثل بأقل تكلفة ممكنة ومن ثم توزيع هذه الأموال على استثمارات مختلفة بما يحقق لها أكبر عائد وبأقل مخاطرة.⁴

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نستخلص تعريف شامل للمعرفة المالية هو: أنها قدرة الافراد على فهم المفاهيم المالية الأساسية والتعامل مع المال بشكل سليم، وتشمل مهارات مثل الادخار وإدارة الديون واتخاذ قرارات حالية سليمة.

ومنه المعرفة المالية الإسلامية هي فهم شامل للمفاهيم والمبادئ المالية المستمدة من الشريعة الإسلامية، والتي تتضمن فهماً لأحكام المعاملات المالية مثل البيع، والإجارة، والمضاربة، والمرابحة، والزكاة.

¹ أميرة إبراهيم، ماهي المعرفة المالية وأهميتها في حياتنا، <https://blog-caevo.com.kw>
² د. إيمان فتحي عبده الحماص، تأثير المعرفة المالية على الاتجاه والسلوك المالي لعملاء البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة جنوب الوادي (مصر)، العدد الأول، 2020، ص 04.
³ زين العابدين عثمان، العربي تيقاوي، دور وسطاء إدارة المعرفة المالية في دعم التوجه الريادي لأصحاب المشاريع -دراسة ميدانية للموظفين في هيئات الدعم والمرافقة بإدار-، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة ادرا، (الجزائر)، العدد الأول، مجلد 06، 2022، ص 398.
⁴ تافيسنا طه عبد الرحمان، دور ابعاد المعرفة المالية في تحقيق الريادة المعرفية، دراسة استطلاعية لأراء مديري عينة من المعرف الأهلية في ابريل، المجلة الاكاديمية لجامعة نيرون، المجلد 6، العدد 4، 2017، ص 181.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ثانيا: مفاهيم مرتبطة بالمعرفة المالية

هناك مفاهيم عديدة مرتبطة بالتعليم المالي نلخصها في:

- ثقافة مالية

التعريف الأول: هي المعرفة المالية والتمكن من الفهم المالي والقدرة على تحليل المعلومات المالية واتخاذ قرارات مالية صائبة.¹

التعريف الثاني: هي معرفة وفهم المفاهيم المالية المتعلقة بالتمويل وتوفير الثقة والدوافع والمهارات اللازمة لاستخدام هذه المعرفة من أجل اتخاذ قرارات مالية صحيحة لضمات وتحسين الرفاه المالية للأفراد والمجتمع.²

التعريف الثالث: هي المعرفة والمهارات المالية والقدرة على استخدامها بكفاءة من أجل اتخاذ قرارات مالية ناجحة وفعالة.³

- محو الامية المالية

التعريف الأول: هي القدرة على اتخاذ قرارات فعالة وإصدار احكام جبائية في استخدام الأموال في عالم مليء بالتعقيدات المالية، كما تعتبر عملية ضرورية لجميع المستثمرين.⁴

التعريف الثاني: هو عملية استخدام المعرفة المالية بطريقة صحيحة بحيث تمكن الافراد من إدارة مواردها مدى الحياة وبالتالي تحقيق الامن المالي.⁵

¹ Lati nabila, babas mounira, the reality of the financial culture in The City of stif- acurvey stud strategy and developement review : farhat abbas university setif 1 (algeria), volume 10, noujuui 2020, page382.

² عروق خديجة، مساهمة الثقافة المالية في نجاح رواد الاعمال دراسة حالة: رواد ريالي-برنامج لإدارة الشؤون المالية لرواد الأعمال، مجلة الاستراتيجية والتنمية، ص334.

³ سليمان أسماء، حريري عبد الغني، بن داودية طيبة، دور الثقافة المالية في الاقبال على التحويل الإسلامي في البنوك الجزائرية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، مجلد8، العدد1، 2023، ص608.

⁴ جمال الدين سحنونه، غنية ساعد، التعليم المالي ودوره في نشر الثقافة المالية لدى المستثمر في البورصة الحالة المصرية، دفتر البحوث العلمية، ص12.

⁵ csorba, the determining factors of financial culture, financial literacy and financial behavior, public finance quarterly, 2020,p68

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- التعليم المالي (التثقيف المالي) :

التعريف الأول: هو تحسين فهم المستهلكين، المستثمرين الماليين للمنتجات والمفاهيم المالية، من خلال تقديم المعلومات والتعليمات أو المشورة بالإضافة الى تطوير المهارات لتوعيتهم بالمخاطر والفرص والخيارات المالية المتوفرة واتخاذ قرارات صائبة وفعالة لتحسين رفاههم المالي.¹

التعريف الثاني: هو الالمام بالمفاهيم والمبادئ المالية الرئيسية ومنه القدرة على استخدام المعرفة والمهارات في إدارة الموارد المالية بصفة فعالة، بغية تحقيق الامن والرفاهية المالية.²

- مفهوم التوعية المالية

هي فهم أساس هيكل المؤسسات المالية ووظائفها والمنتجات والخدمات التي يقوم بتقديمها ودورها في اتخاذ القرارات ووضع المخططات المالية ووضع ميزانية خاصة به والقيام بالاستثمارات ووضع خطة تقاعد مناسبة له، واعيا ماليا.³

ثالثا: خصائص المعرفة المالية

تتميز المعرفة المالية بثلاث خصائص أساسية هي:⁴

- **خاصية النسبية:** وتعبر عن مدى احتياج الفرد للمعرفة المالية التثقيف المالي ودوره في تعزيز التحول المالي في الجزائر، دراسة الأساسية والتي تتمثل في قراءة وكتابة مالية سليمة والتدرج منها الى مستوى المعرفة المالية المتقدمة حيث الاحتياج لعمليات حسابية أكثر تعقيدا وتخطيط مالي مستقبلي مع تزايد التعقيدات المالية في حياة الافراد والرفاهية المالية المستهدفة.

- **خاصية التنوع:** ويقصد بها التنوع في المهارات والمعرفة المالية اللازمة للأفراد من اجل ممارسة حياتهم المالية اليومية والمستقبلية.

¹ agalliu, financial culture among albanian young people and its impact on the economy Mediterranean journal of social sciences,2014,p 690

²بخاري خيرة، طهراوي دومة علي، التثقيف المالي ودوره في تعزيز التحول المالي في الجزائر، دراسة استقصائية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، غليزان (الجزائر)، المجلد 07، العدد 01، 2022، ص 423.

³ اتحاد المصارف الإماراتية، التوعية المالية للأفراد، ص 1-2.

⁴د. الحماصي، ايمان فتحي عبده، مرجع سبق ذكره، ص 9-10.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- **خاصية الاستمرارية:** بمعنى الاستمرار في تطوير المهارات والمعرفة المالية بما يحتاجه الافراد للتمكن من اتخاذ قرارات مالية وإدارة شؤون مالية متدرجة من البساطة الى التعقيد.

رابعاً: أهمية المعرفة المالية

تتمثل أهمية المعرفة المالية في:¹

- تدعيم الفرد بمهارات القراءة والكتابة المالية وتحليل الوضع المالي الذاتي له.
 - بدء تحول الأفراد عالمياً نحو الخدمات المالية أسوة بالخدمات المصرفية.
 - دعم قدرة الفرد على التخطيط المالي الذاتي قريب وبعيد المدى المرتكز على المعرفة والمهارة المالية والثقة في الذات.
 - تقليل ردود الفعل المالية العاطفية، ودفع الفرد تجاه السلوك المالي العقلاني.
 - تعقد المنتجات والأسواق المالية بشكل يحتاج إلى تكوين فهم ووعي لدى الفرد بشأن التعامل معها وعواقب ذلك.
 - تجنب الفرد الخداع المالي خاصة بعد الارتباط بين أسواق المال والمؤسسات المالية في مجالات البنوك والتأمين وبورصات الأوراق المالية.
- بالإضافة الى:²

- تعمل المعرفة المالية دوراً هاماً في صنع القرارات المالية الجيدة.
 - تخفض من تكلفة القيام بالأعمال وتوفير الوقت باستخدامها مجموعة من الأدوات المالية .
 - تساعد المنظمات في تقليل مخاطر الائتمان من خلال فهم المفترض بشكل اعمق وتحليل المخاطر ودعم قرارات الائتمان.
- كما تمكن أهمية الثقافة المالية بالنسبة للأفراد في:³
- السماح لهم بالمشاركة في الأسواق المالية.

1د. الحمامصي، ايمان فتحي عيده، مرجع سبق ذكره، ص10.

2تافيسن طه عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص181.

3محمد الصادق زعبيط، عماد الدين شرابي، مستوى الثقافة المالية لدى طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة2، مجلة العلوم الاستثنائية لجامعة ام البواقي، المجلد07، العدد3، 2020، ص1267-1268.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- تشجيعهم على الاستثمار.
- المساعدة على التعامل الصحيح مع المنتجات والخدمات المالية .
- مساعدتهم في التخطيط للأمتل للتقاعد.
- المساهمة في اتخاذ قرارات مادية رشيدة.
- تمكينهم من تحقيق الامن المالي.
- كما تسمح لهم بالتغلب على النقص وتخفيض المساعدات الحكومية.
- كما يمكن حصر أهمية الثقافة المالية بالنسبة للبنوك والمؤسسات المالية في ¹:
- **زيادة قاعدة العملاء:** زيادة الثقافة المالية لدى الأفراد يؤدي إلى زيادة اقبالهم على المنتجات والخدمات المالية مما يشكل زيادة في قاعدة العملاء المؤسسات المالية.
- **ارتفاع مستوى الإبداع والمنافسة:** زيادة الثقافة المالية ترفع من مدى معرفة الافراد لاحتياجاتهم المالية وانتقاءهم للخدمات المناسبة لها مما يؤدي الى ارتفاع مستوى الابداع والمنافسة في القطاع المالي والمصرفي.
- **زيادة الودائع:** الأفراد الذين يتمتعون بثقافة مالية يميلون الى الادخار مما يرفع الودائع المتاحة للإقراض.
- **نسبة أقل من المخاطر:** يتميز الافراد الذين يتمتعون بثقافة مالية بارتفاع حسب المسؤولية، فهم نوع من المقترضين الذين تتخفض عندهم معدلات تعثر السداد فكلما انخفضت مخاطر الائتمان التي تواجهها المؤسسات المالية كلما استقر النظام المالي.

خامسا: اهداف المعرفة المالية:

تتمثل أهداف المعرفة المالية في ² :

- ان يكون الفرد على دراية وعلم وقدرة على إدارة الأموال والأصول، والاعمال المعرفية، والاستثمارات والائتمان، والتأمين والضرائب.

¹بخاري خيرة، طهراوي دومة علي، مرجع سبق ذكره، ص424.
²محمد سعد، محمد علي شليبي، المعرفة المالية الافراد على الشمول المالي- دراسة مقارنة ، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد9، العدد2، 2018، ص 141-142.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- فهم المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها إدارة الأموال والأصول (مثل القيمة السوقية الزمنية للنقود في استثمارات وتجميع المخاطر في التأمين).
 - استخدام تلك المعرفة لتخطيط وتنفيذ وتقييم القرارات المالية.
 - تساعد المعرفة المالية في اتخاذ القرارات المالية.
- المطلب الثالث: أبعاد المعرفة المالية والعوامل المؤثرة بها:**

أصبح اكتساب المعرفة المالية من أهم المواضيع التي تداولها الباحثون والمنظمات الدولية لما لها من أهمية وتأثير على المجتمع .

أولاً: أسباب ضرورة تحصين الأفراد بالمعرفة المالية:

في عالم يشهد تطورات اقتصادية متسارعة وتحديات مالية مزيدة تبرز الحاجة الملحة إلى تحصين الأفراد بالمعرفة المالية، كضرورة لا غنى عنها، فهي لم تعد ترفاً ثقافياً، بل أصبحت أداة حيوية تمكن الأفراد من اتخاذ قرارات مالية رشيدة ، تساعد على التخطيط لمستقبلهم بثقة واستقرار إذ أن فهم أساسيات الادخار، الاستثمار وإدارة الديون، والتخطيط المالي يعزز من قدرة الإنسان على التعامل بوعي مع متغيرات الحياة الاقتصادية، ويقلل من احتمالية الوقوع في أزمات مالية قد تهدد استقراره المعيشي.

ومن هنا تظهر أهم مبررات ضرورة تحصين الأفراد بالمعرفة المالية الواردة في مايلي¹:

- توجه العالم نحو محو الأمية المالية ونشر المعرفة المالية، واعتبار ذلك حق للجميع.
- دعم الفرد وتمكينه من تحليل وضعه المالي.
- تحقيق الأفراد للأمان المالي والرفاهية المالية المبنية على حاجة الفرد أن يكون متعلماً مالياً.
- دفع الفرد تجاه السلوك الحالي العقلاني وتجنبه ردود الفعل المالية العاطفية لتمكينه من تجنب القلق المالي.

¹د الحماسي ، إيمان فتحي ، مرجع سبق ذكره، ص10-11.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- دعم قدرة الفرد على التخطيط المالي الذاتي قريب أو بعيد المدى المرتكز على المعرفة والمهارة المالية والثقة في الذات.
- تحول الأفراد حول العالم نحو الخدمات المالية وخاصة الخدمات المصرفية
- ضرورة تشكيل وتكوين وعي لدى الأفراد حول كيفية التعامل مع المنتجات والأسواق المالية المختلفة والتي أصبحت تتسم بالتعقيد.
- حاجة الأفراد إلى اتخاذ قرارات مالية يومية وحياتية خاصة في ظل تحرير الأسواق المالية.
- حاجة الفرد إلى المشورة والنصح والمعلومات الموثوقة و الصحيحة والثقة في النفس التمكن من اتخاذ قرارات مالية صائبة و تحمل العواقب.
- تجنب الأفراد التعرض للاحتيال والخداع المالي.
- تمكين الأفراد من معالجة البيانات المالية التي تنشر بشكل دوري في ظل تغيرات الهياكل الاقتصادية والنظام المالية .

ثانيا : أبعاد المعرفة المالية:

هناك عدة ابعاد مرتبطة بالمعرفة المالية يمكن تقديمها في ما يلي:¹

1- **المعرفة عن التمويل:** و يقصد به توفير الأموال اللازمة لتغطية التكاليف الرأس مالية و التشغيلية، وحيث يضمن الفرد أو المؤسسة الاختيار الامثل من بين ما هو متوفر من مصادر تمويلية مختلفة لا بد من توفر القدرات والمعلومات والمعارف الكافية التي تمكنه من تقييم هذه المصادر وأثرها على الربحية .

2- **المعرفة عن الاستثمار:** ويقصد بها المعرفة والمهارات والقدرة على الابتكار و مقدور الفرد أو المؤسسة على القيام بعملية الاستثمار بالإضافة إلى القيم والثقافة والخبرة والحكمة و الحدس وقابلية المستثمر على الوصول وتحقيق الأهداف مع تحقيق الربح وخلق القيمة

كما يتضمن هذا البعد المعرفة بالحقائق والقوانين والمبادئ الاستثمارية بالإضافة إلى المعرفة بمهارات الإتصال وفريق العمل.

¹ أتافيستا عبد الرحمن ، مرجع سبق ذكره، ص 181-182.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3- المعرفة عن إعادة الهندسة المالية: وهو توجه اداري حديث تتمثل فلسفته في إعادة النظر في تصميم وتطبيق عمليات الأعمال والعمليات الإدارية بشكل خاص ومنها الوظيفة المالية، ويدخل في هذا المفهوم استبعاد كل ما لا يضيف قيمة، وخلق واستحداث طرق وأساليب جديدة ذات تكلفة قليلة وجودة عالية وسهولة التنفيذ من شأنها تحسين الأداء ورفع القيمة.

4- المعرفة عن السوق: وتعني الحصول على كافة المعلومات التي تقدم صورة تحليلية عن مختلف جوانب السوق والعوامل المؤثرة فيه، وهذا من خلال الاستثمار في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بذلك الأسواق حيث يتم فهم السوق.

ثالثاً: العوامل المؤثرة في المعرفة المالية :

تتأثر المعرفة المالية بعدة عوامل مختلفة نوضحها في ما يلي:

1- العمر: توجد جدلية حول علاقة هذا العامل بالمعرفة المالية ، حيث تشير العديد من الدراسات التجريبية إلى أن العلاقة وطيدة بين العمر و المعرفة المالية لأنها أيضاً اختلفت في الفئات العمرية الأكثر معرفة مالية في حين أن بعض الدراسات الأخرى نفت وجود هذه العلاقة.

ولكن استناداً إلى بعض الأدلة فإن المعرفة الحالية تنخفض عند كبار السن وفئة الشباب وترتفع في الفئة الوسطى أي فئة الأفراد البالغين

حيث تم تفسير هذا بأن فئة الشباب يفتقرون للتجربة والخبرة في المال أما بالنسبة لفئة كبار السن فذلك يعود للخلفية الفكرية القديمة وعدم تقبلهم التعاملات الحديثة بعكس فئة البالغين¹.

2- الجنس: أكدت الدراسات أن الجنس من أهم محددات المعرفة المالية، حيث عادة ما يكتسبه الرجال (الذكور أكثر من النساء (الإناث) و هذا يعود لعدة عوامل منها الاجتماعية، حيث

¹ وجد رفيق الصانغ ، أثر المعرفة المالية على مشاركة القطاع العائلي فيا سوق دمشق للأوراق المالية، لنيل شهادة الماجستير في العلوم المالية والمعرفية ، جامعة تشرين 2015، ص30

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

يتولى الرجل عادة المهام المالية في الأسرة، إضافة إلى اختلاف قنوات اكتساب المعرفة المالية بينه وبين المرأة.¹

3- المستوى التعليمي والثقافي: تزداد المعرفة المالية مع زيادة ثقافة الفرد و مستواه التعليمي، فالأشخاص ذوي المؤهلات العلمية يتمتعون بمعرفة مالية أعلى وربما يعود هذا إلى أن الأفراد الذين يمتلكون معرفة مالية وثقافة عامة من السهل عليهم التعلم وامتلاك المعارف الأخرى.²

4- مستوى الدخل ومستوى الثروة: حيث يعتبر العلاقة بين مستوى الدخل والثروة والمعرفة المالية علاقة تبادلية، فزيادة الثروة تدفع الأفراد لزيادة في المعرفة المالية للتمكن من تسيير هذه الثروة، ومن جانب آخر فإن توفر المعرفة المالية يمكن الأفراد اغتنام فرص واتخاذ قرارات صحيحة كالقرارات الاستثمارية وقرارات الافتراض مما يزيد الثروة.

5- الحالة الوظيفية او المهنية: وتعتبر الحالة الوظيفية والمهنية من المحددات الرئيسية للمعرفة المالية، حيث ان مستوى المعرفة المالية يرتفع عند الافراد ذوي المهن الذهنية والتي تعتمد على العقل اكثر من ذوي الأعمال اليدوية والتي تعتمد على الجهد، بالإضافة الى تمتع الافراد الذين يعيشون في مناطق حضرية كالمدن بمستوى اعلى من المعرفة المالية عن الافراد الذين يعملون او يسكنون الأرياف.³

¹ Tabea bucher-Koenenetal, how Financially Literate are Women! An everview and New insights GFLEC Working Paperseries 2016, Sure = https://gflec.org/lwp_Content_luploads/2016/02_WP-2016-1-how-Financially-Lite-rate-Are-Women.pdf.

² وجد رفيد الصائغ، مرجع سبق ذكره، ص 34
³ وجد رفيق الصائغ، مرجع سبق ذكره، ص 22.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

المبحث الثاني: برامج التوعية للصيرفة الإسلامية

في العقدين الماضيين تطور التمويل الإسلامي وانتقل من خدمة منفصلة إلى قطاع مستقل بذاته عبر العالم اجمع حيث يقوم على مبادئ مستمدة من الشريعة الإسلامية والتي تهدف إلى منع وحظر الربا والفوائد الربوية، وضرورة مشاركة الأرباح والخسائر، حيث تم الاعتماد على برامج التوعية المختلفة في نشر التوعية حول هذا المجال.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى:

✓ الصيرفة الإسلامية ;

✓ برامج التوعية ;

✓ تجارب الدول العربية في التوعية المالية.

المطلب الأول: المعاملات المالية الإسلامية

احتلت الصيرفة الإسلامية مكانة هامة في الاقتصاد المصرفي العالمي، خاصة بعد التغيرات الدولية المعاصرة.

اولا: الصيرفة الإسلامية

1-تعريف الصيرفة الاسلامية :

- **التعريف الأول:** "ذلك البنك أو المؤسسة التي ينصب قانون إنشائها ونظامها الأساسي صرامة على الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية، وعلى عدم التعامل بالفائدة أخذا وعطاء"¹

- **التعريف الثاني:** نظام مصرفي يستمد أحكامه من فقه المعاملات في الشريعة الإسلامية، إذ أن عمليات استقطاب الأموال وتوظيفها تتم وفق الأحكام التشريعية الإسلامية ووفقا لصيغ البيوع والمشاركات"²

¹ عادل عبد الفضيل، الربح والخسارة في معاملات المصارف الإسلامية دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ، 2007، ص397.

² سلمية بن زكة ، عز الدين شرون، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر - دراسة تحليلية تقييمية - مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10 - العدد 02 ، جامعة سكيكدة ، الجزائر، 2020 ، ص292.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- **التعريف الثالث:** "المصارف الإسلامية هي عبارة عن مؤسسات مالية تعمل وفق الاحكام الشرعية الإسلامية وهدفها الرئيسية تحقيق التنمية الاقتصادية والتكافل الاجتماعي في المجتمع"¹.

ومن خلال التعريفات السابقة يتضح:

"الصيرفة الإسلامية هي نظام مصرفي يتوافق مع احكام ومبادئ الشريعة الإسلامية"

2- خصائص الصيرفة الإسلامية:

تتمثل أهم خصائص الصيرفة الإسلامية في النقاط التالية:²

- **تحريم الربا (الفوائد):** يحرم الإسلام الربا على أساس أن الفائدة هي شكل من أشكال الاستغلال الذي يعارض فكرة العدالة حيث يبنى الاختلاف بين الصيرفة الإسلامية و التقليدية على هذا الأساس.
- **تحريم ألعاب الحظ (الميسر) والفرصة (الغرر):** والمعنى منها هو زيادة الثروة بالحظ بدلا من الجهد فالصيرفة الإسلامية تحظر المضاربة، ويقصد بالميسر الشك الذي يمكن تجنبه مثل ألعاب القمار، أما الغرر فهو المغامرة في مشروع ما دون توفر معلومات كافية.
- **حظر الأنشطة المحرمة (حرام):** فالصيرفة الإسلامية تقوم فقط بتمويل المشاريع الحلال والمباحة فقط فمثلا ترفض إقراض الأفراد المنخرطين في نشاطات ضارة بالمجتمع كما تمنع تمويل المشاريع المحرمة "كتمويل بناء مصنع لعمل مشروبات كحولية"
- **دفع جزء من أرباح البنك لمنفعة المجتمع (زكاة):** بحث الإسلام على العدالة والمساوات في الفرص وليس النتيجة واحد طرق تنفيذ ذلك هو إعادة توزيع الدخل لدعم الفقراء وتحسين معيشتهم، كما أن الزكاة أحد أركان الإسلام الخمس، والمصارف الإسلامي تعمل على منحها مباشرة للمؤسسات الدينية الإسلامية.

¹ عبدلي حبيبة ، عبدلي وفاء ، عبدلي هالة، الصيرفة الإسلامية في الجزائر " واقع وتحديات "، مجلة الحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 7 ، العدد 2 ، جامعة خنشلة ، الجزائر، 2020، ص66.

² سليمة بن زكة ، مرجع سبق ذكره، ص292.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3- صيغ التمويل الإسلامية:

يبنى التمويل الإسلامي على نوعين من الصيغ الموافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية وهي كما يلي :

3-1- صيغ التمويل القائمة على المشاركة في عائد الاستثمار :

ويتم من خلالها استبدال علاقة الدائن والمدين بعلاقة أخرى معتمدة على الاشتراك في تحمل المخاطر من ربح وخسارة مع اقتسام العائد¹ وتتمثل في² :

أ- التمويل بالمضاربة:

وهو عقد بين طرفين أحدهما صاحب المال والآخر صاحب الجهد (العمل) حيث يدفع صاحب المال، المال للطرف الثاني (المضارب) ليتاجر به، على أن يكون الربح مشتركا بينهما بنسب متفق عليها عند العقد، وفي حالة ما إذا تحققت الخسارة يتحملها صاحب المال في حالة ما لم يتبين تقصير أو إهمال من المضارب كما أن المضارب لا يتلقى مقابلا لجهد في حالة الخسارة وذلك حيث تتحقق المساواة والعدل فهما يخسران معا ويربحان معا .

ب- التمويل بالمشاركة:

هو شراكة بين طرفين أو أكثر من المال أو العمل يتم الاتفاق على كيفية تقييم الأرباح من خلالها والخسارة تكون حسب نسب المساهمة في رأس المال.

ت- التمويل بالمزارة:

هي اتفاق بين طرفية أحد هما يملك أرض لا يستطيع زراعتها ورعايتها وآخر يملك الجهد والخبرة والقدرة على زراعتها حيث تقوم هذه الشراكة بينهما على أن يتم اقتسام المحصول وفقا لما تم الاتفاق عليه في العقد.

¹ عبدلي حبيبة ، مرجع سبق ذكره ، ص 70 .

² سليمة بن زكة، مرجع سبق ذكره ، ص 292 - 293 .

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ث- **المغارسة:** هي تقديم أرض صالحة للزراعة لشخص ما كي يغرس بها شجرا حيث يتم تقاسم الأرض والأشجار بين الطرفين حسب ما تم الاتفاق عليه.

ج- **المساقاة:** وهي اتفاق بين طرفين يقوم أحدهما بعملية سقي أرض أو بساتين أو أشجار الطرف الآخر حيث يحصل الساقى على حصة محددة ومتفق عليها من ناتج هذا السقي أو الاشجار

3-2- صيغ التمويل القائمة على المديونية:

العلاقة بين المصرف والعميل هنا يغلب عليها طابع الدائن والمدين وهو ما يفضل المتعاملين ومن أهم هذه الصيغ¹:

أ- **التمويل بالمrabحة:** وهي تقديم طلب للمصرف على أن يقوم بشراء سلعة معينة وبيعها للعميل بربح محدد متفق عليه.

ب- **التمويل بالتأجير:** وهو بيع حق الانتفاع مع الاحتفاظ بحق التملك بمعنى أن المصارف الإسلامية من خلال هذا التمويل تقوم بتأجيل أصل من الأصول الثابتة (عقار معدات) لا يستطيع العميل شراؤها ويكون ذلك عن طريق أقساط تدفع للمؤجر (البنك) مع إمكانية التملك في نهاية المدة بعقد مستقل.

ت- **التمويل بالاستصناع والسلم:**

- **الاستصناع :** وهي صيغة يتم من خلالها الصانع بصنع محدد الجنس والصفات للمتصنع (الطرف الثاني) على أن تكون المادة الأولية من عند الصانع وذلك مقابل مبلغ معين يدفعه المتصنع للصانع، حالا أو أجلا.

- **السلم:** و هو عقد يقوم بموجب المشتري يدفع مبلغ (ثمن) إلى البائع الذي يلتزم بدوره بتسليمه سلعة محددة في أجل معين، فهو يبيع اجل بعاجل (الاجل هي السلعة أما العاجل هو المال المدفوع).

ث- **التمويل بالقرض الحسن:** حيث أضيفت كلمة الحسن للقرض لتفريقه عن القرض العادي المقدم من طرف البنوك التقليدية ، حيث يقدم هذا القرض بدون فائدة للعميل على أن يتم

¹ عبدلي حبيبة ، مرجع سبق ذكره، ص71.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

رد المبلغ في الوقت المحدد، وغالبا ما تحجب المصارف الإسلامية عن تقديم هذا النوع من التمويل لأنه يعتبر تعطيلا للأموال المصروف دون عائد¹.

ثانيا: شبابيك الصيرفة الإسلامية:

تمثل الشبابيك الإسلامية نمودجا مبتكرا في الخدمات المصرفية التي تتوافق والشرعية الإسلامية، بمحاولة منها لتقديم خدمات مالية مبتكرة متوافقة مع المبادئ الإسلامية.

1- تعريف شبابيك الصيرفة الإسلامية.

- **التعريف الأول:** حيز مكاني يفتح داخل فضاء الصيرفة التقليدية لممارسة الصيرفة الإسلامية في إطار تعاقدية لغرض تقديم خدمات ومنتجات مصرفية إسلامية محددة من طرف السلطة النقدية للدولة².

- **التعريف الثاني:** الفروع التي تنتمي إلى مصارف تقليدية وتمارس الأنشطة والعمليات المصرفية طبقا لأحكام الشريعة الإسلامية وبالتالي يستطيع المصرف التقليدي من خلال تلك الفروع أن يمارس النشاط المصرفي الإسلامي بالتوازي مع ممارسته للنشاط المصرفي التقليدي³.

ومن هذه التعاريف يمكن استنتاج عناصر النوافذ الإسلامية في البنوك التقليدية بشكل عالم والمتمثلة في⁴:

- تكوين النافذة لقسم أو شعبة أو وحدة تابعة اداريا للبنك أو لفرعه التقليدي، وهذا العنصر يبرز كذلك من الناحية المكانية في النافذة، اذ يتطلب ارتباط النافذة مكانيا بالبنك.
- الخضوع لرقابة وإشراف هيئة رقابية شرعية خاصة بالنافذة يتم تشكيلها من قبل البنك التجاري الذي تتبعه النافذة.

¹ سليمة بن زكة، مرجع سبق ذكره، ص 293-294.

² يحيى عبد القادر، النوافذ المصرفية الإسلامية خطوة نحو الصيرفة الإسلامية دراسة تحليلية لتجربة المنظومة المصرفية الجزائرية . الاستراتيجية والتنمية، المجلد10، العدد 1 ، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، الجزائر، 2020، ص343.

³ رحمانى أحمد، جبوري محمد، النوافذ الإسلامية كآلية لتوجه نحو الصيرفة الإسلامية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد10، العدد01، جوان 2020، ص 74 .

⁴ عامرة ياسمين، صلاح ونام، التوجه نحو التعاملات المالية الإسلامية في البنوك التجارية عن طريق الشبابيك الإسلامية - دراسة حالة بنك الوطني الجزائري وكالة تبسة 491 ، مجلة الدراسات البنينة والتنمية المستدامة ، المجلد (3) العدد 1 ، ص 296

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- الخضوع لأحكام القانون إذ ينبغي أن تكون النافذة خاضعة و ملتزمة بأحكام القوانين المطبقة في البلاد التي تعمل فيها دون أن تخالف أحكام الشريعة الإسلامية في تعاملها المصرفي

- ممارسة الصيرفة الإسلامية ويشمل هذا العنصر قيام النافذة الإسلامية بكافة أعمال البنوك الإسلامية المعروفة حيث تتصرف من حيث الخدمات كأنها بنك إسلامي مستقل.

2- أهداف شبابيك الصيرفة الإسلامية.

تهدف الشبابيك الإسلامية في البنوك إلى:¹

- اختبار تجربة المصارف الإسلامية من خلال إنشاء فروع في البنوك التقليدية ;
- المحافظة على العملاء في البنوك التقليدية من جذب المصارف الإسلامية لهم ;
- رغبة البنوك العادية في منافسة البنوك الإسلامية ;
- الرغبة في تحول بعض البنوك التقليدية إلى بنوك إسلامية باتباع سياسة التدرج ;
- إمكانية تطبيق المراجعة عزز من قناعة البنوك التقليدية باستخدامها ضمن آليات عملها بأنشاء فروع إسلامية تابعة لها.

3- مقارنة الشبابيك الإسلامية بين البنوك التجارية والإسلامية

برزت الشبابيك الإسلامية كخيار متاح داخل البنوك التجارية إلى جانب البنوك الإسلامية المتخصصة، وتأتي هذه الخطوة استجابة للطلب المتزايد على المنتجات والخدمات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية إلا أنه هناك فروقات واضحة بينهما، نذكر أهم هته الفروقات في:²

3-1- مقارنة من حيث اهم الانشطة البنكية: تتعدد وتختلف الأنشطة البنكية باختلاف إمكانية

كل بنك ولكنها تتشابه وتتقارب من حيث نوعية الأنشطة البنكية الأساسية و مع ذلك تختلف العلامة في آلية قبول الودائع، توظيف الأموال وتقديم الخدمات.

¹ عامرة ياسمين، صلاح ونام، مرجع سبق ذكره، ص298.

² عامرة ياسمين، صلاح ونام، مرجع سبق ذكره، ص 299، 303.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3-2- مقارنة من حيث نشاط قبول الودائع:

- تنظر البنوك التجارية للودائع نظرة القروض، فالمقترض لا يلتزم برد القرض عينا، ولا يمنع خلطه بغيره من الأموال.
- بينما الوديعة في الإسلام تلزم تجنب خلطها مع أموال أخرى حتى لا يتعذر تمييزها.
- لكن الأمر يختلف باختلاف نوع الوديعة وفيما يلي يوضح لاهم هذا الاختلافات من الودائع في البنكين.

جدول رقم(1): اهم الفروقات بين الودائع في البنكين التجاري والإسلامي.

نوع الودائع	نوع البنك	تجاري	اسلامي
ودائع تحت الطلب		صاحب الوديعة يحصل على سعر فائدة ثابت	لا يشارك صاحب الوديعة لافي الربح ولا الخسارة
ودائع تجارية		لا يشارك صاحب الوديعة لا في الربح ولا في الخسارة	لا يشارك صاحب الوديعة لا في الربح ولا في الخسارة
ودائع استثمارية		تحسب الفائدة منذ يوم الايداع	تحسب الفائدة منذ وقت استثمار المال المودع
ودائع الادخار) (التوفير)		تمنح فائدة تحدد مسبقا عند ادنى رصيد للمودع	العائد والفائدة متغيران حسب ما تدره من ايراد. بالإضافة لأنه لاستثمار كل المبلغ بل يبقى على قسم لتغطية السحب المؤقت

المصدر: من إعداد الطالبة، بالاعتماد على عمامرة ياسمين، صلاح وئام ، التوجه نحو التعاملات المالية الإسلامية في البنوك التجارية عن طريق الشبابيك الإسلامية : دراسة حالة بنك الوطني الجزائري.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3-3- مقارنة من حيث توظيف الأموال.

- البنوك التجارية، تعتمد عادة في سياسة توظيف أموالها على الاقراض بفائدة وهو النشاط الذي يمثل تقريبا 75% من انشطتها.
- أما البنوك الإسلامية تستثمر الأموال المتاحة لديها بتطبيق عدة سياسات استثمارية إسلامية (المضاربة، المشاركة، المرابحة، الإجارة، الاستصناع، الخ) وكل هذه السياسات يتضافر من خلالها عنصر رأس المال على عنصر العمل، حيث تركز على القاعدة الإسلامية العادلة (الغنم بالغرم) حيث يعمل هذا الأمر على تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال تدوير رأس المال في مشاريع إنتاجية مختلفة مما يساعد في توفير فرص عمل للعاطلين و المساعدة في استفادة المجتمع من هذه الأموال بكل الطرق.

3-4- مقارنة من حيث الموارد والاستخدامات:

أ- مقارنة هيكل الموارد:

- بالنسبة للبنك التجاري: وتتكون من مصادر داخلية وخارجية كالتالي :
خارجية: ودائع بأنواعها (ودائع جارية تحت الطلب، الادخارية و الاستثمارية.....)
- داخلية: رأس المال المدفوع، الاحتياطات، المخصصات، الأرباح المحتجزة.
- بالنسبة للبنك الإسلامية: وتتكون من مصادر داخلية وخارجية كالتالي:
داخلية: رأس مال مدفوع، احتياطات، مخصصات، أرباح محتجزة.
- خارجية: الودائع بأنواعها، بالإضافة إلى حسابات الاستثمار المخصص والعام)،
صكوك الاستثمار.

ب- مقارنة هيكل لاستخدامات:

- في المصارف الإسلامية يعتمد جانب الاستخدامات الى حد كبير على تقديم القروض والسلفيات والتوظيفات الأخرى قصيرة الأجل.
- تمتاز استخدامات الأموال لدى المصارف الإسلامية بتنوعها وتعدد الأطراف المستفيدة منها بالإضافة الى اختلاف مواعيد استحقاقها وطرق احتساب الفوائد عليها.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- عدم ظهور حساب القرض وبفائدة لعدم تعامل البنوك الإسلامية بها أخذاً وعطاءاً و هذا ما تعمل به البنوك التجارية بعكس البنك الإسلامي الذي يعمل بحساب القروض الحسنة بتكلفة التمويل.

- اعتماد البنك التجاري على الاستثمار في الأوراق التجارية (الكمبيالات، الحوالات المخصوصة) على عكس البنك الإسلامي الذي يحرم مثل هذه المعاملات لما تنطوي عليه من محضورات شرعية

المطلب الثاني: برامج التوعية

مع تزايد المشكلات الصحية والاجتماعية، برزت برامج التوعية كوسيلة فعالة لنشر المعرفة وتوجيه الافراد نحو سلوكيات مفيدة لهم ولمجتمعهم.

اولاً: تعريف برامج التوعية:

التعريف الأول: برامج التوعية هي إستراتيجيات تعليمية تهدف إلى زيادة وعي الأفراد بمشكلة أو موضوع معين وتزويدهم بالمعرفة والمهارات التي تمكنهم من اتخاذ قرارات مستنيرة وتغيير سلوكياتهم بشكل ايجابيا.¹

التعريف الثاني: برامج التوعية هي مجموعة من الأنشطة المخططة والمنظمة التي تهدف إلى نقل المعلومات والتأثير في المواقف والسلوكيات من خلال التفاعل مع فئات مستهدفة بهدف تعزيز الوعي العام ودعم التغيير الاجتماعي أو الصحي أو البيئي.²

التعريف الثالث: هي مجموعة من الأنشطة المنظمة التي تهدف إلى نشر المعلومات وتغيير المعارف أو الاتجاهات أو السلوكيات داخل المجتمع وهي غالباً ما تنظم من قبل هيئات حكومية أو منظمات غير ربحية أو مؤسسات تعليمية بهدف تحقيق منفعة عامة أو تصحيح سلوك اجتماعي.³

¹ glanz,k,Rimer,B.K,&Viswanath,K,Health behavior and health education theory, research and practice,4th ed ,sanfrancisco,2008,p27

² natbeam,D,health literacy as a public health goal a challenge for contemporary health education and communication Strategies into the 21st century, health promotion international, 15 ed,(3), 2000,p260

³الغزاوي ، أحمد عيد الكريم، الإتصال الجماهيري وبرامج التوعية الاجتماعية، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2019 ، ص42.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن برامج التوعية هي:

جهود منظمة تهدف الى نشر المعرفة وزيادة وعي الأفراد أو الجماعات حول قضية معينة مثل الصحة البيئة أو السلوك الاجتماعي، وذلك بهدف تغيير المواقف والسلوكيات بشكل ايجابي باستخدام وسائل تعليمية، وتواصلية مناسبة.

ثانيا: خصائص البرامج التوعية: ويمكن تلخيصها فيما يلي :

جدول رقم (2): خصائص برامج التوعية

الخاصية	الوصف
مبنية على التخطيط المسبق	برامج التوعية تطور باستخدام أساليب تخطيطية مدروسة تبدأ من تحديد المشكلة وتحليل الجمهور المستهدف.
تستهدف فئة معينة	كل برامج يعمم وفق خصائص الفئة المستهدفة (العمر، اللغة، الثقافة،)
تسعى لتغيير السلوكيات	لا تقتصر على نشر المعلومات بل تهدف الى تغيير مواقف وسلوك الافراد بشكل ايجابي.
تعتمد على التواصل الفعال	تستخدم مجموعة من الوسائل والوسائط التي تتناسب طبيعة الجمهور لضمان إيصال الرسائل بفعالية
قابل للتقييم	يصمم البرنامج بطريقة تسمح بقياس نتائجه وتقييم مدى تحقيق الأهداف.
تراعي السياق الثقافي والاجتماعي	يجب ان تتلاءم الرسائل التي يقدمها البرنامج مع الخلفية الثقافية للمجتمع المستهدف لتعزيز التأثير.

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على

Glanz,k,Rimer ,B,K & viswanath ,k , Health behavior and Health education, Theory, Research and practice, 4th ed ,sanfrancisco,2008 ,p(19,35)

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ثالث: أهمية برامج التوعية

يمكن تلخيص أهمية برامج التوعية في النقاط التالية¹:

- تعتبر أداة فعالة لنشر المعلومات التي تساعد الأفراد على فهم المشكلات الصحية أو الاجتماعية والتفاعل معها يوعي.
- تساعد في تقليل انتشار السلوكيات الضارة أو الممارسات الخاطئة من خلال التنقيف المبكر و التدخل الوقائي.
- تلعب دورا مهما في تحفيز الأفراد لتبني أنماط حياة صحية وسلوكيات اجتماعية بناءة
- تسهم في تمكين الأفراد والمجتمعات من المشاركة الفعالة في حل مشكلاتهم من خلال رفع الوعي وبناء المهارات.
- من خلال الوقاية والتنقيف، يمكن تقليل الضغط على الأنظمة الصحية و الاجتماعية وتقليل التكاليف طويلة المدى.

رابعاً: أنواع برامج التوعية:

يمكن تصنيف برامج التوعية إلى عدة أنواع رئيسية بحسب الهدف والوسيلة والجمهور المستهدف²:

- 1- **برامج التوعية الوقائية : (Preventive Awareness Programs)** : وهي عبارة عن برامج تهدف الى منع حدوث المشكلات قبل وقوعها، مثل التوعية بمخاطر التدخين أو أهمية النظافة الشخصية .
- 2- **برامج التوعية العلاجية (Intervention - focused programs)** : وهي البرامج التي تستهدف الأفراد المتأثرين بالفعل بمشكلة صحية أو اجتماعية وتركز على دعمهم للتعافي وتفادي المضاعفات مثل برامج التوعية بمرض السكري أو الإدمان .
- 3- **برامج التوعية التنموية (Developpemental programs)** : وهذا النوع من البرامج يستخدم في تعزيز الوعي في مراحل معينة من النمو أو التغيير الاجتماعي، مثل التوعية بالمدارس أو برامج التوعية الخاصة بالمراهقين.

¹ Glance,k, مرجع سابق الذكر ،p(30،35)

² Naido,j, & wills,j, Foundations for health promotion, 3rd ed, Edinburgh, 2009,p(125,131)

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

4- برامج التوعية المجتمعية (Community-based Programs) : حيث تركز

هذه البرامج على تغيير الوعي والسلوك الجماعي من خلال حملات عامة وتستخدم في موضوعات كالحفاظ على البيئة أو العنف المجتمعي .

5- برامج التوعية المؤسسية (Institutional Programs) : تنفذ داخل المؤسسات

مثل المدارس أماكن العمل أو الجامعات وتتناول مواضيع تتعلق بالسلوك المهني أو السلامة أو الصدمة النفسية.

خامساً: أدوات التوعية:

تتنوع أدوات التوعية بحسب طبيعة البرامج والجمهور المستهدف وتشمل ما يلي:¹

جدول رقم (3) : أدوات التوعية

الاداة	الوصف
الملصقات والمطبوعات	تستخدم لنشر معلومات سريعة وبصرية في الأماكن العامة أو المؤسسات وهي فعالة في جذب الانتباه وإيصال الرسائل باختصار .
المحاضرات وورش العمل	توفر تفاعلاً مباشراً مع الجمهور المستهدف وتستخدم لنقل المعرفة وتبادل الخبرات بشكل أعمق .
الوسائل الصحية والبصرية	مثل مقاطع الفيديو والإعلانات التلفزيونية والإذاعية وتعد مفيدة في توضيح السلوكيات وإيصال رسائل عاطفية.
الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي	وهي أدوات حديثة تتيح الوصول السريع والواسع لفئات متنوعة ويمكن من خلالها التفاعل والتوعية المستمرة.
العروض التفاعلية والمجسمات	تستخدم خاصة في التوعية الصحية لتوضيح مفاهيم معقدة من خلال المحاكاة أو التجزئة العملية .

¹ Hubley, J, & Copeman, J ,practical health promotion, 2nd ed, Cambridge, 2013,p (64,74)

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

المسرحيات والاعمال الفنية	وسيلة إبداعية وفعالة في المجتمعات المحلية لا يصلح الرسائل من خلال التمثيل أو الفن.
---------------------------	--

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على

Hubley, J,& Copeman, J ,practical health promotion, 2nd ed,
Cambridge, 2013

المطلب الثالث: تجارب الدول العربية في التوعية المالية:

بدأت الدول العربية مؤخراً في تعزيز التوعية المالية بهدف رفع الثقافة المالية لدى الأفراد وتحسين سلوكهم في الإنفاق والادخار وقد أطلقت دول مثل السعودية والإمارات برامج وطنية شاملة بينما ركزت دول أخرى مثل المغرب والأردن على الشمول المالي والتدقيق من خلال المدارس والبنوك، وتتوعد الوسائل بين العملات الإعلامية والمناهج الدراسية والتطبيقات الرقمية ورغم التقدم الملحوظ، مازالت هذه الجهود بحاجة إلى تطوير وتنسيق أكبر لتحقيق نتائج فعالة ومستدامة.

اولاً: مبادرات وبرامج المعرفة المالية في الاقتصادات العربية.

تزايدت أهمية المعرفة المالية بعد الأزمة المالية العالمية 2007 - 2008 ، حيث أظهرت هذه الأزمة الآثار السلبية لعدم وجود معرفة مالية لدى أغلبية المتعاملين مع البنوك والمؤسسات المالية وهذا الأمر الذي دفع الكثير من الحكومات والبنوك المركزية حول العالم الى وضع إستراتيجيات وطنية للتدقيق أو التعليم المالي¹ NSFE

وفي الوقت الذي أطلقت فيه الاقتصادات العربية مبادرات

وبرامج لرفع مستوى المعرفة الحالية فإن المغرب والأردن كانت لهما الريادة في وضع وتنفيذ الإستراتيجيات الوطنية للمعرفة المالية في الاقتصادات العربية، وركزت حوالي 51% من مبادرات التعليم العالي في الاقتصادات العربية على استهداف الشباب و 49% على المشروعات

¹ NSFE. National Strategy for financial Education

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر، 38% على عملاء التمويل الأصغر و 27% على نساء، و 26% على اللاجئين أو المهاجرين¹.

جدول رقم (4) :تقسيم الإستراتيجيات الوطنية التعليم المالي في الاقتصادات العربية

الاقتصاد	اعداد استراتيجيات وطنية للتعليم المالي				الاحتياجات
	نعم	لا	جاري العمل	مسح القدرات المالية	
الأردن	×				في مرحلة التنفيذ حاليا
تونس		×			تحتاج لقيادة واضحة و ثم التخطيط لاستراتيجية وطنية للشمول المالي
الجزائر		×			لا توجد معلومات
فلسطين			×	×	تم التخطيط لاستراتيجية وطنية للشمول المالي
لبنان			×	×	الحاجة الى القيادة واضحة، وصياغة الاستراتيجية.
مصر			×		تحتاج لصياغة مسودة لخطة العمل
المغرب	×			×	في مرحلة التنفيذ حاليا.
اليمن			×		تم التخطيط لاستراتيجية وطنية للتثقيف المالي، الا انه لم يتم صياغة مسود حتى الان.

المصدر: عبد الحليم عمار غربي ، فجوة المعرفة المالية الإسلامية في الاقتصادات العربية ، مجلة اسرا الدولية للمالية الإسلامية ، المجلد 11، العدد 2، 2020، ص 31.

¹ عبد الحليم عمار غربي ، فجوة المعرفة المالية الإسلامية في الاقتصادات العربية ، مجلة اسرا الدولية للمالية الإسلامية ، المجلد 11، العدد 2، 2020، ص 30-31.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ثانياً: برنامج "واع المعرفي" السعودية :

1- التعريف بالبرنامج

"واع المعرفي" هو برنامج وطني توعوي أطلقتته لجنة الإعلام والتوعية المعرفية بالبنوك السعودية ويهدف إلى رفع الوعي المالي في أوساط المجتمع، لاسيما بين الطلاب والطالبات في المراحل التعليمية المختلفة، انطلقت نسخته الثانية في 1 يناير 2023 شهدت توسعاً كبيراً في نطاقه ليصل إلى أكثر من 3,5 مليون مستفيد.¹

يأتي هذا البرنامج ضمن جهود المملكة في تحقيق أهداف رؤية 2030 المتعلقة برفع الثقافة المالية، تعزيز الادخار، وتمكين الشباب معرفياً في إدارة شؤونهم المالية بحكمة ومسؤولية.

2- أهداف البرنامج

- تعزيز الوعي المالي: تزويد الطلاب بالمعرفة اللازمة لإدارة أموالهم بما في ذلك التوعية بالادخار، الاستثمار والتخطيط المالي.
- مكافحة الاحتيال المالي: توعية الطلاب بأساليب الاحتيال المالي الحديثة وكيفية الوقاية منها.
- تعليم المبادئ المصرفية الإسلامية: تعريف الطلاب بالمفاهيم المعرفية الإسلامية وأخلاقياتها حيث يقدم البرنامج شرحاً مفصلاً لمفاهيم مثل : المريحة ، الإيجارة ، الزكاة ، الوقف التمويل الإسلامي الخ .
- دعم أهداف رؤية السعودية 2030 :

حيث يسهم البرنامج في تحقيق هدف رفع نسبة الادخار لدى المواطنين من 6% الى 10 % من اجمالي الدخل، كما يشجع على الاستغلال المالي، الريادة ، والاستهلاك المسؤول.

3- الفئات المستهدفة

البرنامج موجه إلى عدة شرائح، يشكل تدريجي ومدرّس:

¹ Sla.gov.sa/W1868469

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- طلاب المرحلة الابتدائية والمتوسطة والثانوي: يتم تقديم المحتوى بشكل مبسط وتفاعلي.
- طلاب الجامعات: يتم دمج مفاهيم أكثر تقدماً مثل القروض الاستثمار، إدارة الدخل، البطاقات الائتمانية.
- موظفو القطاع العام والخاص: تستهدفهم الورشات لتقديم مهارات إدارة الراتب، التقاعد، والتخطيط المالي طويل الأمد.
- الجهات الغير ربحية والتطوعية : يتم تدريب قادة المجتمع على إعادة نقل المعرفة للفئات ذات الإحتياج.

4- الجهات المستفيدة.

شارك في البرنامج أكثر من 160 مدرسة وجامعة، بالإضافة إلى 91 جهة من القطاعات الحكومية، شبه الحكومية غير الربحية، و بعض الجهات في القطاع الخاص.

ثالثاً: برامج "اثراء" الاماراتي

1- التعريف بالبرنامج:

تم إطلاق برنامج اثراء لتوطين القطاع المالي في عام 2022 من طرف معهد الإمارات المالي (EIF)¹، حيث نص البرنامج على أن يتبنى معرف الإمارات العربية المتحدة المركزي مبادئ تنشئة جيل من الكفاءات الوطنية القادرة على قيادة قطاعات الأعمال في المستقبل من خلال ضمان توفير بيئة عمل مناسبة ومستقرة تساهم في تعزيز تنافسيتهم وإنتاجتهم².

2- أهداف البرنامج:

- توظيف و تدريب 5000 مواطن و مواطنة لتولي أدوار قيادية في القطاع المالي بحلول عام 2026 .
- تعزيز الاقتصاد الوطني وتحقيق نقلة تنموية نوعية في القطاع المالي
- بناء جيل من الخبرات الوطنية القادرة على قيادة قطاعات الأعمال خلال السنوات الخمس المقبلة.

¹ EIF : Emirates Institute of finance

² Eil.gov.ae/ar/اثراء/

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3- الفئات المستهدفة.

- المواطنون الإماراتيون.
 - حديثة التخرج من الجامعات المحلية أو الدولية المعتمدة
 - الحاصلون على معدل تراكمي 2.8 أو أعلى.
 - الدارسون في تخصصات متعلقة بالمالية والإدارة المالية
- تكنولوجيا المعلومات، الرقمنة، الموارد البشرية والتسويق.

الذكور الذين اكملوا الخدمة العسكرية الوطنية الإلزامية

4- المسارات التدريبية المتاحة.

يقدم برنامج اثراء "21 مساراً" تدريبياً في مجالات تخصصية منها :

- البرمجة
- المالية والمحاسبة
- الامن السيبراني وأمن المعلومات
- هندسة البيانات وتحليلات البيانات.
- التدقيق.
- التكنولوجيا المالية (فبنتك)
- البنية التحتية للتكنولوجيا المعلومات والشبكات.
- الموارد البشرية.
- إدارة المنتج.
- الاستثمار
- ادارة المشروع.
- إدارة الإكتساب والمطالبات.

5- مزايا الانضمام للبرنامج.

- اختبارات تحديد المستوى تجريها جهات مختصة دولياً.
- تدريب وتطوير مهني في مجالات مالية وتقنية متقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- فرص وظيفية في مؤسسات مالية مرموقة.
- متابعة رحلة تطوير الكفاءات المالية الوطنية ودعمها لتحقيق الريادة في القطاع المالي.

6- الإنجازات المحققة

- توظيف 1100 مواطن ومواطنة في القطاع المالي خلال التسع أشهر الأولى من عام 2023.
- تنظيم ثلاث نسخ من معارض "اثراء" التوظيف بمشاركة أزيد من 160 مؤسسة مالية وتوفير أكثر من 2200 فرصة عمل.
- تدريب أكثر من 900 شاب وشابة إماراتية في المجموعة الأولى من الفوج الثالث من منتسبي البرنامج في سبتمبر 2024.
- إستهداف توظيف 5000 مواطن ومواطنة في القطاع المالي بحلول 2026 مع الوصول إلى نسبة توظيف 452 في القطاع المصرفي.

رابعاً: حملة التثقيف المالي المصرية

1- التعريف بالبرنامج.

أطلق البنك المركزي المصري حملة جديدة للتثقيف المالي في ديسمبر 2024 بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي والوكالة الألمانية للتعاون الدولي Giz بالنيابة عن الحكومة الألمانية، بالإضافة إلى المعهد المعرفي المصرفي. تهدف الحملة إلى تعزيز الشمول المالي وزيادة وعي المواطنين، بالمفاهيم المالية الأساسية. مما يساهم في إتخاذ قرارات مالية سليمة وتعزيز الثقة في القطاع المصرفي¹.

2- أهداف الحملة:

- تبسيط المناظير المالية: توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالشمول المالي، مثل الادخار والتخطيط المالي والإقتراض والتأمين.

¹ cbe.org.eglar/news.publication/news/2024/12124/12INOT the-central-bank-of-egypt-Lau Inches-a-nad-financial-Literary

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- التعريف بالمنتجات والخدمات المالية: تعريف المواطنين بالمنتجات والخدمات المالية المتاحة مثل الحسابات البنكية والمحافظ الإلكترونية والفروض والتأمينات.
- تعزيز الثقة في القطاع المصرفي: بناء ثقة المواطنين في النظام المصرفي من خلال توفير معلومات ثقافة ومفهومة.
- استهداف فئات المجتمع المختلفة: التركيز على فئات المجتمع المختلفة، خاصة المرأة والشباب، وذوي الهمم وكبار السن والفلاحين ورواد الأعمال، لضمان وصول المعلومات الى جميع شرائح المجتمع.

3- المحتوى التعليمي للحملة:

تتضمن الحملة محتوى تعليمي يشمل موضوعات و مفاهيم اساسية مثل:
-الشمول المال تعريفه واهميته.

- ريادة الأعمال، كيفية إدارة مشروع صغير وإدارته ماليا
 - حماية المستهلك المالي : حقوق وواجبات المستهلك المعاملات المالية
 - التضخم مفهوم وتأثيره على القوة الشرائية.
 - نظم خدمات الدفع : أنواع نظم الدفع الالكتروني و كيفية استخدامها.
- يتم تقديم هذا المحتوى من خلال مواد تعليمية متنوعة مثل:

- فيديوهات توعوية
- كتيبات مطوية
- ورش عمل وندوات
- منصات الكترونية وتطبيقات موبايل¹

¹ www.cbe.org.ly/ar/financial-Literacy/Learn.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

4- النتائج المتوقعة : من المتوقع أن تسهم الحملة في :

- زيادة الوعد المالي: تمدين المواطنين من قطع وإدارة شؤونهم المالية بشكل أفضل.
- تعزيز الشمول المالي: تشجيع المواطنين على استخدام الخدمات المالية الرسمية.
- تحفيز الادخار والاستثمار: تشجيع الأفراد على الادخار والتخطيط لمستقبلهم المالية
- دعم ريادة الأعمال: توفير المعلومات اللازمة لبدء إدارة المشاريع الصغيرة.

خامسا : برنامج التثقيف المالي المجتمعي في الأردن:

1- التعريف بالبرنامج:

برنامج التثقيف المالي المجتمعي في الأردن هو مبادرة تهدف الى تعزيز الوعي المالي بين مختلف فئات المجتمع بما في ذلك الطلاب، النساء، والشباب، وذلك من خلال مجموعة من الأنشطة التعليمية والتوعوية.¹

2- ابرز مكونات البرنامج :

- التعليم المالي في المدارس والجامعات : يقدم للمشاركين مبادئ أساسية في المجال المالي والمصرفي مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مالية فاعلة وصحيحة في حياتهم اليومية.
- التعليم المالي للمرأة في المجتمعات الريفية : يهدف الى تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة عن طريق دمجها في أنشطة اقتصادية، مما يسهم في تنمية الاقتصادية المستدامة.
- الوعي المالي في مجال تطوير الاعمال: يستهدف الشباب من الجنسين ويركز على مهارات الإدارة المالية، الاستقلال المالي وتحديد الأهداف المالية، مما يسهم في تطور بيئة الاعمال والريادة.
- التعليم المالي في مكان العمل: يتضمن عقد محاضرات تثقيفية لموظفي المؤسسات والوزارات والبنوك في مختلف مجالات المعرفة المالية والمصرفية.
- التعليم المالي عبر وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي : يهدف الى الوصول الى جمهور وسع من خلال المنصات الرقمية مما يسهم في نشر الوعي المالي بشكل فعال.

¹ الثقافة المالية- المجتمعية Cbj.gov.jo/AR/List/

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3- منصة Finapp

في إطار تعزيز هذه المبادرة، أطلق البنك المركزي الأردني بالتعاون مع جمعية البنوك في الأردن منصة Finapp وهي منصة رقمية تهدف الى تقديم حلول مبتكرة للأفراد الراغبين في تحسين قدراتهم المالية توفر المنصة محتوى غني يشمل نصائح وارشادات مالية، مقالات تنفيذية متخصصة، وفيديوهات تعليمية، مما يساعد المتقدمين في إدارة شؤونهم المالية اليومية بفعالية¹.

4- اهداف البرنامج:

- تعزيز الثقافة المالية: من خلال توفير المعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الشؤون المالية الشخصية.
- تمكين الافراد: مساعدة الافراد في اتخاذ قرارات مالية مستنيرة تسهم في تحسين مستوى معيشتهم.
- دعم التنمية الاقتصادية: من خلال تشجيع الادخار، الاستثمار والإدارة المالية السليمة.

سادسا: برنامج أيام الثقافة المالية في المملكة المغربية

1- التعريف بالبرنامج:

برنامج "أيام الثقافة المالية" في المملكة المغربية هو مبادرة وطنية سنوية تهدف الى تعزيز الوعي المالي لدى الأطفال والشباب، وتمكنهم من اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لإدارة مواردهم بشكل مسؤول.

2- تاريخ الحدث:

ينظم البرنامج عادة في شهر مارس من كل عام، ويستمر لمدة أسبوعين، ويصادف الحملة الدولية "Global money week" التي تنظمها الشبكة الدولية للثقافة المالية التابعة لمنظمة التعاون والتنمية والاقتصادية.

¹ /. البنوك/Finapp.jo/categorg

- Finapp.jo

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

3- أهداف البرنامج:

- تعزيز الثقافة المالية: تمكين الأطفال والشباب من فهم مفاهيم مثل الادخار، الاستثمار، التأمين، والتخطيط المالي.
- رفع الوعي: تسليط الضوء على أهمية اتخاذ قرارات مالية مدروسة لضمان مستقبل مالي مستدام
- تشجيع السلوكيات المالية للإيجابية: تعزيز عادات مالية صحيحة منذ سن مبكرة.

4- الأنشطة والفعاليات:

تتنوع الأنشطة خلال أيام الثقافة المالية لتشمل:

- ورشات توعوية: تنظيم ورشات تعليمية في المؤسسات التعليمية لتعريف التلاميذ بأساسيات المال.
- مسابقات تفاعلية: اطلاق مسابقات مثل "اش كتعرف مع ACAPS" لاختبار معارف الشباب في مجالات التأمين والاحتياط الاجتماعي.
- دورات تكوينية: تقديم دورات تدريبية للمدرسين والطلبة لتعزيز مهارتهم المالية.
- حملات رقمية : اطلاق حملات توعية عبر منصات التواصل الاجتماعي للوصول الى جمهور أوسع.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة وما يميز الدراسات السابقة

من خلال البحث سنتطرق الى عرض الدراسات السابقة باللغة العربية وكذلك اللغة الأجنبية في مجال المعرفة المالية والثقافة المالية والشمول المالي وسيتم عرض الدراسات السابقة على النحو التالي:

المطلب الاول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية

توجد عدة اطروحات ومقالات ومجلات نشرت في هذا الخصوص تم اختيار ما يناسب، وما تم الاستفادة منها:

جدول رقم (5):دراسة تافيسا طه عبدالرحمن

الدراسة/السنة	تافيسا طه عبدالرحمن/ 2017
عنوان الدراسة	دور ابعاد المعرفة المالية في تحقيق الريادة المصرفية دراسة استطلاعية لآراء مديري عينة من المصارف الاهلية في أربيل
نوع ومكان	مقال علمي/ المجلد الاكاديمي الجامعة نوروز، المجلد6، العدد4 / اقليم كردستان العراق.
إشكالية الدراسة	- هل هناك دور لأبعاد المعرفة المالية مجتمعة في اسهام المصارف المدروسة لبلوغ الريادية؟ - ما هو الواقع الفعلي لابعاد المعرفة المالية في المصارف المدروسة؟ وهل تمارس فعلا ابعاد المعرفة المالية؟ - هل هناك علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد المعرفة المالية والريادة المصرفية؟ - ما هو تأثير المعرفة المالية بأبعادها الاربعة في تحقيق الريادة المصرفية؟
أهداف الدراسة	اعطاء إطار نظري عن العلاقة بين المعرفة المالية والريادة المصرفية.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

اختبار تأثير المعرفة المالية لدى المصارف المدروسة على الريادة المصرفية.	
اعتمدت الدراسة في اختبار فرضياتها المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بدراسة العلاقة بين المتغيرات الرئيسية للدراسة، من خلال جمع البيانات ذات العلاقة بالمصارف المدروسة.	منهج وأدوات الدراسة
- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الى وجود علاقة موجبة بين ابعاد المعرفة المالية والريادة المصرفية مما يؤكد على ان هناك دور لأبعاد المعرفة المالية مجتمعة في اسهام المصارف المدروسة لبلوغ الريادة المصرفية. - اشارت نتائج التحليل الى وجود تأثير معنوي للمعرفة المالية بأبعادها الاربعة في تحقيق الريادة المصرفية حيث جاء تأثير بعد المعرفة عن الاستثمار بالمرتبة الاولى من حيث قوة تأثيرها ويأتي بعد ذلك المعرفة عن السوق بالمرتبة الثانية ثم المعرفة عن التمويل بالمرتبة الثالثة ثم جاء بعد ذلك المعرفة عن اعادة الهندسة المالية بالمرتبة الرابعة وهذا يعني ان تحقيق الريادة المصرفية تتأثر بشكل كبير على مدى تبني المصارف المعرفة المالية في رسم خططها المالية.	نتائج الدراسة

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة تاقيسا طه عبدالرحمن

جدول رقم(6):دراسة محمد سعد محمد علي شلبي

محمد سعد محمد علي شلبي/2018	الدراسة/السنة
اثر المعرفة المالية على الشمول المالي دراسة مقارنة	عنوان الدراسة
مقال علمي/ المجلة العلمية الدراسات التجارية والبيئة، المجلد9، العدد3، الجزء2/ مصر.	نوع والمكان
- تحديد مستوى المعرفة المالية للأفراد	إشكالية الدراسة

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- تحديد إثر المعرفة المالية للأفراد على الشمول المالي.	
- تحديد مستوى المعرفة المالية لدى عينة الدراسة . - مقارنة نتائج مستوى المعرفة المالية للأفراد في جمهورية مصر العربية مع الدراسات الدولية المطبقة لنفس المعايير. - تحديد تأثير المتغيرات الوسيطة على المعرفة المالية . - تحديد أثر المعرفة المالية على الشمول المالي .	أهداف الدراسة
المنهج: منهج وصفي تحليلي. الأدوات: استبانة موجهة إلى عينة مكونة من 679 فرداً من المتعاملين مع المؤسسات المالية.	منهج وأدوات الدراسة
- هناك انخفاض في مستوى المعرفة المالية حيث قدر بـ ٤٤,٣٣ % . - توجد علاقة ارتباط بين إجمالي مؤشر المعرفة المالية مع المتغيرات الوسيطة فيما عدا النوع. - أتت جمهورية مصر العربية في المرتبة الـ ٣٠ (الثلاثون) على مستوى المعرفة المالية للأفراد ، والثامن في مستوى الشمول المالي.	نتائج الدراسة

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة محمد سعد محمد علي شلبي

جدول رقم (6):دراسة د. الحمامصي، إيمان فتحي عبده

د. الحمامصي، إيمان فتحي عبده/2020	الدراسة/السنة
تأثير المعرفة المالية على الاتجاه والسلوك المالي لعملاء البنوك التجارية المصرية.	عنوان الدراسة
بحث ميداني/ المجلد العلمي للبحوث التجارية كلية التجارة ، جامعة جنوب الواي	نوع ومكان

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

هل يمكن للمعرفة المالية بمستوياتها الأساسية والمستخدمة ان تؤثر في الاتجاه والسلوك المالي للأفراد بشكل إيجابي؟	إشكالية الدراسة
- تقييم مستوى المعرفة المالية الأساسية والمتقدمة لدى عملاء البنوك التجارية عينة البحث. - تحديد مدى وجود فروق معنوية بين عملاء البنوك التجارية عينة البحث بشأن المعرفة المالية الأساسية والمتقدمة تعزى إلى العوامل الديموجرافية السن، النوع، مستوى التعليم، مستوى الدخل). - تحديد مدى وجود تأثير معنوي للمعرفة المالية بمستوياتها الأساسية والمتقدمة على الاتجاه المالي للعملاء البنوك التجارية عينة البحث.	أهداف الدراسة
يعتمد البحث على المنهج الاستقرائي؛ حيث بدأت الباحثة بتجميع معلومات لتكوين الإطار النظري للبحث الذي ارتكزت عليه في صياغة فروض البحث لاختبار مدى صحتها من عدمه. كما اعتمد البحث الحالي أيضاً على المنهج التحليلي الوصفي الميداني؛ حيث استعانت الباحثة بتلك المناهج مجتمعة بشكل خاص بغية خدمة أهداف البحث ونظراً لملاءمتها لموضوع البحث الحالي.	منهج وأدوات الدراسة
- لا توجد فروق معنوية بين عملاء البنوك التجارية عينة البحث بشأن المعرفة المالية الأساسية والمتقدمة تعزى إلى العوامل الديموجرافية السن النوع مستوى الدخل، في حين توجد فروق معنوية بين نفس مفردات عينة البحث بشأن المعرفة المالية الأساسية والمتقدمة تعزى إلى مستوى التعليم". - يوجد تأثير معنوي للمعرفة المالية بمستوياتها الأساسية والمتقدمة على الاتجاه المالي لعملاء البنوك التجارية عينة البحث.	نتائج الدراسة

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- يوجد تأثير معنوي للمعرفة المالية بمستوياتها الأساسية والمتقدمة على السلوك المالي لعملاء البنوك التجارية عينة البحث.	
---	--

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة د. الحمامصي، إيمان فتحي عبده

جدول رقم (6): دراسة سليمة بن زكة، عزالدين شرون

الدراسة/السنة	سليمة بن زكة ،عزالدين شرون/2022
عنوان الدراسة	واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر
نوع ومكان	مقال علمي/ مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10، العدد2/ الجزائر
إشكالية الدراسة	ما هو واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر؟
أهداف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر، وكذا معرفة أهم دوافع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية الجزائرية، بالإضافة إلى تحليل البيئة التشريعية والقانونية المنظمة لعمل الصيرفة الإسلامية في الجزائر.
منهج وأدوات الدراسة	تم الاعتماد على المنهج التاريخي لتتبع تطور نشاط الصيرفة الإسلامية في الجزائر؛ بالإضافة للمنهج الوصفي التحليلي وذلك للإحاطة بالجوانب النظرية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وكذا التحليل وعرض المعطيات والنتائج المتعلقة بموضوع الدراسة
نتائج الدراسة	- التوجه نحو فتح النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية تعتبر خطوة جد إيجابية لتفعيل العمل المصرفي الإسلامي في الجزائر؛ ومن المستحسن العمل على تعميم فتح النوافذ الإسلامية على كامل المنظومة البنكية في الجزائر، وكذا العمل على إنشاء المزيد من البنوك الإسلامية الوطنية، وهذا الخلق نوع من المنافسة بين جميع البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر وبالتالي تحسين كفاءتها؛

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

- نسبة مساهمة الصيرفة الإسلامية في الجزائر في جذب ودائع النظام المصرفي وتمويل الاقتصاد الوطني ضعيفة جداً؛ ومع فتح النوافذ الإسلامية في البنوك العمومية سيساهم هذا في تعبئة المدخرات وتنويع مصادر التمويل خارج قطاع المحروقات؛

تفعيل الصيرفة الإسلامية في الجزائر يتطلب إصدار وتعديل بعض القوانين التي تنظم وتحكم عمل الصيرفة الإسلامية في الجزائر مثل القانون التجاري، نظام التأمينات وغيرها من القوانين التي تقف عائق أمام تطور نشاط الصيرفة الإسلامية في الجزائر؛

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة سليمة بن زكة ،عزالدين شرون

جدول رقم (7):دراسة عمامرة ياسمين وملاح وئام

الدراسة/السنة	عمامرة ياسمين وملاح وئام/2024
عنوان الدراسة	التوجه نحو التعاملات المالية الإسلامية في البنوك التجارية عن طريق الشبابيك الإسلامية
نوع ومكان	مقال علمي، مجلة الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، المجلد 03، العدد01، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة- ، الجزائر
إشكالية الدراسة	كيف يتم التوجه نحو التعاملات المالية الإسلامية عن طريق الشبابيك الإسلامية في البنك الوطني الجزائري وكالة تبسة 491؟
أهداف الدراسة	- التعرف على التعاملات المالية الإسلامية ؛ - توضيح الاختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية ؛ - التعرف على كيفية تطبيق أدوات التمويل الإسلامي في الشبابيك الإسلامية في وكالة BNA 491تبسة.
منهج وأدوات الدراسة	تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كونه يتناسب مع طبيعة الدراسة، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من المراجع (كتب ، مقالات، نشریات دورية...) المتعلقة بموضوع الدراسة

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

نتائج الدراسة	- الشبابيك الإسلامية وسيلة جد مبتكرة لتلبية احتياجات العملاء الذين يفضلون التعاملات المالية الإسلامية وفقا للحكام الشرعية الإسلامية وهي بمثابة اضافة قيمة الى النظام المصرفي؛ - من خلال الدراسة الميدانية في البنك الوطني الجزائري ولية تبسة وكالة 491 تبين أنه هناك فرص لتزايد انتشار فكرة فتح الشبابيك الإسلامية في البنوك التجارية والتوجه نحو التعاملات الإسلامية في البنوك التجارية الا أنه هناك عدة تحديات تتعلق بهذه الفروع الولائية المفتوحة في مختلف البلديات؛ - توجهت الجزائر في الآونة الخيرة خوض تجربة الشبابيك الإسلامية في البنوك التجارية لتلبية رغبات العملاء وأيضاً لجذب عملاء أكثر والتشجيع على المعاملات الإسلامية التي تتماشى مع أحكام الشريعة الإسلامية؛ - يعتمد البنك الوطني الجزائري وكالة تبسة 491 في تعاملاته على الشبابيك الإسلامية بمستوى جد مقبول ويحتاج الى الدعم المالي أكثر.
---------------	--

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة عمامرة ياسمين وملاح وئام

المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

جدول رقم (8):دراسةArbi Agalliu

Arbi Agalliu/2014	الدراسة/السنة
Financial culture, amang Albanian young people amd its impact on the Ecomony. الثقافة المالية بين الشباب الالباني وتأثيرها على الاقتصاد.	عنوان الدراسة
Medite rranean gonrnal of social sciences. مقال علمي/ مجلة البانيا، المجلد5، العدد23.	نوع ومكان

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

إشكالية الدراسة	قياس مستوى الثقافة المالية لدى الشباب اللبناني وتحليل أثر هذه الثقافة على اتخاذ القرارات المالية والسلوكيات الاقتصادية، ومدى تأثيرها على الاقتصاد الوطني.
أهداف الدراسة	- قياس مستوى الثقافة المالية لدى الشباب اللبناني . - تحليل العلاقة بين الثقافة المالية والعوامل السوسيو ديمغرافية. - استكشاف تأثير الثقافة المالية على اتخاذ القرارات المالية والسلوكيات الاقتصادية.
منهج وأدوات الدراسة	تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت استبيان موجه لعينة من 400 طالب جامعي تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 سنة منهم 200 طالب في مجال الاقتصاد و 200 طالب في مجالات أخرى.
نتائج الدراسة	- انخفاض مستوى الثقافة المالية عند الشباب اللبناني بشكل عام. - وجود علاقة إيجابية بين الثقافة المالية والجنس حيث كانت النسبة اعلى لدى الذكور - تؤثر الثقافة المالية بشكل مباشر على اتخاذ القرارات المالية مما ينعكس على الاقتصاد الوطني من خلال تحسين إدارة الموارد وزيادة المشاركة في السوق المالي .

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة Arbi Agalli

جدول رقم (9):دراسة Babas Mounira1, Fali Nabila

الدراسة/السنة	Babas Mounira1, Fali Nabila / 2020.
عنوان الدراسة	The reality of the financial culture in the city of Setif- A survey stud – واقع الثقافة المالية في مدينة سطيف -دراسة استقصائية-
نوع ومكان	مقال علمي/مجلة Strategy and Development Review المجلد10، العدد4، (الجزائر)

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

إشكالية الدراسة	تتمثل الإشكالية في قياس مستوى الثقافة المالية لدى مكان معينة سطيف مع التركيز على محاور الثقافة المصرفية، التأمين والتمويل وتحليل العوامل المؤثرة في هذا المستوى.
أهداف الدراسة	- تحديد مستوى الثقافة المالية لدى سكان مدينة سطيف. - تحليل محاور الثقافة المالية المختلفة (المعرفة، التأمين، التمويل). - استكشاف العوامل المؤثرة في مستوى الثقافة المالية.
منهج وأدوات الدراسة	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليل حيث وجه استبيان لعينة مكونة من 317 فردا تزيد أعمارهم عن 20 سنة.
نتائج الدراسة	مستوى الثقافة المالية منخفض عند سكان مدينة سطيف. سجل محور المدفوعات مستوى عالي نسبيا بينما كانت محاور الحسابات المصرفية، الادخار، الاقتراض التأمين والتمويل، منخفض للغاية. تم قبول فرضيات الصفرية التي تفيد بعدم وجود ثقافة مالية متكاملة لدى السكان.

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة Babas Mounira1, Fali Nabila

جدول رقم (10):دراسةCSorba laszlo

الدراسة/السنة	CSorba laszlo / 2020
عنوان الدراسة	The de termining Factors of financial culture Financial diteracy and Financial Behavior العوامل المحددة للثقافة المالية المعرفة المالية، والسلوك المالي.
نوع ومكان	مقال علمي/ مجلة publie Fimance Quarterly
إشكالية الدراسة	تتمثل إشكالية الدراسة في فهم العلاقة المعقدة بين الثقافة المالية، المعرفة المالية والسلوك المالي الافراد، وكيفية تأثير القيم والمعتقدات والاتجاهات على اتخاذ القرارات المالية

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

أهداف الدراسة	- تحليل العوامل الثقافية و الاجتماعية التي تؤثر على الثقافة المالية. - مقارنة بين الثقافة المالية والمعرفة المالية والسلوك المالي . - تقديم اطار مفاهيمي لفهم العلاقة بين هذه العوامل
منهج وأدوات الدراسة	يعتمد على المنهج التحليل النقدي حيث يقوم على مراجعة الادبيات السابقة واجراء مقارنة بين الدراسة
نتائج الدراسة	توجد تداخلات بين مفهوم الثقافة المالية والمعرفة المالية، لكن لكل منها مجالاته الخاصة تلعب القيم والمعتقدات مهما في تشكيل الثقافة المالية. يشكل التعليم المالي عنصرا أساسيا في تعزيز الثقافة المالية وتحسين السلوك المالي.

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات دراسة CSorba laszlo

المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة وما يميز الدراسات الحالية:

تتميز هذه الدراسة بمجموعة من الخصائص العلمية والمنهجية التي تمنحها قيمة مضافة كما تجعلها مختلفة عن الدراسات الأخرى.

اولا: مميزات الدراسة الحالية :

- 1- ابراز تأثير برامج التوعية على نشر المعرفة المالية الإسلامية عند الزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تمثل عاملا أساسيا في التعريف بالصيرفة الإسلامية وزيادة وعي الزبائن حول مختلف المفاهيم المرتبطة بها.
- 2- ابراز برامج التوعية واهم الأدوات المستخدمة والتي تشمل كل الوسائل السمعية والبصرية بالإضافة الى كل وسائل التواصل الاجتماعي
- 3- ابراز برامج التوعية الرائدة في بعض الدول العربية كالسعودية والأردن، مصر والامارات.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

ثانياً: أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

- 1- دراسة موضوع المعرفة المالية وأهميته والتعرف على مختلف أبعاده والعوامل المؤثرة فيه.
- 2- اعتماد الدراسات السابقة والدراسة الحالية على المنهج الوصفي.
- 3- إبراز مختلف المفاهيم التي يحملها موضوع الصيرفة الإسلامية وصيغ التمويل الإسلامية بالإضافة إلى مقارنة الشبابيك الإسلامية بين البنوك التجارية والإسلامية.

ثالثاً: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

- 1- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في دراسة تأثير برامج التوعية على زيادة المعرفة المالية الإسلامية عند زبائن بنك البدر، بتعريفهم بمختلف معاملات الصيرفة الإسلامية.
- 2- إبراز أهم الوسائل التي تعتمد عليها برامج التوعية.
- 3- التعرف على نماذج دول عربية في برامج التوعية مثل السعودية، الأردن، مصر، الإمارات.

الفصل الأول: الإطار النظري للمعرفة المالية الإسلامية

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما سبق تم التوصل الى ان المعرفة المالية تحرص على قدرة الافراد على فهم مختلف المفاهيم المالية وقدرتهم على التعامل مع المال بشكل سليم وهو ما تحرص عليه المالية الإسلامية من حلال اعتمادهم على المبادئ والاحكام التي نص عليها الشرع الإسلامي.

كما تمثل برامج التوعية دورا مهما في تمكين الافراد من اكتساب هذه المعرفة وتصرفهم على مختلف مفاهيم الصيرفة الإسلامية كالمضاربة والمراوحة بالإضافة الى التطرق الى انجح واهم البرامج المطبقة في بعض الدول العربية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لدراسة

تمهيد الفصل الثاني:

تعتبر برامج التوعية أداة هامة وفعالة في توسيع المعرفة وتحسين المهارات والمكتسبات في مختلف المجالات خاصة مجال الصيرفة الإسلامية حيث تسعى لتوفير فهم شامل لمختلف المفاهيم المرتبطة بها.

وسيتم من خلال هذا الفصل محاولة اسقاط موضوع البحث على الواقع من اجل إعطاء صورة صحيحة وواضحة عن الموضوع، فقد تم الاعتماد على الاستبانة للبحث عن مدى تأثير برامج التوعية على المعرفة المالية الإسلامية لزبائن البنك والتي تم توزيعها على عينة عشوائية من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة 488 -تبسة-.

بهدف جمع اراء العينة حول برامج التوعية والمعرفة المالية الإسلامية، ومن ثم تحليلها بالاعتماد على برنامج الزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss وللوقوف على هذا الأثر تم تقسيم الفصل الى ثلاثة مباحث التالية:

✓ تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

✓ الإجراءات المنهجية وخصائص عينة الدراسة

✓ عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

الفصل الثاني

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

إن بنك الفلاحة والتنمية بنك عمومي يهتم بالإشراف والتكفل بالقطاع الفلاحي، واستطاع أن يفرض وجوده على ساحة مصرفية ويتأقلم مع التحولات الاقتصادية من خلال الإصلاحات والتعديلات التنظيمية والهيكليّة التي شهدتها خاصة بعد صدور قانون النقد والقرض 90/10، الذي فتح المجال أمامه للانتقال من طابع التخصص إلى طابع البنك الشامل.

المطلب الأول: التعريف بينك الفلاحة والتنمية الريفية

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وأهم المهام والأهداف التي يسعى لتحقيقها، وذلك من خلال النقاط التالية:⁶²

أولا - نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية منشأة مالية وطنية، له صفة البنك التجاري، وهو جزء من النظام المصرفي، أنشئ بموجب المرسوم الرئاسي رقم 10686 المؤرخ في 13 مارس 1982 في إطار سياسة تبنتها الدولة لتنمية القطاع الفلاحي، وفي الواقع تأسس أثناء إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري الذي احتكر عملية تمويل القطاع الفلاحي منذ نشأته، حيث قررت السلطات العمومية إنشاء مؤسسة مالية بنكية متخصصة هدفها الرئيسي هو التكفل والإشراف على عملية تمويل وتشجيع التنمية الريفية.

وتطبيقا للقانون رقم 88/01 الصادر في ديسمبر 1988 والمتضمن توجيه المؤسسات العمومية الاقتصادية إضافة إلى المرسوم رقم 88/101 المؤرخ في 16 ماي 1988 تم تحويل بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى مؤسسة عمومية اقتصادية تجارية في شكل شركة مساهمة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي كما تم رفع رأسماله إلى 33 مليار دج، وهو يتفرع حاليا إلى 296 وكالة تتضمن 39 مديرية جهوية موزعة على المستوى الوطني، ويلعب البنك دورا هاما في تطوير القطاع الفلاحي في بلادنا عن طريق تمويل نشاطاته المختلفة، وكذا للصناعات التحويلية المرتبطة به مع تمويل المهن الحرة والمنشآت الريفية وإضافة إلى ما سبق يقوم البنك المدروس بالعمليات التالية:

⁶² معلومات مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض بينك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة - 488.

الفصل الثاني

- تمويل الاستغلاليات الفلاحية التابعة لقطاع الدولة (المزارع، التعاونيات).
 - مساعدة القطاعات ذات الصلة بالفلاحة ماليا.
 - منح القروض طويلة الأجل والمخصصة لشراء الآلات والتجهيزات الزراعية.
 - جمع الودائع متوسط وقصيرة الأجل.
 - تمويل النشاطات الفلاحية ذات صلة بالمنتجات الغذائية.
- وبعد صدور قانون 90 / 10 لم يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية متخصصا فقط في المهام الفلاحية بل تعدتها إلى مهام أخرى في إطار السعي لتعظيم الربح.
- ثانيا -التطور التاريخي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية**
- مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) خلال مسيرة تطوره بمجموعة من المراحل لعل من أهمها ما يلي:
- الفترة ما بين 1982 - 1990 سعى البنك لإثبات وجوده من خلال التوسع وتأسيس عدة فروع تابعة له.
 - الفترة ما بين 1991 - 1999 توسع نشاط البنك طبقا لما نص عليه قانون النقد والقروض وترتب عليه ما يلي:
 - سنة 1991 تم تصميم نظام التحويل الإلكتروني للأموال المعروف اختصارا بنظام Swift.
 - سنة 1992: تم وضع نظام Sybu الذي يساعد على تسريع أداء العمليات البنكية من خلال المعالجة عن بعد.
 - سنة 1993 تعميم استخدام الإعلام الآلي في عمليات البنك.
 - سنة 1994: إنشاء خدمة البطاقة المغنطة للدفع والسحب بالدينار.
 - سنة 1996: تقديم خدمة ومعالجة وتحقيق العمليات البنكية في الزمن الحقيقي.
 - سنة 1998: إنشاء خدمة بطاقة مغنطة للسحب بين البنوك.
 - الفترة الممتدة من 2000-2004 وتميزت هذه المرحلة بالتدخل الفعلي للبنوك العمومية المساهمة في التحويلات الاقتصادية والاجتماعية.

الفصل الثاني

من أجل الاستجابة إلى متطلبات الزبائن، حيث وضع البنك برنامجا لتحسين خدماته والعمل على استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال الخدمات البنكية وإحداث تطهير في ميدان المحاسبة والمالية وإعداد مشروع البنك الجالس في 2002

- **الفترة الممتدة ما بين 2003 - 2015** وقد شهدت بداية قيام البنك بتقديم خدمات إلكترونية كالإطلاع على الرصيد وكذا تحميل كشوف الحسابات عبر فتحه الحساب في الموقع الإلكتروني الرسمي مع فتح مركز اتصال للإجابة عن تساؤلات العملاء الحاليين والمحتملين - Banking. Badr.dz/fr وانشغالاتهم على الرقم 021.428.428
- **الثلاث الأول لسنة 2016** اعتماد خدمة الإلكتروني Prédomiciliation تماشيا مع تعليمات البنك المركزي للتقليل من المخاطر التجارية الخارجية وضمان السير الجيد لعملياتها، ومنع تبييض الأموال وتحريبها نحو الخارج خاصة مع الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد الوطني وتدهور قيمة العملة المحلية.

ثالثا: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

1- مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أنشأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية للقيام بالمهام التالية :

- **بنك الودائع:** يقوم البنك بجمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل من الزبائن.
- **بنك التنمية الفلاحية :** يعتبر البنك أداة من أدوات التخطيط المالي من خلال إنجاز المشاريع الفلاحية المسطرة وتمويل هياكل ونشاطات الإنتاج الزراعي والأنشطة التابعة له من صيد ري... الخ، وتطوير الأعمال الفلاحية والحرفية في مختلف المناطق الريفية.
- **بنك توزيع القروض** يقوم البنك بمنح قروض متنوعة لتشغيل الشباب، قروض لإنشاء مساكن ريفية، وقروض للمهن الحرة في الأرياف طيبب، محامي ... الخ، وفي هذا المجال فإن الإحصائيات تشير إلى أن البنك احتل الصدارة في تمويل أزيد من 19063 مشروع في إطار عملية إنشاء المؤسسات الصغيرة وبمبلغ يقدر ب 34.10 مليار دج في 2003 ، في حين أنه استطاع حاليا تمويل ما يقارب 28493 مشروع بمجموع قروض تقدر ب 39963537 دج بالتالي توفير ما يزيد عن

الفصل الثاني

64459 منصب عمل، وهذا فضلا عن قيامه بمهام فتح الحسابات للزبائن سواء بالعملة المحلية أو الأجنبية وتمويل مختلف العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية.

2- أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية : وتتمثل هذه الأهداف في ما يلي:

- تنمية القطاع الفلاحي وتنظيمه بتطوير وتعميم تكنولوجيا الإعلام الآلي.
- الرفع من نسبة مساهمة القطاع الفلاحي في التنمية الاقتصادية.
- ترقية النشاطات الفلاحية والحرفية وضمان التمويل حسب القوانين.
- احترام القوانين المطبقة على مستوى التسيير والمالية والمحاسبة.
- تحسين العلاقات مع الزبائن بالاقتراب منهم عن طريق فتح وكالات جديدة في مختلف المناطق.

ويتولى على الخصوص استخدام وسائله الخاصة والوسائل التي تزوده بها الدولة قصد تحقيق ذلك، كما أن تعدد الأعمال المصرفية الممارسة في البنك تلزم عليه إعادة النظر في التنظيم العام بالشكل الذي يسهل له القيام بالعمليات المصرفية، ويواكب التحولات العالمية.

المطلب الثاني: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة - 488 -

عرفت المنظومة المصرفية الجزائرية سلسلة من الإصلاحات ميلاد بنوك كان لها دور في تفعيل المهنة المصرفية حيث تم إنشاء وكالة تبسة رقم - 488 - في سنة 1989 التي أنشأت بإمكانيات مادية وبشرية متواضعة، وفي 2002 شهدت تطورا ملحوظا في بنائها بشكل فعال تقع في حي نهج العقيد محمد الشريف" وهو مكان إستراتيجي، إذ يتوسط معظم المرافق العمومية في المدينة.

أولا - مهام وكالة BADR تبسة وتتمثل فيما يلي :

- القيام بالعمليات المصرفية المطلوبة من طرف الزبائن.
- العمل على استقرار وتطوير العلاقات التجارية مع الزبائن.
- السهر على رفع مرد ودية الخزينة.
- تنظيم جميع العمليات البنكية في إطارها القانوني.
- العمل على مواكبة الإصلاحات البنكية والنقدية الحاصلة.

الفصل الثاني

ثانيا: مزايا وكالة **BADR** تبسة وتتلخص في النقاط التالية:

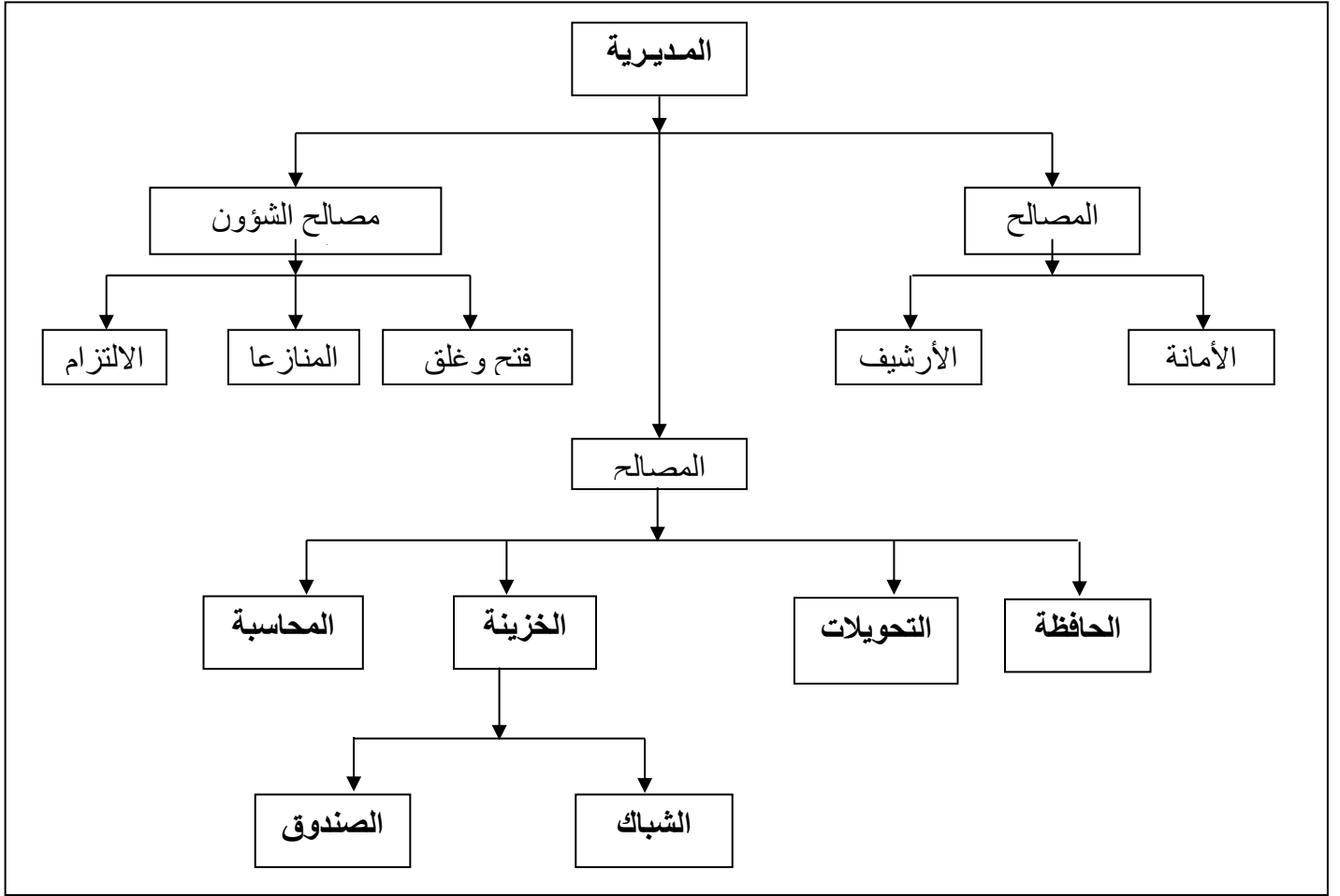
- التقديم المنظم لبيانات تسليم طلبات منح القروض.
- سرعة تنفيذ العمليات البنكية من سحب، إيداع وتحويل.
- الاعتماد على الموزعات الآلية للأوراق النقدية لتسهيل العمليات البنكية.
- تقليص زمن دراسة طلبات القروض.
- تحليل عمليات التجارة الخارجية في ظرف زمني قصير.
- انجاز بعض الخدمات المصرفية عبر شبكات الانترنت، حيث يتاح للزبائن معرفة الأرصدة وكذا الإطلاع على معلومات تحمهم.
- الجودة والسرعة في أداء الخدمات البنكية على مستوى واجهة المكتب.

ثالثا: الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة - 488 -

ينتهج بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة تبسة - 488 - هيكل تنظيمي يتماشى مع التطورات الحاصلة في الخدمات الآلية والشكل التالي يوضح ذلك:

الفصل الثاني

الشكل رقم (1) : الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة - 488-



المصدر: وثائق داخلية من وكالة تبسة -488-.

1. مهام الهيكل التنظيمي للوكالة

انطلاقا من الهيكل التنظيمي الموضح في الشكل السابق الخاص بالوكالة -488- نلاحظ أنه

ينقسم إلى ثلاث مصالح أساسية:

- مصلحة الشؤون الإدارية: وتضم المدير وهو المسؤول الأول عن السير الحسن للوكالة وكذلك تضم الأمانة العامة وهي التي لها علاقة مباشرة بالمدير حيث تتلقى الأوامر منه، ناهيك عن مصلحة الأرشفيف التي تعمل على حفظ المستندات.
- مصلحة الشؤون القانونية: وهي المصلحة التي تهتم بفتح وغلق الدسابت ومتابعة المنازعات في القضاء وتنفيذ الالتزامات التي على عاتق البنك.

الفصل الثاني

- **مصلحة الشؤون التقنية:** ونجد فيها مصلحة الحافظة ومصلحة التحويلات وكذا مصلحة الخزينة والمحاسبة حيث تعمل مصلحة الحافظة على استلام الشيكات، أما مصلحة التحويلات مهامها إعداد الصكوك المضمونة، بينما مصلحة الخزينة فتضم الشباك الذي تتم فيه عملية السحب أو الإيداع، والصندوق المسؤول على تحويل العملية من صيغة كتابية إلى صيغة نقدية، وأخيراً مصلحة المحاسبة فمن مهامها مراقبة حسابات الزبائن .

2. العمليات التي تؤديها الوكالة

تقوم الوكالة على مستوى ثلاث مصالح أساسية:

• **عمليات مصلحة الشؤون التقنية:** وتتمثل في مايلي:

- **الخزينة:** وتضم مصلحتين أساسيتين متكاملتين من حيث الأعمال، فأساس عمل مصلحة الشباك هو تسجيل العمليات المالية سواء الدفع أو السحب أو الإيداع، أما مصلحة الصندوق فتقوم بتنفيذ هذه العمليات التي يتم تحويلها من صيغة كتابية إلى صيغة نقدية.

- **مصلحة الحافظة:** هي مصلحة مهمة نظراً لمهامها، ويرتكز دورها الرئيسي في تدصيل الأوراق التجارية (سند لأمر، الشيكات، السفتجة)، والجدير بالذكر أن هذه المصالح تلعب دور الواسطة بين الزبائن والوكالة والوكالات الأخرى وهذا ما يعرف بعملية La Présentation وهي تعرف على أنها عملية تبادل بين الوكالات على مستوى الصكوك بغية دفعها إلى أصحابها، وتعتمد هذه العملية على ثلاث مراحل:

- استلام صكوك الزبائن.
- التعامل مع الوكالات الأخرى.
- الصكوك غير المدفوعة " حالة استثنائية ".
- **مصلحة التحويلات:** وهي مصلحة مكملة لعمل مصلحة الحافظة، وهذا التطور الذي تقوم به يتلخص في تمويل المبالغ المالية من حساب إلى حساب آخر وكذا إعداد الصكوك المضمونة.

- **مصلحة المحاسبة:** تتجلى المهام المنوطة بهذه المصلحة في:
- المراقبة اليومية وتصنيف الحسابات والتأكد من نوع كل واحد منها.
- ترتيب الإشعارات بالدفع من جهة والسحب من جهة أخرى مع أخذ بعين الاعتبار نوع الحسابات.

الفصل الثاني

- إعداد تقرير مستندي حول اليومية في نسختين.
- المباشرة بترتيب الوثائق المحاسبية ترتيبا للمخطط الوطني الحاسبي الخاص بالقطاع.
- إعداد نموذج يحمل أرصدة الحسابات التي عرفت حركة خلال اليوم.
- وأخيرا توضع الشيكات والوثائق المحاسبية في الحافظات المخصصة لذلك.
- **عمليات مصلحة الشؤون الإدارية:** وتمثلت في مايلي:
 - **مصلحة المديرية:** تعتبر أهم مصلحة بالوكالة، حيث تشرف إشرافا مباشرا على كل المصالح الموجودة بها وهذا ما يجعل مهام المدير على مستوى الوكالة عبر محدودة والتي تتمثل في:
 - السهر على تطبيق القوانين واحترام القانون الداخلي للوكالة.
 - مراقبة الموظفين وفحص حالتهم الانضباطية.
 - التنسيق بين الوكالة والوكالات الأخرى.
 - وضع السياسات الخاصة بالعمل داخل الوكالة.
 - **مصلحة الأمانة العامة:** وهي الذراع الأيمن للمدير كما أن الم ستخدم على م ستوى هذه المصلحة يعد المساعد الأول للمدير لتأدية وظائفه، وتتحصر وظائفه في:
 - استقبال المكالمات وتنظيم مواعيد المدير.
 - تحضير كل الزيارات الخاصة به والقيام باستلام الرسائل والطرود الموجهة إلى الوكالة مع المصادقة عليها.
 - الاحتفاظ بالوثائق الهامة.
- **مصلحة الأرشيف:** وهي مصلحة مستقلة بذاتها نظرا للأهمية القصوى التي تكتسبها الوثائق المصرفية والحاجة الماسة للرجوع إليها باستمرار، وتتحصر مهام المكلف بالأرشفة فيما يلي:
 - استلام الوثائق وحفظها في حافظات سليمة ومتينة لمنعها من التآكل والتمزيق.
 - تدوين كل الوثائق التي تم استلامها مع مسؤولية مستلمها عن الضياع.
 - تنظيم الوثائق والاطلاع عليها باستمرار.
 - إعلام المدير في حالة وقوع أي ضياع أو سرقة ملف دراسة حالة.

الفصل الثاني

- عمليات مصلحة الشؤون القانونية: وتمثلت في مايلي:
- مصلحة فتح وغلق الحسابات: تعتبر هذه المصلحة أول مصلحة يمر عليها الزبون عند تعامله مع الوكالة ذلك أن هذه المصلحة لها دور استقبال الزبائن وتزويدهم بالمعلومات الكافية الخاصة بالوثائق المطلوبة لفتح حساب بالوكالة وكذا بعض المعلومات العامة عن عمل الوكالة، ومن جهة أخرى فإن هذه المصلحة تتكفل بمهمة غلق حسابات الزبائن في بعض الحالات المنصوص عليها قانونياً.
- مصلحة المنازعات: يمكن اكتشاف فهمها الموكلة لها من خلال اسمها ألا وهي دراسة كل المنازعات التي يمكن أن تحدث بين الوكالة وزبائنها، وهناك أربع حالات تلعب فيها هذه المصلحة دور القاضي وهي:
 - حالة حجز الحساب " تكون عند تهرب أو رفض الزبون دفع ما عليه من ديون ".
 - حالة وفاة الزبون " تكون عند وفاة الزبون وتقديم الورثة من أجل الاستفادة مما يملكه الزبون المتوفى ".
 - حالة ATD " عندما تكون للزبون ديون بذمته لصالح الإدارة الجبائية ".
 - حالة الاعتراض " عند تضيق الزبون أحد صكوكه أو سرقتها منه فالبنك يضمن منع استعمال صكوكه ".
- مصلحة الالتزامات: وهي أهم المصالح على مستوى الوكالة نظراً للوظائف التي تقوم بها، والالتزام قد يكون من طرف الزبائن مما يعرف بالقرض وقد يكون من طرف الوكالة مما يعرف بالودائع.

المطلب الثالث: شبابيك الصيرفة الإسلامية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أطلق بنك الفلاحة والتنمية الريفية نشاط الصيرفة الإسلامية في عام 2021 معتمداً على مبادئ الشريعة الإسلامية ومصادقة المجلس الإسلامي الأعلى، حتى 2023 سجل البنك أكثر من 22 مليار دينار جزائري من الموارد المالية وفتح أكثر من 30 ألف حساب إسلامي للأفراد والمؤسسات والمهنيين، حيث يتم تسويق هذه المنتجات عبر 81 شباكاً خاصاً بالصيرفة الإسلامية و4 وكالات متخصصة، مع خطط لفتح 23 شباكاً إضافياً خلال عام 2024.

الفصل الثاني

اولا: تصنيف المنتجات الإسلامية في بنك البدر BADR :

- يقدم بنك BADR اكثر من 16 منتجا إسلاميا مقدمة على فئتين رئيسيتين :

1-منتجات الادخار والاستثمار :

أ- منتجات الاستثمار

• دفتر توفير اسلامي:

وهو دفتر مفتوح بالعملية الوطنية والغرض منه تمكين العملاء المعنيين من توفير مدخرات طويلة الاجل بشكل تدريجي، حيث انه منتج توفير غير مدر للأرباح مخصص حصريا للأشخاص الطبيعية فقط، يحتوي على الأموال المودعة من قبل العميل في حساب مفتوح على مستوى شبك الصيرفة الإسلامية للبنك، مع الحق في التصرف فيها في أي وقت، وذلك عن طريق السحب الجزئي او الكلي.

- الفئة المستهدفة: الافراد

- المجتمع المعني: اشخاص طبيعية

• دفتر توفير إسلامي اشبال :

هو حساب بدون عائد والغرض منه جذب العملاء المعنيين وتمكينهم من توفير مدخرات طويلة، حيث يمكن فتح حساب توفير إسلامي اشبال لأي شخص طبيعي قاصر عن طريق الولي الشرعي

- الفئة المستهدفة: افراد قصر

- المجتمع المعني: اشخاص الطبيعية

• دفتر ادخال استثمار في فلاح :

هو حساب يدر لصاحبه أرباح وذلك وفقا لشروط الصيرفة السارية المعمول بها لدى البنك او الشباك، حيث يتم قيد في الجانب الدائن ايداعات، تحويلات الأموال الواردة والارباح العائدة للعميل (صاحب الحساب) اما في الجانب المدين، فانه يتم قيد كل عمليات السحب المنجزة او التحويلات الصادرة.

تعتبر المبالغ المودعة والربح الناتج عنها غير مضمونين لمدى نجاعة الاستثمارات التي يحققها الشباك عند استثماره لتلك الأموال.

الفصل الثاني

- الفئة المستهدفة: الفلاحين

- المجتمع المعني: اشخاص طبيعية

• دفتر ادخار إسلامي استثماري:

هو حساب يدر لصاحبه أرباح وذلك وفقا للشروط المصرفية السارية المعمول بها لدى البنك او الشباك، حيث يتم قيد في الجانب الدائن ايداعات، تحويلات الأموال الواردة والارباح العائدة للعميل (صاحب الحساب) اما في الجانب المدين، فانه يتم قيد كل عمليات السحب المنجزة او التحويلات الصادرة تعتبر المبالغ المودعة والربح الناتج عنها غير مضمونين ويخضعان لمدى نجاعة الاستثمارات التي يحققها الشباك عند استثماره لتلك الأموال.

- الفئة المستهدفة: الافراد

- المجتمع المعني: اشخاص طبيعية

ب-منتجات الادخار:

• حساب جاري اسلامي:

هو حساب تحت الطلب يفتح لكل شخص طبيعي او معنوي لغرض شخصي او مهني يعرضه شباك الصيرفة الإسلامية على عملائه في إطار عمليات الصيرفة الإسلامية، حيث يقوم المنتج على أساس الصيغة الشرعية (قرض حسن) حيث يعتبر قرضا او تسبيق يقدمه العميل الى الشباك في شكل وديعة تحت الطلب لا يتلقى بموجبها أي مكافأة.

- الفئة المستهدفة: التجار والفلاحين

- المجتمع المعني: اشخاص طبيعية واعتدالية

• حساب شيك اسلامي :

هو حساب تحت الطلب يفتحه البنك او شباك الصيرفة الإسلامية لفائدة العميل الذي يمكنه الاستفادة من رصيد الحساب بتشغيله في نشاطاته غير انه يضمنه، فمتى طلب صاحب الحساب استرداد أمواله، التزم شباك الصيرفة الإسلامية يرد مبلغ مماثل الرصيد عند الطلب، فلا يستحق صاحب الحساب أي فائدة كما لا يتحمل أي مخاطر، ويجوز للشباك ان يتقاضى مقابل الخدمات المصرفية المقدمة للعميل

الفصل الثاني

صاحب الحساب الشيك عمولات او اجرة وفقا لما يتم الإعلان عنه في الشروط المصرفية العامة الخاصة بعمليات الشباك.

- الفئة المستهدفة: الافراد

- المجتمع المعني: اشخاص طبيعية

2-منتجات التمويل بصيغة المراجعة:

• مرابحة الاشغال:

مرابحة اشغال هي صيغة تمويل تعتمد على تقنية المراجعة الموجهة للمؤسسات او الافراد الذين يرغبون في انجاز اعمال الهندسة المدنية، التهيئة تشيد بنايات لتربية المواشي المستودعات، مناطق التخزين او غيرها، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المراجعة (بنك، عميل)

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية/ المؤسسات الانتاجية

• مرابحة للصادرات:

هي صيغة تمويل تعتمد على تقنية المراجعة الموجه للشركات المصدرة التي تمتلك عقد تصدير او سند الطلبية لسلعة تتطلب عملية تصنيع او بضاعة على حالها، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المراجعة (بنك- عميل).

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية (المؤسسات المصدرة)

• مرابحة غلتي:

هو حل تمويلي يتكيف مع احتياجات الفلاحين لتمكينهم من تمويل حملاتهم الزراعية (الأسمدة ومنتجات الصحة النباتية والبذور والنباتات....الخ) حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المراجعة (بنك- عميل)

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية(الفلاحين)

الفصل الثاني

• مرابحة للمعدات المهنية:

عقد بيع للمعدات تطبيقاً لأحكام الشريعة إلى العميل وبناءً على طلبه، بسعر بيع مساوي لسعر الشراء زائد هامش ربح معروف ومتفق عليه من قبل الأطراف المتعاقدة وقت إبرام عقد المrabحة، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المrabحة (بنك- عميل)

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية/ المؤسسات الانتاجية

• مرابحة لوسائل النقل :

عقد بيع وسائل نقل إلى العميل وبناءً على طلبه بسعر مساوي لسعر الشراء زائد هامش ربح معروف ومتفق عليه من قبل الأطراف المتعاقدة وقت إبرام عقد المrabحة، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المrabحة (بنك- عميل).

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية (المؤسسات والتجار)

• مرابحة للمواد الأولية:

هو عقد بيع المواد الأولية للعميل وبناءً على طلبه بسعر بيع مساوي لسعر الشراء زائد هامش ربح معروف ومتفق عليه من قبل الأطراف المتعاقدة وقت إبرام عقد المrabحة، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المrabحة (بنك - عميل).

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية (المؤسسات صناعية)

• مرابحة الإنتاج الفلاحي :

هو حل تمويلي يتكيف مع احتياجات الفلاحين، للسماح لهم بتحديث معداتهم الفلاحية (الآلات الفلاحية، معدات الري، الخ) أو حتى اقتناء الماشية، حيث يتم دفع سعر البيع على شكل أقساط حسب ما تم الاتفاق عليه في عقد المrabحة (بنك- عميل) .

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية (فلاحين).

الفصل الثاني

• مزايا الصفقات العمومية :

هي صيغة تمويل تعتمد على تقنية المزايا لموجهة لشركات انجاز الصفقات العمومية وهذا للسماح لها بتمويل شراء المواد و اللوازم او أي سلعة أخرى ملموسة حيث يتم التسديد من خلال التحويلات المستوفات من الإدارة مقابل تسديد الديون الناشئة عن الفواتير موضوع التمويل.

- الفئة المستهدفة: اشخاص طبيعية/ اعتبارية (المؤسسات الاشغال العمومية).

ثانيا: برامج التوعية التي اعتمدها البنك الفلاحة والتنمية الريفية

1- الحملات الإعلامية والاعلانية:

- إعلانات عبر وسائل الاعلام: يستخدم البنك وسائل الاعلام المختلفة مثل الصحف والتلفزيون والإذاعة، لنشر معلومات حول منتجاتها الإسلامية، مع التركيز على مزاياها وتوافقها مع الشريعة الإسلامية.

- الإعلانات الرقمية: ينشط البنك على الضمان الرقمية مثل موقعه الالكتروني وصفحاته على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر محتوى توعوي حول الصيرفة الإسلامية وخدماته المتنوعة.

2- التوسع في الشبكات الإسلامية:

- فتح نوافذ إسلامية: قام البنك بفتح نوافذ للصيرفة الإسلامية في عدة وكالات محلية عبر التراب الوطني مما يسهل على العملاء الوصول الى الخدمات الإسلامية في مناطقهم.

- توسع التغطية الجغرافية: يسعى البنك الى توسيع نطاق خدماته الإسلامية لتشمل أكبر عدد ممكن من الولايات بهدف تعزيز الشمول المالي وتلبية احتياجات العملاء في مختلف المناطق.

3- التكوين والتدريب:

- تدريب موظفين: يولي البنك أهمية لتدريب موظفي على مبادئ الصيرفة الإسلامية لخدمات تقديم خدمات متوافقة مع الشريعة الإسلامية وجودة عالية.

- ورش العمل والندوات: ينظم البنك ورش عمل وندوات تثقيفية للعملاء والمهتمين بالصيرفة الإسلامية بهدف توعيتهم بمزايا هذه الخدمات وكيفية الاستفادة منها.

الفصل الثاني

4- التواصل المباشر مع العملاء:

- مراكز الاتصال: يوفر البنك مراكز اتصال مخصصة للرد على استفسارات العملاء حول خدمات الصيرفة الإسلامية وتقديم الدعم اللازم لهم.
- الاستشارات الشخصية: يتيح البنك للعملاء فرصة الحصول على استشارات شخصية في فروعهم، حيث يمكنهم مناقشة احتياجاتهم المالية والحصول على حلول متوافقة مع الشريعة الإسلامية.

5- المواد التوعوية:

- الكتيبات والنشرات: ينتج البنك مواد توعوية مثل الكتيبات والنشرات التي تشرح مفاهيم الصيرفة الإسلامية ومنتجات البنك، ويتم توزيعها في الفروع والفعاليات المختلفة.
- المحتوى الرقمي: ينشر البنك محتوى رقمياً توعوياً عبر موقعه الإلكتروني ومنصاته الاجتماعية، يشمل مقالات وفيديوهات تشرح مبادئ الصيرفة الإسلامية وخدماته المتنوعة.

ثالثاً : تطور عدد زبائن الصيرفة الإسلامية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة -488-

السنوات	2021	2022	2023	2024	2025
عدد الزبائن	285	872	1181	1425	1558

المصدر : من اعداد الطالبة اعتمادا على معلومات مقدمة من طرف وكالة تبسة -488-

يشير تطور عدد زبائن الصيرفة الإسلامية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تبسة 488 - إلى وجود تحسن واضح واهتمام متزايد من طرف العملاء بهذه الخدمات. فقد ارتفع العدد من 285 زبوناً في سنة 2021 إلى 1558 زبوناً في سنة 2025، وهو ما يعكس نجاح البنك في جذب الزبائن من خلال برامج التوعية والترويجية. ويظهر هذا النمو أن الزبائن أصبحوا أكثر وعياً بالمنتجات المالية الإسلامية وفوائدها، كما يدل على أن برامج التوعية ساهمت في تعزيز ثقتهم وتمكينهم من اتخاذ قرارات مالية تتماشى مع مبادئ الشريعة الإسلامية. هذا التزايد يعكس أيضاً أهمية الاستمرار في دعم جهود التوعية والتثقيف لضمان توسيع قاعدة العملاء وتحقيق الشمول المالي الإسلامي بشكل أوسع.

الفصل الثاني

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية وخصائص عينة الدراسة

للقوف على واقع برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية بينك الفلاحة والتنمية الريفية BADR تبسة، فإن ذلك يستلزم إجراءات منهجية تكون بمثابة المسار الذي يقود إلى نتائج عملية، ومنه سيتم الاعتماد على استمارة لجمع المعلومات التي من خلالها سيتم الحكم بشكل جيد ودقيق على أهمية الدراسة.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

سيتم في هذا المطلب تحديد مجتمع وعينة الدراسة والتعرف على الأداة المستخدمة في الدراسة والأساليب المتبعة في تحليل مختلف البيانات.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

من خلال هذا العنصر سيتم تحديد مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة

1- تحديد مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر -تبسة-

2- تحديد عينة الدراسة

تميزت عينة الدراسة بأنها كانت عشوائية، حيث تم توزيع 30 استمارة بما يوافق إجمالي عينة الدراسة، تم استرجاعها كاملة، ويمكن توضيح عدد الاستبيانات الموزعة وتلك التي لم يتم استرجاعها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (11): تداول الاستبيان

الاستبيانات	العدد	النسبة (%)
الموزعة	45	100
التي لم يتم استرجاعها	15	33.33
الصالحة للتحليل	30	66.67

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يلاحظ من الجدول رقم (12) أنه تم توزيع 45 استبيان بما يوافق جزء يمثل عينة الدراسة، حيث تم استرجاع 30 استمارة منها أي بنسبة 66.67% وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي.

الفصل الثاني

3- نموذج الدراسة

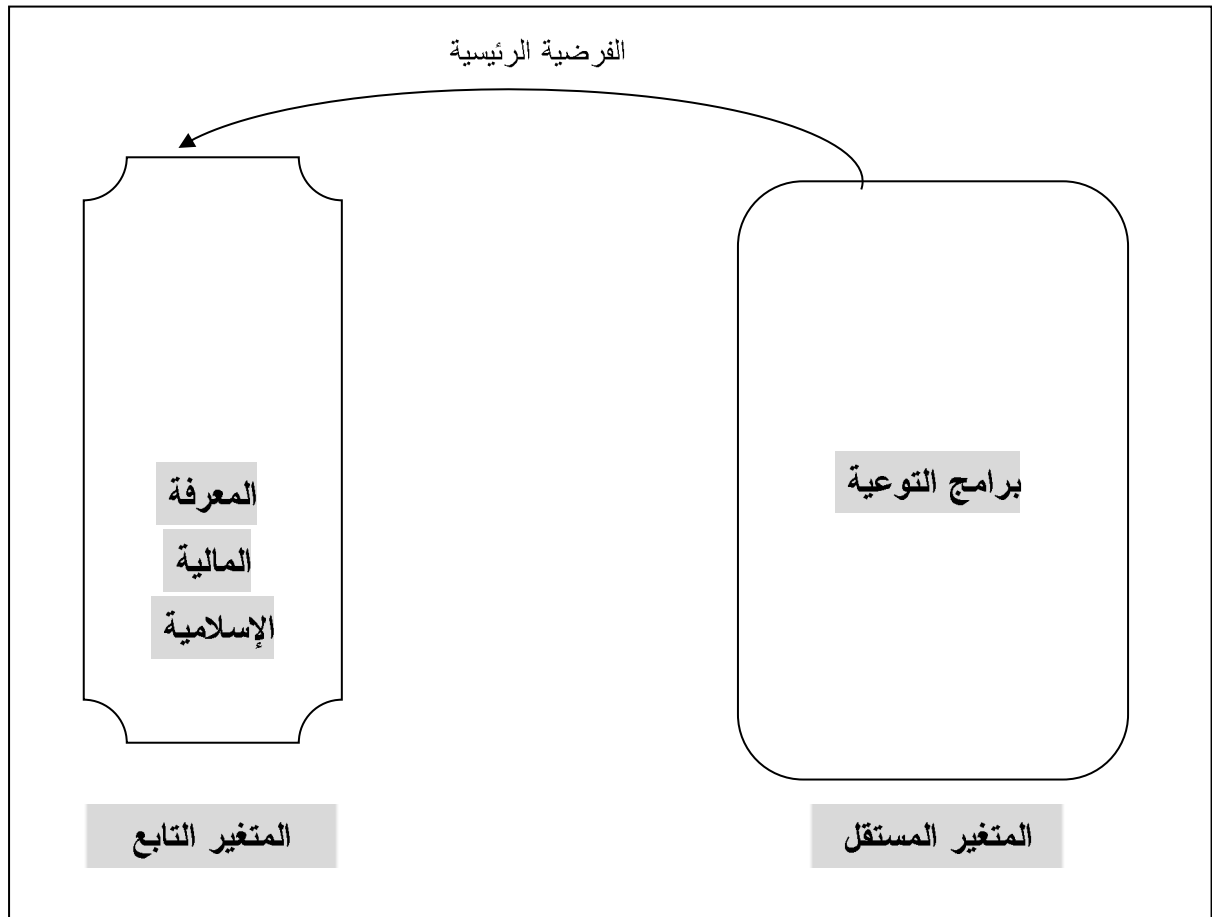
تتناول الدراسة البحث في واقع برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية بينك الفلاحة والتنمية الريفية BADR تبسة، وبالتالي فهي تشتمل على المتغيرات التالية:

1- المتغير المستقل: برامج التوعية

2- المتغير التابع: المعرفة المالية الإسلامية

ويمكن عرض مختلف تلك المتغيرات بيانيا من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (2): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

وبالتالي تم اعتماد جملة من الإجراءات الموضوعية بغية الوصول إلى نتائج عملية دقيقة.

ثانياً: أدوات الدراسة

لغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بالأدوات اللازمة والمناسبة لكل مرحلة من مراحل البحث، والمتمثلة في السجلات والوثائق التي تم تسلمها من قبل المديرية و التي ساعدت على توفير بعض المعلومات المتعلقة بها ومنها تلك التي توضح الجانب التاريخي والتنظيمي للشركة وعلاقتها بمحيطها الاقتصادي.

1- الوثائق والسجلات

لغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بالبيانات الخاصة بالبنك من الناحية التاريخية وذلك من خلال التعريف بها وأهدافها ومهامها، بالإضافة للهيكل التنظيمي الخاص بالشركة من خلال إجراء بعض المقابلات.

2- استمارة الاستبيان

تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزأين أساسيين، وهما:⁶³

- الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الديمغرافية والمتمثلة في كل من (الجنس، السن، المؤهل العلمي، المهنة)

- الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ 20 عبارة تم تقسيمها على محورين أساسيين يعكسان الإشكالية التي تناولتها الدراسة، ويوضح الجدول رقم () متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير.

63 - الملحق رقم (02).

الفصل الثاني

جدول رقم(12): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة

محاور الدراسة	عدد الأسئلة (الفقرات)
مجموع المحور المستقل برامج التوعية	10
المحور التابع: المعرفة المالية الإسلامية	10
المجموع الكلي	20

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

سيتم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)

في نسخته العرشين لمعالجة البيانات، وتحديدًا سيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

أولاً: الأساليب الإحصائية الوصفية

استخدمت هذه الأساليب للحصول على مؤشرات عامة عن خصائص مجتمع الدراسة، وتتمثل فيما يلي:

- التوزيع التكراري والنسب المئوية والتمثيل البياني: لمعالجة البيانات الديمغرافية والتعرف على خصائص العينة.

- الوسط الحسابي (Mean): مؤشراً لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة المختارة.⁶⁴

- الانحراف المعياري (Déviation Standard): لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.⁶⁵

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum(X_i - \bar{X})^2}}{N}$$

⁶⁴- عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014،

ص ص : 95-142.

⁶⁵- إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص: 121.

الفصل الثاني

ثانيا: الأساليب الاستدلالية: وتتمثل فيما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha): لاختبار ثبات أداة الدراسة، تكون نتيجة المقياس مقبولة إحصائيا إذا كانت قيمة ألفا أكبر من (0,6)، وكلما اقتربت من (1) دل ذلك على درجة ثبات أعلى.

- معامل الارتباط البسيط بيرسون (Pearson): لقياس درجة الارتباط والعلاقة بين متغيرات الدراسة.

- الانحدار البسيط: لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.⁶⁶

- اختبار (One Sample t-test): يستخدم لاختبار فرضيات الدراسة، وقد تم اعتماد مستوى معنوية (0,05) لقبول الفرضيات أو رفضها، وهو من المستويات المعنوية المتفق عليها في اختبار الفرضيات.⁶⁷

ويتم حساب هاته الأساليب وفقا لما يلي:

1- التكرارات والنسب المئوية

حيث استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة وتحسب بالقانون الموالي:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي للتكرارات}}$$

2- معامل ألفا كرونباخ

تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويعبر عنه بالمعادلة الموالية:

$$a = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{vt} \right)$$

حيث:

a: يمثل ألفا كرونباخ.

n: يمثل عدد الأسئلة.

Vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة.

⁶⁶- وليد عبد الرحمن خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، إدارة

البرامج والشؤون الخارجية، ص: 15 (تم تحميل الملف من الموقع: www.guidespss.com)

⁶⁷- ثائر فيصل شاهر، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص: 71.

الفصل الثاني

Vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور.

- اختبار التوزيع الطبيعي: (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

استخدم لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، لأن إجراء بعض الاختبارات الإحصائية يتطلب أن يكون توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي.

- تحليل التباين الأحادي: (One wa ANOVA)

استخدم لاختبار الفرضيات المتعلقة بمدى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية ترتبط بالخصائص والوظيفية التي تحتوي علة أكثر من مجموعتين، وتتمثل في هذه الدراسة: العمر والمستوى التعليمي والصنف المهني وعدد سنوات الخدمة.

المطلب الثالث: صدق أداة الاستبيان وثباتها

للتحقق من صدق أداة الاستبيان والتحقق من ثباتها لابد من إتباع الخطوات التالية:

أولاً: صدق أداة الدراسة

ويقصد بذلك التأكد من أن استمارة الاستبيان التي تم إعدادها سوف تقيس ما أعدت لقياسه أو شمولها على العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة للتحكيم وفقاً لسلم ليكارت الخماسي.⁶⁸ وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (06): معايير تحديد الاتجاه

المتوسط المرجح	[1,79-1]	[2,59-1,80]	[3,39-2,60]	[4,19-3,40]	[5-4,20]
اتجاه الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً

المصدر: بوقلقول الهادي، تحليل البيانات باستخدام spss، ندوة علمية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2013، ص:

الفصل الثاني

5- ثبات أداة الدراسة

تم توزيع عدد من استمارات الاستبيان وعددها 30 على مجتمع الدراسة لتأكد من ثباتها طبقاً لمعامل الثبات ألفا كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (13): قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

رقم الفقرة في استمارة الاستبيان	اسم المتغير	معامل الثبات ألفا كرونباخ (%)
من الفقرة 01 إلى 10	برامج التوعية	91.5
من الفقرة 11 إلى 20	المعرفة المالية الإسلامية	97.6
من الفقرة 01 إلى 20	معامل الثبات الكلي	97.4

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.⁶⁹

يلاحظ من الجدول رقم (14) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة جداً حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات أداة الدراسة 88.2%، وأيضاً كانت معدلات باقي المحاور أعلى من نسبة الدلالة (60%) وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة، ويمكن اعتماد استمارة الاستبيان.

69 - أنظر الملحق رقم (03)

الفصل الثاني

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

يتضمن هذا المبحث عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة، إذ هدفت إلى واقع برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR تبسة، وسيتم التطرق إلى النقاط التالية:

- عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية؛

- عرض وتحليل محاور الدراسة؛

- نتائج اختبار فرضيات الدراسة؛

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية

تم توزيع استمارات الاستبيان على مجتمع الدراسة والتعرف على البيانات الشخصية والوظيفية لمجتمع الدراسة وفيما يلي تحليل لذلك.

أولاً: متغير الجنس

يمثل الجدول الموالي توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس:

جدول رقم (14): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة (%)
ذكر	14	46.7
أنثى	16	53.3
المجموع	30	100

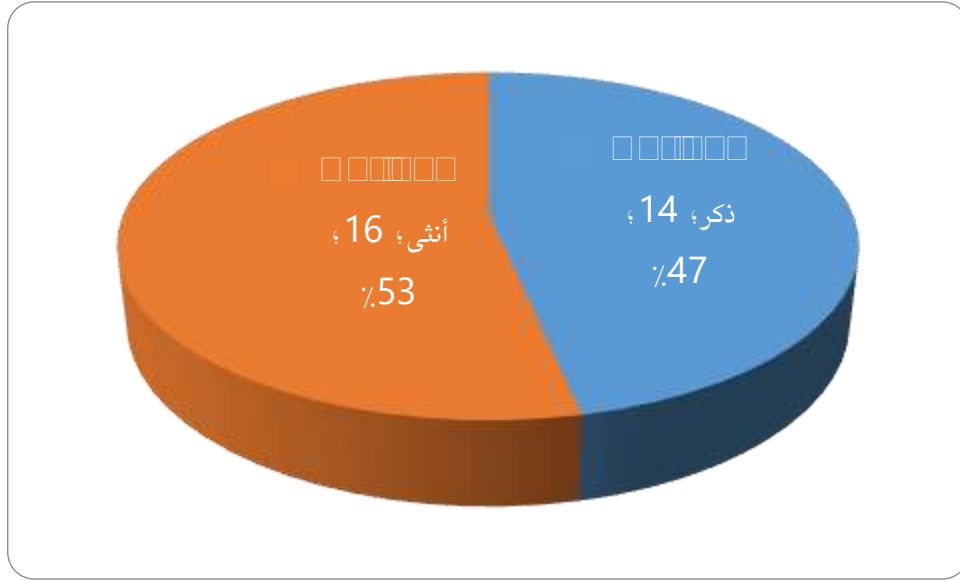
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يوضح الجدول توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس لربائين بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) في تبسة، حيث يمثل الذكور 46.7% (14 فرداً) والإناث 53.3% (16 فرداً) من إجمالي 30 مشاركاً. تشير النسبة الأعلى للإناث إلى اهتمام أكبر أو مشاركة فعالة في برامج التوعية المالية الإسلامية، مما قد يعكس تفضيلات أو احتياجات خاصة لدى النساء في مجال المعرفة المالية. هذه النتائج تدل على أهمية تصميم برامج توعية تأخذ بعين الاعتبار الفروق بين الجنسين، وتستهدف بشكل خاص الربائين الإناث، مما يساهم في تعزيز معرفتهن المالية ويزيد من فعالية البرامج المقدمة. من

الفصل الثاني

الضروري أيضاً دراسة العوامل الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر على هذا التوجه لضمان وصول المعلومات المالية بشكل شامل وفعال للجميع. ويمكن تمثيل هذه النتائج وفقاً للشكل الموالي:

الشكل رقم(3): توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

يمثل الجدول والشكل المواليين توزيع العينة حسب متغير السن

جدول رقم(16): توزيع العينة حسب متغير السن

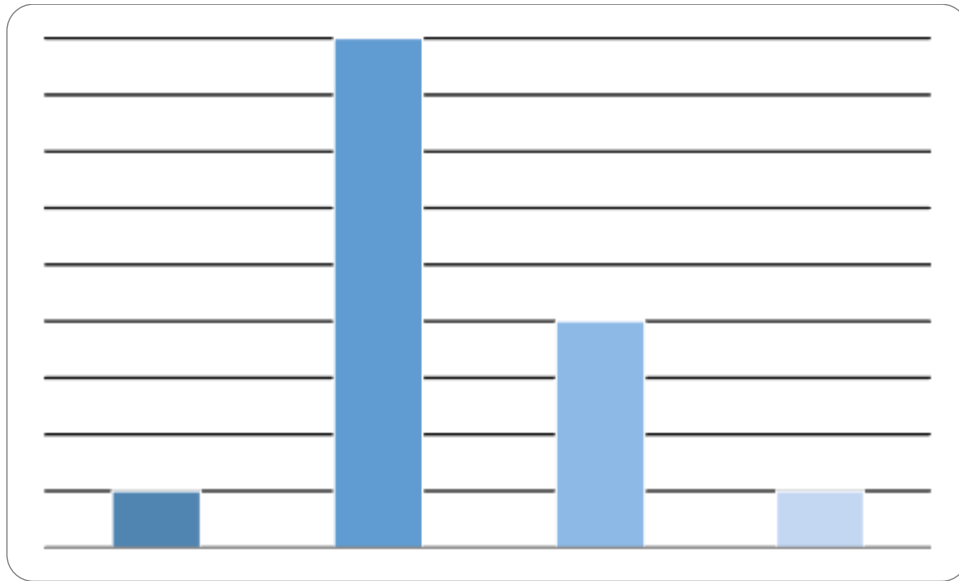
متغير السن	التكرار	النسبة %
سنة 25 من أقل	2	6.7
سنة 40 إلى 25 من	18	60.0
سنة 55 إلى 41 من	8	26.7
سنة 55 من أكبر	2	6.7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

الفصل الثاني

يوضح الجدول توزيع عينة زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حسب متغير السن، حيث تشكل الفئة الأكثر تمثيلاً (60.0%) من الزبائن الذين تتراوح أعمارهم بين 25 إلى 40 سنة، بينما تمثل الفئات الأخرى نسباً أقل. فئة أقل من 25 سنة وأكبر من 55 سنة تشكل كل منها 6.7%، مما يدل على أن البنك يستهدف بشكل رئيسي الشباب والبالغين في منتصف العمر. تعتبر الفئة العمرية من 25 إلى 40 سنة الأكثر نشاطاً اقتصادياً، مما قد يفسر اهتمامهم الأكبر ببرامج التوعية المالية الإسلامية. هذا التركيز على الفئات العمرية النشطة اقتصادياً يشير إلى أهمية تصميم برامج توعية تتناسب مع احتياجات هذه الفئة، مثل التخطيط المالي والاستثمار. من المهم أيضاً أن يأخذ البنك بعين الاعتبار الفئات العمرية الأخرى، خاصة أن الفئة من 41 إلى 55 سنة تمثل 26.7%، حيث يمكن أن تستفيد من محتوى مخصص يتناول التقاعد والإدارة المالية في مراحل الحياة المتقدمة. وبالتالي، ينبغي تطوير استراتيجيات شاملة تشمل جميع الفئات العمرية لتعزيز المعرفة المالية بشكل فعال. ويمكن تمثيل هذه النتائج وفقاً للشكل الموالي:

الشكل رقم (3): التوزيع البياني للعينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الجدول رقم (16).

الفصل الثاني

ثالثاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

يمثل الجدول والشكل الموالين توزيع العينة حسب متغير المؤهل العلمي

جدول رقم (15): توزيع العينة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %
أقل أو ثانوي	7	23.3
(ماستر أو ليسانس) جامعية شهادة	19	63.3
(دكتوراه ماجستير أو) عليا دراسات	4	13.3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

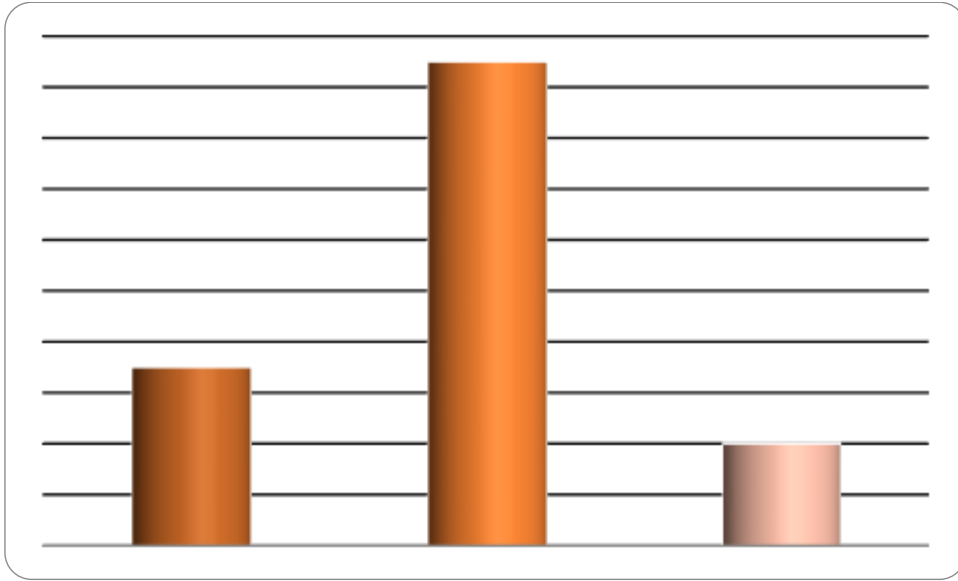
يوضح الجدول توزيع عينة زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حسب متغير المؤهل العلمي. تشير النتائج إلى أن 63.3% من الزبائن يحملون شهادة جامعية (ليسانس أو ماستر)، مما يدل على مستوى تعليمي مرتفع بشكل عام. بينما 23.3% من الزبائن لديهم مستوى تعليمي ثانوي أو أقل، و 13.3% يحملون درجات دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه).

تظهر هذه النتائج أن معظم الزبائن يتمتعون بقدرة على فهم المفاهيم المالية، مما يسهل عليهم الاستفادة من برامج التوعية المالية الإسلامية. وجود نسبة كبيرة من أصحاب الشهادات الجامعية يعكس إمكانية تفاعلهم الإيجابي مع المحتوى التعليمي المتعلق بالمعرفة المالية.

ومع ذلك، فإن نسبة 23.3% من الزبائن ذوي المؤهلات التعليمية الأقل تشير إلى ضرورة توفير محتوى مبسط ومناسب لهذه الفئة، مما يساهم في تعزيز معرفتهم المالية. ينبغي على البنك التركيز على تطوير برامج توعية تتناسب مع مستويات التعليم المختلفة، لضمان تحقيق أقصى استفادة لجميع الزبائن وتعزيز فهمهم للمعرفة المالية الإسلامية... ويمكن تمثيل هذه النتائج وفقاً للشكل الموالي:

الفصل الثاني

الشكل رقم (4): التوزيع البياني للعينة حسب متغير المؤهل التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج الجدول رقم (16).

رابعاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

يوضح الجدول والشكل الموالين توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الخبرة المهنية

جدول رقم (16): توزيع العينة حسب متغير المهنة

النسبة %	التكرار	المهنة
40.0	12	موظف
43.3	13	حرة أعمال
16.7	5	أخرى
100	34	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يوضح الجدول توزيع عينة زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حسب متغير

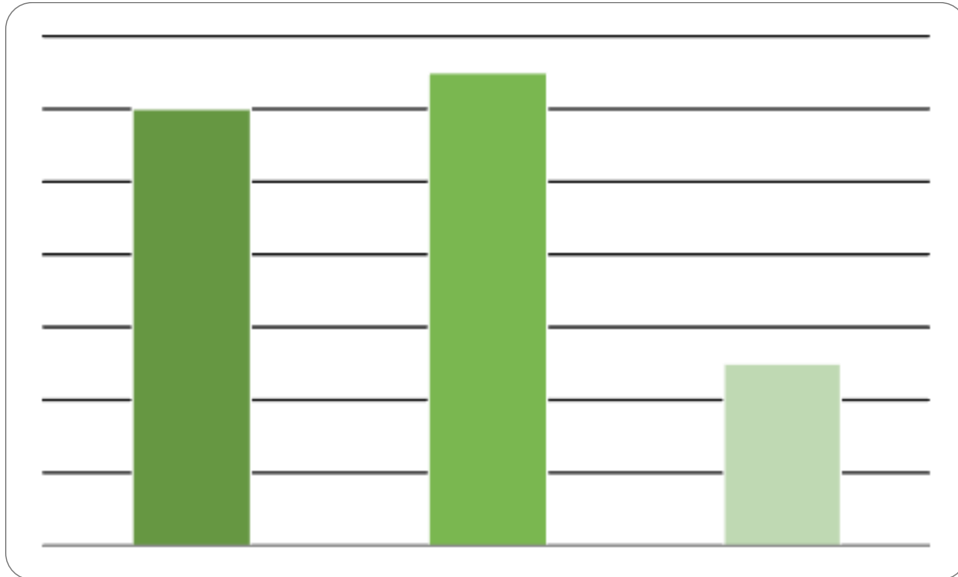
المهنة، حيث يمثل العاملون في الأعمال الحرة 43.3% من العينة، بينما يشكل الموظفون 40.0%،

في حين تمثل الفئة الأخرى 16.7%.

الفصل الثاني

تشير هذه النتائج إلى أن التركيبة المهنية للزبائن تميل نحو الأعمال الحرة، مما قد يشير إلى اهتمام أكبر من قبل هذه الفئة بالمعرفة المالية الإسلامية، حيث يحتاجون إلى مهارات إدارة مالية أفضل لتسيير أعمالهم. فوجود نسبة كبيرة من الموظفين (40.0%) أيضاً يعكس تنوع قاعدة الزبائن، مما يتطلب تصميم برامج توعية تراعي احتياجات كلا المجموعتين. على سبيل المثال، يمكن أن تركز البرامج على مواضيع مثل التخطيط المالي والاستثمار للمهنيين في الأعمال الحرة، بينما يمكن أن تركز على إدارة الرواتب والتوفير للموظفين. بالإضافة إلى ذلك، فإن الفئة الأخرى (16.7%)، التي تشمل مختلف المهن، يجب أن تؤخذ في الاعتبار في تصميم البرامج، لضمان شمولية التوعية المالية. من المهم أن تتضمن البرامج المالية الإسلامية محتوى يناسب جميع الفئات المهنية، مما يعزز الفهم الشامل ويزيد من فعالية التوعية.. ويمكن تمثيل هذه النتائج وفقاً للشكل الموالي:

الشكل رقم (5): التوزيع البياني للعينة حسب متغير المهنة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الجدول رقم (17).

الفصل الثاني

المطلب الثاني: تحليل نتائج المتغيرات المستقلة الجزئية للدراسة

ويمكن توضيح أهم نتائج المتغير المستقل وفقا لما يلي:

أولا: تحليل نتائج المتغير المستقل برامج التوعية

الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات العينة حول مدى توافر محور برامج التوعية في البنك.

جدول رقم (17): تحليل آراء العينة تجاه محور برامج التوعية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
1	يقدم البنك توعية كافية عن الشبائيك المالية الإسلامية الخاص به	3.40	0.932	8	موافق	مرتفع
2	موظفو البنك يمتلكون مهارات مناسبة لتوعية الزبائن بالمنتجات المالية الإسلامية في البنك	3.50	0.861	7	موافق	مرتفع
3	الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كافية للتعريف بالمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك	3.00	0.983	9	محايد	متوسط
4	الإعلانات كالكتيبات والملصقات كانت واضحة ومفيدة للتعريف بالمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك	3.97	1.033	4	موافق	مرتفع
5	الإعلانات المقدمة من البنك عن المنتجات المالية الإسلامية تقدم في شكل مفهوم وواضح	3.90	1.029	5	موافق	مرتفع
6	هناك محدودية في كمية الإعلانات التي يقوم بها البنك للتوعية بالمنتجات الإسلامية الخاصة به	4.17	0.874	1	موافق	مرتفع
7	الإعلانات المقدمة من البنك تحتاج لمزيد من الإبتكار في التصميم والتقديم لتصل إلى الجمهور أكثر وتقنعهم	4.00	0.871	3	موافق	مرتفع
8	حجم التوعية التي قام بها البنك قادرة على إزالة الأخبار الزائفة ونشر المعلومات الصحيحة عن المنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك	2.43	0.898	10	غير موافق	منخفض

الفصل الثاني

مرتفع	موافق	6	1.029	3.90	أصبحت العمليات المتعلقة بفتح حساب في الشبابيك الإسلامية بالبنك سهلة وواضحة ومفهومة	9
مرتفع	موافق	2	0.809	4.03	ساعدت التوعية التي قام بها البنك في اتخاذ قرارات من ناحية إختيار المنتج المالي الإسلامي المناسب لكل شخص	10
مرتفع	موافق	-	7040.	3.63	إجمالي البعد	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يوضح الجدول تحليل آراء العينة حول محور برامج التوعية

يوضح الجدول نتائج آراء زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حول محور برامج التوعية المالية الإسلامية، مما يعكس مدى فعالية هذه البرامج في تقديم المعلومات وتوعية الزبائن.

1. المتوسطات والانحرافات المعيارية:

- تتراوح المتوسطات بين 2.43 و 4.17، مما يدل على تنوع الآراء بين الزبائن.
- الانحرافات المعيارية تتراوح بين 0.809 و 1.033، مما يشير إلى تباين في ردود الفعل، حيث القيم المنخفضة تعكس توافقاً أكبر بين الزبائن.

2. العبارات ذات التقييم العالي

- العبارة 6 ("هناك محدودية في كمية الإعلانات") حصلت على أعلى متوسط (4.17)، مما يدل على وعي الزبائن بضرورة تعزيز الجهود الترويجية.
- العبارة 4 والعبارة 5 تشير إلى فعالية الكتيبات والملصقات، حيث حصلت كل منهما على متوسطات مرتفعة (3.97 و 3.90) مما يدل على وضوح المعلومات.

3. العبارات المحايدة أو المنخفضة

- العبارة 8 ("حجم التوعية قادر على إزالة الأخبار الزائفة") حصلت على أدنى متوسط (2.43)، مما يشير إلى عدم رضا الزبائن عن قدرة البرامج على مواجهة المعلومات المضللة.
- هذا يستدعي ضرورة تحسين استراتيجيات التوعية لتكون أكثر فعالية في تصحيح المفاهيم الخاطئة.

4. الاتجاه العام:

- إجمالي البعد (3.63) يعكس توافقاً عاماً بين الزبائن، مما يدل على رضاهم عن برامج التوعية، رغم وجود مجالات تحتاج إلى تحسين.

الفصل الثاني

إجمالاً يمكن القول أن تشير النتائج إلى أن البنك يقوم بجهود ملحوظة في تقديم التوعية المالية الإسلامية، ولكن هناك حاجة ملحة لتحسين استراتيجيات التواصل وتوسيع نطاق الإعلانات. ينبغي على البنك تطوير محتوى مبتكر وشامل لتعزيز فهم الزبائن وتوسيع قاعدة المعرفة المالية.

ثانياً: تحليل نتائج المتغير التابع المعرفة المالية الإسلامية

الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات العينة حول مدى توافر محور المعرفة المالية الإسلامية

جدول رقم(19): تحليل آراء العينة تجاه محور برامج التوعية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
11	هناك فهم ومعرفة كافية بأهم المنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها البنك	3.13	0.819	7	محايد	متوسط
12	فتح حساب في الشبايك الإسلامية كان عي وقناعة بالمنتجات المالية الإسلامية للبنك	3.83	1.053	1	موافق	مرتفع
13	هناك فهم لأهم قواعد الربح والخسارة للمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك	3.43	1.006	5	موافق	مرتفع
14	زادت ثقة الزبون في البنك عن قبل بسبب وجود المنتجات المالية الإسلامية خاصة به	3.57	1.073	4	موافق	مرتفع
15	هناك تفضيل من الزبون في اختيار منتجات مالية إسلامية للبنك أكثر من المنتجات الأخرى التقليدية	3.37	0.765	6	محايد	متوسط
16	عملية التوعية التي قام بها غيرت موقف الزبون من فتح حسابات بنكية في المنتجات المالية الإسلامية	3.63	0.890	3	موافق	مرتفع
17	هناك زيادة في فهم ووعي الجمهور كل مرة بكل صيغ المعاملات المالية الإسلامية المقدمة من البنوك	2.97	0.964	9	محايد	متوسط
18	هناك تطور في إقبال الزبائن على فتح حسابات في الشبايك المالية الإسلامية	3.70	0.952	2	موافق	مرتفع
19	تخضع المنتجات المالية الإسلامية في البنك للرقابة الشرعية من الجهات الرسمية	3.00	0.947	8	محايد	متوسط
20	هناك مفاضلة من الزبائن بين المنتجات المالية الإسلامية للبنك وللبنوك الأخرى	2.83	0.834	10	محايد	متوسط

الفصل الثاني

إجمالي المحور	3.34	0.849	-	محايد	متوسط
---------------	------	-------	---	-------	-------

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يوضح الجدول نتائج آراء زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حول محور المعرفة المالية الإسلامية، مما يعكس مدى فهمهم ووعيهم بالمنتجات المالية الإسلامية المتاحة.

1. المتوسطات والانحرافات المعيارية

- تراوحت المتوسطات بين 2.83 و 3.83، مما يشير إلى وجود تصورات متباينة بين الزبائن حول معرفتهم المالية.

- الانحرافات المعيارية تتراوح بين 0.765 و 1.073، مما يدل على تباين في ردود الفعل، حيث إن القيم المرتفعة تعكس تبايناً أكبر في الآراء.

2. العبارات ذات التقييم العالي

- العبارة 12 ("فتح حساب في الشبايك الإسلامية كان عن وعي وقناعة") حصلت على أعلى متوسط (3.83)، مما يدل على رضا الزبائن عن معرفتهم بمنتجات البنك.

- العبارة 13 والعبارة 14 تشير إلى فهم قواعد الربح والخسارة وزيادة الثقة في البنك، وحصلتا على متوسطات مرتفعة (3.43 و 3.57).

3. العبارات المحايدة والمنخفضة

- العبارة 20 ("هناك مفاضلة من الزبائن بين المنتجات المالية الإسلامية للبنك وللبنوك الأخرى") حصلت على أدنى متوسط (2.83)، مما يشير إلى عدم وضوح تفضيلات الزبائن بين المنتجات الإسلامية والتقليدية.

- العبارة 17 ("زيادة فهم ووعي الجمهور بكل صيغ المعاملات المالية الإسلامية") حصلت أيضاً على متوسط محايد (2.97)، مما يستدعي تحسين استراتيجيات التوعية.

4. الاتجاه العام

- إجمالي المحور (3.34) يعكس مستوى محايد من المعرفة المالية الإسلامية، مما يدل على أن الزبائن يمتلكون بعض المعرفة، لكن هناك حاجة لتعزيز الفهم والوعي.

تشير النتائج إلى أن الزبائن يمتلكون معرفة متوسطة بالمنتجات المالية الإسلامية. بينما تظهر بعض العبارات رضا الزبائن عن وعيهم بالمنتجات، إلا أن هناك مجالات تحتاج إلى تحسين، مثل تعزيز الفهم العام للمنتجات الإسلامية وتفضيلها على المنتجات التقليدية. ينبغي على البنك التركيز على استراتيجيات توعية فعالة لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية بين الزبائن.

الفصل الثاني

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

من خلال هذا المطلب سيتم اختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية، وبالتالي سيتم رفض أو قبول فرضيات الدراسة.

أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية تم إجراء اختبار كلمجروف-سمرنوف (Kolmogorov-Simirnov) من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار أو بعبارة أخرى للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) كاختبار ضروري للفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. وقد تم إجراء الاختبار بعد توزيع كل الاستمارات وجمعها من قبل أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (18): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

محاوَر الاستبيان	محتوى المحور	قيمة Z	مستوى الدلالة (sig)
المحور الأول	برامج التوعية	0.582	0.887
المحور الثاني	المعرفة المالية الإسلامية	0.867	0.439
الاستبيان ككل		0.824	0.505

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spss.

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور وكذا الإجمالي أكبر من (0.05)، أي أن مستوى الدلالة أكبر من 5%، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

الفصل الثاني

ثانيا: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات الرئيسية

بعد تحليل عبارات أبعاد المحاور، يستلزم بعد ذلك اختبار الفرضيات الموضوعية للدراسة، وسيتم اختبار اختبار (ت) لعينة واحدة (One-Sample T Test) لمقارنة متوسط مجموعة واحدة بمتوسط معلوم.

01- اختبار الفرضية الأولى (H01)

"يقوم تقييم برامج التوعية على مدى وصول المعلومات الصحيحة والكافية للزبائن والمتعلقة بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)"

جدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضية الثانية

قيمة الاختبار = One-Sample T Test						المتغير
العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية (ddl)	قيمة (T) المحسوبة	مستوى الدلالة (Sig)	
30	3.63	0.704	29	4.896	0.000	الدرجات

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من الجدول رقم (19) يتضح أن: عدد أفراد العينة يساوي (30)، ومتوسط العينة بلغ (3.36) والانحراف المعياري (0.704)، وليبيان دلالة الفرق بين متوسط العينة والمتوسط المعلوم تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحدة (One-Sample T Test).

وأن قيمة ت المحسوبة بلغت (4.896)، عند مستوى الدلالة ($\text{sig} \leq 0.05$)، وهي أكبر من قيمة الجدولية والتي بلغت قيمتها (0.000)، ما يعني وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى ($\text{sig} \leq 0.05$) بين المتوسطين، وهو ما يعني صحة الفرضية.

02- اختبار الفرضية الثانية (H02)

"يعتمد حجم المعرفة المالية الإسلامية على تمكين الزبائن من الوعي والفهم بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)"

جدول رقم (20): نتائج اختبار الفرضية الثانية

قيمة الاختبار = One-Sample T Test						المتغير
الدرجات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية (ddl)	قيمة (T) المحسوبة	مستوى الدلالة (Sig)
30	3.34	0.849	29	2.235	0.033	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من الجدول رقم (20) يتضح أن: عدد أفراد العينة يساوي (30)، ومتوسط العينة بلغ (3.34) والانحراف المعياري (0.849)، ولبيان دلالة الفرق بين متوسط العينة والمتوسط المعلوم تم استخدام اختبار (ت) لعينة واحدة (One-Sample T Test). وأن قيمة ت المحسوبة بلغت (2.235)، عند مستوى الدلالة ($\text{sig} \leq 0.05$)، وهي أكبر من قيمة الجدولية والتي بلغت قيمتها (0.033)، ما يعني وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى ($\text{sig} \leq 0.05$) بين المتوسطين، وهو ما يعني صحة الفرضية.

الفصل الثاني

3- الفرضية عن المتغيرات الشخصية والوظيفية

يمكن توضيح أهم نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (21): يوضح تحليل التباين الأحادي Anova للبيانات الشخصية والوظيفية

المحور	المتغيرات التابعة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الجنس		بين المجموعات	3.633	17	0.214	0.669	0.782
		داخل المجموعات	3.833	12	0.319		
		المجموع	7.467	29			
السن	المعرفة المالية الإسلامية	بين المجموعات	8.583	17	0.505	0.996	0.515
		داخل المجموعات	6.083	12	0.507		
		المجموع	14.667	29			
المؤهل العلمي		بين المجموعات	7.867	17	.463	1.960	.120
		داخل المجموعات	2.833	12	.236		
		المجموع	10.700	29			
المهنة		بين المجموعات	8.950	17	0.526	0.985	0.524
		داخل المجموعات	6.417	12	0.535		
		المجموع	15.367	29			

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على نتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح الجدول رقم (18) نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للبيانات الشخصية

والوظيفية وتأثيرها على المعرفة المالية الإسلامية.

1. الجنس

- قيمة F المحسوبة: 0.6690

- مستوى الدلالة (Sig): 0.7820

- **التفسير:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المعرفة المالية الإسلامية بين الجنسين،

حيث أن مستوى الدلالة أكبر من 0.05. هذا يشير إلى أن الجنس لا يؤثر بشكل كبير على مستوى المعرفة المالية.

2. السن

- قيمة F المحسوبة: 0.9960

- مستوى الدلالة (Sig): 0.5150

- التفسير: أيضاً، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المعرفة المالية الإسلامية بحسب الفئات العمرية. القيمة أكبر من 0.05، مما يعني أن العمر لا يؤثر بشكل ملحوظ على مستوى المعرفة.

3. المؤهل العلمي

- قيمة F المحسوبة: 1.960

- مستوى الدلالة (Sig): 0.120

- التفسير: تشير هذه النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المعرفة المالية الإسلامية بناءً على المؤهل العلمي، حيث أن القيمة لا تزال أعلى من 0.05.

4. المهنة

- قيمة F المحسوبة: 0.9850

- مستوى الدلالة (Sig): 0.5240

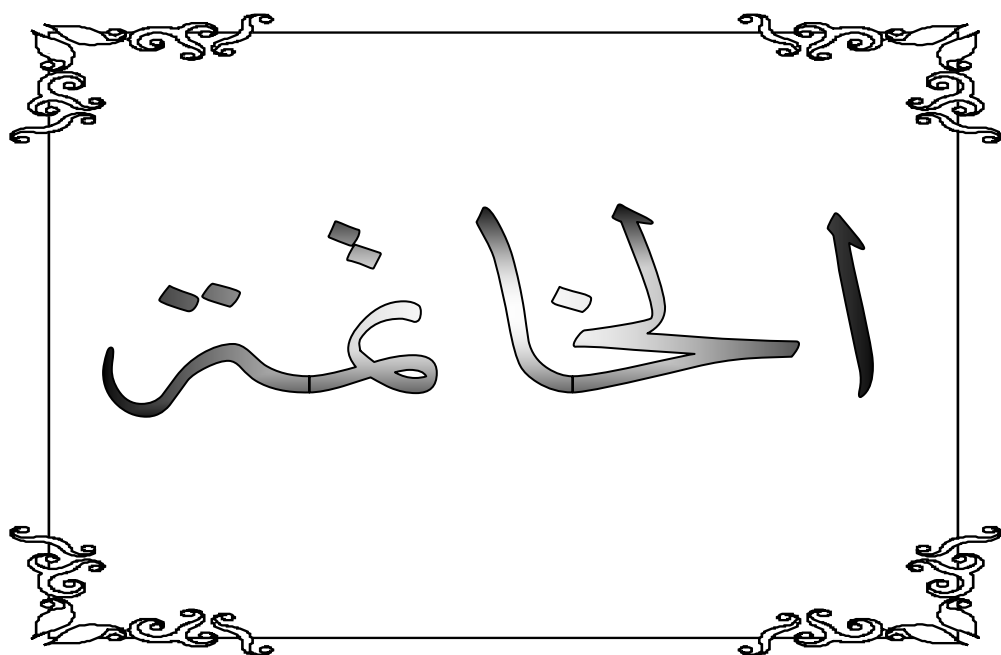
- التفسير: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المعرفة المالية الإسلامية وفقاً للمهنة. هذه النتائج تشير إلى أن المهنة لا تؤثر بشكل كبير على مستوى المعرفة المالية.

إجمالاً تشير نتائج تحليل التباين إلى أن المتغيرات الشخصية والوظيفية مثل الجنس، السن، المؤهل العلمي، والمهنة لا تؤثر بشكل ملحوظ على مستوى المعرفة المالية الإسلامية. هذا يعني أن برامج التوعية المالية يجب أن تستهدف جميع الفئات دون اعتبارات كبيرة لهذه المتغيرات، مما يبرز أهمية تطوير استراتيجيات شاملة تناسب جميع الزبائن.

خلاصة الفصل الثاني

تم التطرق في هذا الفصل الى نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة -488- واهم مهامه بالإضافة الى منتجات الصيرفة الإسلامية التي يقدمها لزبائنه، كما قمنا بتحليل الاستبيان واختبار مدى صدقه وثباته كأداة رئيسية للدراسة وتحليل عبارات الاستبيان بمحورية للتعرف على وجهة نظر العينة حول برامج التوعية والمعرفة المالية الإسلامية مستعملين الأساليب الإحصائية المناسبة.

وبناء على ما تم التطرق اليه في هذا الفصل تم التوصل الى ان بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة -488- قدم مجموعة من البرامج التوعوية حول الصيرفة الإسلامية و مختلف المنتجات التي يقدمها شباكه ويدرك زبائنه مختلف المفاهيم المرتبطة بها واهم الخدمات التي يقدمها.



الخاتمة

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة وتزايد الحاجة إلى الكفاءة في إدارة الشؤون المالية، تبرز برامج التوعية كوسيلة جوهرية لتعزيز المعرفة المالية الإسلامية لدى الأفراد والمجتمعات. فالمعرفة المالية الإسلامية لا تكتفي بإكساب الأفراد مهارات مالية عامة، بل تتعمق في تأصيل وعيهم بالمفاهيم الشرعية التي تضبط سلوكهم المالي وفق أحكام الشريعة الإسلامية، كالمرابحة والمضاربة والإجارة وغيرها. وهنا تأتي أهمية برامج التوعية التي تعمل على تمكين الأفراد من الفهم الصحيح لهذه الصيغ، وتطوير قدرتهم على اتخاذ قرارات مالية مسؤولة ومتوافقة مع الضوابط الشرعية.

وقد أكدت دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية تبسة - وكالة 488، أن فعالية برامج التوعية تتجلى في مدى وصول المعلومات الدقيقة والكافية إلى الزبائن، وفي تعزيز وعيهم وإدراكهم بمزايا المنتجات الإسلامية. وهو ما انعكس إيجاباً على زيادة الإقبال على هذه المنتجات، وتوسيع قاعدة الزبائن، وتعزيز الثقة في الخدمات المصرفية الإسلامية.

ومن هذا المنطلق، يتعين على المؤسسات المالية، بالتعاون مع الهيئات الحكومية، تكثيف جهودها لتطوير وتوسيع هذه البرامج بما يلائم الحاجات الفعلية للمجتمع، ويواكب التحولات الاقتصادية الراهنة. فبرامج التوعية، إذا ما تم تفعيلها بكفاءة، يمكن أن تسهم في تحقيق الشمول المالي، وتحفيز النمو الاقتصادي، وتعزيز الاستقرار المالي والاجتماعي.

1. اختبار الفرضيات :

الفرضية الاولى: صحيحة

يقوم تقييم برامج التوعية على مدى وصول المعلومات الصحيحة و الكافية للزبائن و المتعلقة بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها البنك و هو ما تم إثباته بإستخدام إختبار(ت) للعينة الواحدة (one_sample T test)

الخاتمة

الفرضية الثانية : صحيحة

يعتمد حجم المعرفة المالية الإسلامية على تمكين الزبائن من الوعي و الفهم بالمنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها البنك و هو ما تم إثباته باستخدام إختبار (ت) للعينة الواحدة (one_sample T test)

2. نتائج الدراسة:

بناء على المعلومات السابقة توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيص في :

- تعتبر برامج التوعية أداة مهمة و فعالة في زيادة المعرفة المالية
- ساهمت برامج التوعية المطبقة في بعض الدول كالسعودية و الإمارات، مصر ، الاردن و المغرب في زيادة الوعي المالي و المعرفة المالية و دعم التنمية الاقتصادية
- ساهمت برامج التوعية المقدمة من طرف بنك الفلاحة و التنمية الريفية في زيادة توجه الزبائن لمنتجات الصيرفة الإسلامية ورفع ثقتهم بها
- تعمل برامج التوعية على تعزيز اتخاذ قرارات مالية سليمة
- يعكس حجم المعرفة المالية الإسلامية مدى وعي الزبائن و فهمهم للمنتجات المالية الإسلامية المقدمة من طرف البنك.
- فعالية برامج التوعية المقدمة من طرف بنك الفلاحة و التنمية الريفية و التي عززت المعرفة المالية الإسلامية للزبائن من خلال إيصال المعلومات بصفة جيدة و سليمة

3. التوصيات :

اعتمادا على النتائج يمكن تقديم جملة من النصائح و التوصيات المتمثلة في.

- يجب على البنك تنويع الوسائل و الأساليب التوعوية المستخدمة للرفع من فعاليتها
- تكوين و تدريب الموظفين على مهارات الارشاد المالي الإسلامي
- اجراء تقييم دوري لمدى نجاعة البرامج التوعوية المقدمة
- التعاون مع المؤسسات التعليمية و الدينية لتنظيم ندوات و أيام تحسيسية تمس جميع الفئات.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

باللغات العربية

أولاً: الكتب

- 1- الغزاوي، أحمد عيد الكريم، الإتصال الجماهيري وبرامج التوعية الاجتماعية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
- 2- عبد الفضيل، عادل، الربح والخسارة في معاملات المصارف الإسلامية دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 3- الفراء، وليد عبد الرحمن خالد، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي.
- 4- شاهر، ثائر فيصل، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013.

ثانياً: أطروحات ومذكرات تخرج

- 1- الصائغ، وجد رفيق، أثر المعرفة المالية على مشاركة القطاع العائلي في سوق دمشق للأوراق المالية، ماجستير، جامعة تشرين، 2015.

ثالثاً: مقالات

- 1- إبراهيم، أميرة، ما هي المعرفة المالية وأهميتها في حياتنا، [رابط موقع إلكتروني].
- 2- شنبي، صورية، بن لخضر، السعيد، أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 4، العدد 1، 2019.
- 3- عبده الحمامصي، إيمان فتحي، تأثير المعرفة المالية على الاتجاه والسلوك المالي لعملاء البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للبحوث التجارية، جامعة جنوب الوادي، العدد الأول، 2020.
- 4- عثمانى، زين العابدين، تيقاوي، العربي، دور وسطاء إدارة المعرفة المالية في دعم التوجه الريادي لأصحاب المشاريع، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة أدرار، العدد الأول، مجلد 6، 2022.
- 5- عبد الرحمن، تافيسناطه، دور أبعاد المعرفة المالية في تحقيق الريادة المعرفية، المجلة الأكاديمية لجامعة نيرون، المجلد 6، العدد 4، 2017.
- 6- عرقوب، خديجة، مساهمة الثقافة المالية في نجاح رواد الأعمال، مجلة الاستراتيجية والتنمية.
- 7- فراح، أسامة، عبد العزيز، رحمة، الشمول المالي ودوره في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في البنوك، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 2، العدد 2، خاص، 2021.

قائمة المصادر والمراجع

- 8- كاظم العنكيب، أحمد طاهر، دور المصارف الشاملة في تحقيق الشمول المالي، جامعة بغداد، كلية دجلة، 2021.
- 9- محمد سعد، محمد علي شلبي، المعرفة المالية الأفراد على الشمول المالي - دراسة مقارنة، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 9، العدد 2، 2018.
- 10- محمود معنوق، سهوير، حسن علي، إيمان، محمود سيد، هناء، الشمول المالي، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 35، العدد 1.
- 11- بخاري، خيرة، طهراوي دومة، علي، التثقيف المالي ودوره في تعزيز التحول المالي في الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 7، العدد 1، 2022.
- 12- شايب، يمينه، التعليم المالي كأداة لتعزيز الشمول المالي، مجلة المعارف، جامعة الجزائر 3، المجلد 17، العدد 1، 2022.
- 13- زعبيط، محمد الصادق، شرابي، عماد الدين، مستوى الثقافة المالية لدى طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2020.
- 14- بن زكة، سليمة، شرون، عز الدين، واقع الصيرفة الإسلامية في الجزائر، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10، العدد 2، 2020.
- 15- عبدلي، حبيبة، وفاء، هالة، الصيرفة الإسلامية في الجزائر "واقع وتحديات"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 7، العدد 2، 2020.
- 16- عبد القادر، النوافذ المصرفية الإسلامية خطوة نحو الصيرفة الإسلامية، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد 1، 2020.
- 17- رحمان، أحمد، جبوري، محمد، النوافذ الإسلامية كآلية للتوجه نحو الصيرفة الإسلامية في الجزائر، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد 10، العدد 1، 2020.
- 18- عمامرة، ياسمينه، صلاح، ونام، التوجه نحو التعاملات المالية الإسلامية في البنوك التجارية، مجلة الدراسات البيئية والتنمية المستدامة، المجلد 3، العدد 1.
- 19- عصار غربي، عبد الحليم، فجوة المعرفة المالية الإسلامية في الاقتصادات العربية، مجلة إسرا الدولية للمالية الإسلامية، المجلد 11، العدد 2، 2020.

باللغات الأجنبية

أولاً: الكتب

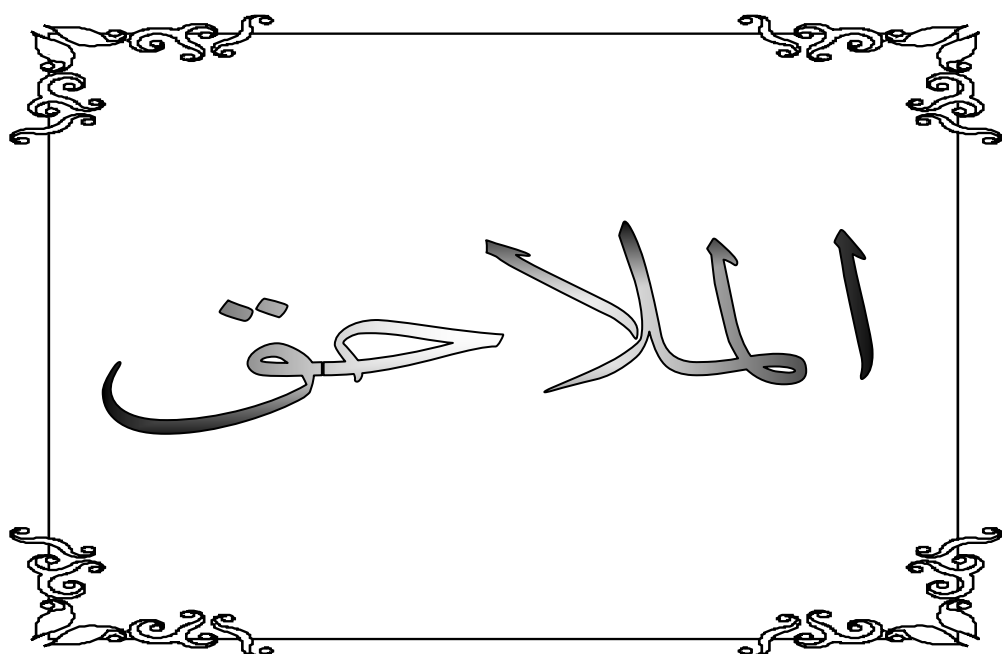
- 1- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K., Health Behavior and Health Education: Theory, Research and Practice, 4th ed., San Francisco, 2008, p27.
- 2- Hubley, J., & Copeman, J., Practical Health Promotion, 2nd ed., Cambridge, 2013, p.(64,74)
- 3- Naido, J., & Wills, J., Foundations for Health Promotion, 3rd ed., Edinburgh, 2009, p.(125,131)
- 4- World Bank, Global Financial Development: Financial Inclusion, Washington, DC: World Bank, 2014, p21

ثانيا : المقالات

- 5- Agalliu, Financial Culture Among Albanian Young People and Its Impact on the Economy, Mediterranean Journal of Social Sciences, 2014, p690.
- 6- Bucher-Koenen et al., How Financially Literate Are Women?, GFLEC Working Paper Series, 2016.
- 7- Csorba, The Determining Factors of Financial Culture, Financial Literacy and Financial Behavior, Public Finance Quarterly, 2020, p68.
- 8- Lati, Nabila; Banas, Mounira, The Reality of the Financial Culture in the City of Setif – A Survey Study, Strategy and Development Review, University of Setif 1, Volume 10, 2020, p382.
- 9- Natbeam, D., Health Literacy as a Public Health Goal, Health Promotion International, 15(3), 2000, p260.

المواقع الإلكترونية والتقارير المؤسسية

- 1- NSFE. National Strategy for Financial Education.
- 2- EIF: Emirates Institute of Finance – Eil.gov.ae/ar/اثرء
- 3- Central Bank of Egypt – cbe.org.eg
- 4- Central Bank of Libya – cbe.org.ly
- 5- Central Bank of Jordan – cbj.gov.jo
- 6- 0Finapp.jo – Finapp.jo/categorg/البنوك





جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية
قسم: علوم المالية والمحاسبة
التخصص: محاسبة و مالية



استمارة الاستبيان

يشرفنا ان نضع بين ايديكم هذه الاستمارة في إطار انجاز بحث علمي ميداني ضمن
متطلبات لنيل شهادة الماستر

ب عنوان:

برامج التوعية كأداة لتعزيز المعرفة المالية الاسلامية

الأستاذ المشرف

مسعودي حسام

إعداد الطالبة

عيادي ابتسام

اخي الفاضل/ اختي الفاضلة

اود منكم المساعدة في الإجابة على استمارة المقابلة الأتية عبر افادتنا
بمختلف الملاحظات اللازمة التي تثري هذا البحث مع وضع علامة (x)
في المكان المناسب ...
شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا ...

السنة الدراسية: 2025/2024

المحور الاول: البيانات الشخصية

1- الجنس ☐ أنثى ☐ ذكر

2- السن

☐ أقل من 25 سنة ☐ من 25 إلى 40 سنة
☐ من 41 إلى 55 سنة ☐ أكبر من 55 سنة

3- المؤهل العلمي

☐ ثانوي أو أقل ☐ شهادة جامعية (ليسانس - ماستر)

☐ دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)

المهنة

☐ موظف ☐ أعمال حرة ☐ أخرى

.....

الملاحق

المحور الثاني: تقييم برامج التوعية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

رقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	وافق	أوافق بشدة
01	يقدم البنك توعية كافية عن الشبائيك المالية الإسلامية الخاص به					
02	موظفو البنك يمتلكون مهارات مناسبة لتوعية الزبائن بالمنتجات المالية الإسلامية في البنك					
03	الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كافية للتعريف بالمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك					
04	الإعلانات كالكتيبات والملصقات كانت واضحة ومفيدة للتعريف بالمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك					
05	الإعلانات المقدمة من البنك عن المنتجات المالية الإسلامية تقدم في شكل مفهوم وواضح					
06	هناك محدودية في كمية الإعلانات التي يقوم بها البنك للتوعية بالمنتجات الإسلامية الخاصة به					
07	الإعلانات المقدمة من البنك تحتاج لمزيد من الابتكار في التصميم والتقديم لتصل إلى الجمهور أكثر وتقتنعهم					
08	حجم التوعية التي قام بها البنك قادرة على إزالة الأخبار الزائفة ونشر المعلومات الصحيحة عن المنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك					
09	أصبحت العمليات المتعلقة بفتح حساب في الشبائيك الإسلامية بالبنك سهلة وواضحة ومفهومة					
10	ساعدت التوعية التي قام بها البنك في اتخاذ قرارات من ناحية إختيار المنتج المالي الإسلامي المناسب لكل شخص					

الملاحق

المحور الثالث: حجم المعرفة المالية الإسلامية لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

رقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	اوافق	أوافق بشدة
01	هناك فهم ومعرفة كافية بأهم المنتجات المالية الإسلامية التي يقدمها البنك					
02	فتح حساب في الشبايك الإسلامية كان عن وعي وقناعة بالمنتجات المالية الإسلامية للبنك					
03	هناك فهم لأهم قواعد الربح والخسارة للمنتجات المالية الإسلامية الخاصة بالبنك					
04	زادت ثقة الزبون في البنك عن قبل بسبب وجود المنتجات المالية الإسلامية خاصة به					
05	هناك تفضيل من الزبون في اختيار منتجات مالية إسلامية للبنك أكثر من المنتجات الأخرى التقليدية					
06	عملية التوعية التي قام بها غيرت موقف الزبون من فتح حسابات بنكية في المنتجات المالية الإسلامية					
07	هناك زيادة في فهم ووعي الجمهور كل مرة بكل صيغ المعاملات المالية الإسلامية المقدمة من البنوك					
08	هناك تطور في إقبال الزبائن على فتح حسابات في الشبايك المالية الإسلامية					
09	تخضع المنتجات المالية الإسلامية في البنك للرقابة الشرعية من الجهات الرسمية					
10	هناك مفاصلة من الزبائن بين المنتجات المالية الإسلامية للبنك وللبنوك الأخرى					

وأخيرا نشكركم على حسن تعاونكم وتجاوبكم معنا



الجمهورية العراقية الديمقراطية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيعي العربي النجفي - نجسة



مكتب العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
مادة عمادة الكلية مكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
مسئلة التعليم والتقييم

اتفاقية التبرص

الرقم: 2024/

المادة الأولى: هذه الاتفاقية تضبط علاقة جامعة الشهيد الشيعي العربي النجفي - نجسة - ممثلة من طرف عميد كلية العلوم
اقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير.

مع المؤسسة: مكتب العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - نجسة -

مقرها: نجسة -

ممثلة من طرف:

الوظيفة:

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تبرص تطبقي للطلبة الاتية اسمائهم:

1. عماد حيا 2. نجسام

ماستر التخصص حماية ومالية

عنوان المذكرة: برامج التوعية كادارة لتعزير المعرفة اكلية النجسية

الاستاذ المشرف: مستوح على حسام

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تبرص تطبقي للطلبة الاتية اسمائهم:

1. 3 2. 1

4. 5

لباسي التخصص: 1

عنوان تقرير التبرص: 1

الاستاذ المشرف: 1

وذلك طبقا للمرسوم رقم: 90-00 المؤرخ في: 1900/05/03 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1909.



المادة الثانية : يهدف هذا الترخيص الى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم والمطابقة للبرنامج والمخطط للتعليمية في نيابة عمادة الكلية للدراسات و العمل المرتبطة بالطلبة

المادة الثالثة: الترخيص التطبيقي يجري في مصلحة

الفترة من: ٢٥ أفريل ٢٠٢٠ الى: ٣٠ أفريل ٢٠٢٠

المادة الرابعة: برنامج الترخيص المعد من طرف الكلية مرافق عند تنفيذه من طرف جامعة تبسة والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة :

وعلى غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر بمساعدة تنفيذ الترخيص التطبيقي هؤلاء الأشخاص مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الامثل للتنفيذ الامثل للبرنامج وكل غياب للتخريف ينبغي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية المسلمة من طرف الكلية.

المادة السادسة: خلال الترخيص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتبع المترشح مجموع الموظفين في وجاته المحددة في النظام الداخلي وعليه بحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم أماكن ترشيحهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الامن والنظافة وتبين لهم الاخطاء الممكنة.

المادة السابعة: في حالة الاخلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في ايقاف ترشيح الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤمنة الوصول.

المادة الثامنة: تاخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المترشح ضد مجموع مخاطر حوادث العمل ولتسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والامن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ الترخيص.

المادة التاسعة: في حالة حادث ما على المترشحين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ الى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة الى القسم

المادة العاشرة: تتحمل المؤسسة التكاليف بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب مجمل الاتفاقيات الموقعة بين الطرفين عند الوجوب وإلا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية السكن ، المطعم.

ادارة القسم



ادارة المؤسسة المستقبلية



[illegible]



الملحق رقم (04): مخرجات برنامج الـ SPSS

البيانات الشخصية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	14	46.7	46.7	46.7
Valide انثى	16	53.3	53.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 25 من أقل	2	6.7	6.7	6.7
سنة 40 إلى 25 من	18	60.0	60.0	66.7
Valide سنة 55 إلى 41 من	8	26.7	26.7	93.3
سنة 55 من أكبر	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

العلمي المؤهل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل أو ثانوي	7	23.3	23.3	23.3
Valide (ماستر أو ليسانس) جامعية شهادة	19	63.3	63.3	86.7
(دكتوراه ماجستير أو) عليا دراسات	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موظف	12	40.0	40.0	40.0
Valide أعمال	13	43.3	43.3	83.3
حرة	5	16.7	16.7	100.0
أخرى	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

معامل ألفا كرونباخ الاجمالي

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	30	100.0
Observations Exclues ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.974	20

معامل ألفا كرونباخ المحور الأول: برامج التوعية

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	30	100.0
Observations Exclues ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.915	10

معامل ألفا كرونباخ المحور الثاني: المعرفة المالية الإسلامية

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	30	100.0
Observations Exclues ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.976	10

الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول

الأول_المحور	الأول_المحور	1
الأول_المحور	Corrélation de Pearson	
	Sig. (bilatérale)	
	N	30
المالية الشبابيك عن كافية توعية البنك يقدم	Corrélation de Pearson	.537**
به الخاص الإسلامية	Sig. (bilatérale)	.002
	N	30
لتوعية مناسبة مهارات يمتلكون البنك موظفو	Corrélation de Pearson	.611**
البنك في الإسلامية المالية بالمنتجات الزبائن	Sig. (bilatérale)	.000
	N	30
الاجتماعي التواصل مواقع عبر الإعلانات	Corrélation de Pearson	.632**
الإسلامية المالية بالمنتجات للتعريف كافية	Sig. (bilatérale)	.000
بالبنك الخاصة	N	30
واضحة كانت والملصقات كالكتيبات الإعلانات	Corrélation de Pearson	.835**
الإسلامية المالية بالمنتجات للتعريف ومفيدة	Sig. (bilatérale)	.000
بالبنك الخاصة	N	30
المنتجات عن البنك من المقدمة الإعلانات	Corrélation de Pearson	.765**
وواضح مفهوم شكل في تقدم الإسلامية المالية	Sig. (bilatérale)	.000
	N	30
يقوم التي الإعلانات كمية في محدودة هناك	Corrélation de Pearson	.680**
الخاصة الإسلامية بالمنتجات للتوعية البنك بها	Sig. (bilatérale)	.000
به	N	30
من لمزيد تحتاج البنك من المقدمة الإعلانات	Corrélation de Pearson	.916**
إلى لتصل والتقديم التصميم في الابتكار	Sig. (bilatérale)	.000
وتقنعهم أكثر الجمهور	N	30
إزالة على قدرة البنك بها قام التي التوعية حجم	Corrélation de Pearson	.780**
عن الصحيحة المعلومات ونشر الزائفة الأخبار	Sig. (bilatérale)	.000
بالبنك الخاصة الإسلامية المالية بالمنتجات	N	30
في حساب بفتح المتعلقة العمليات أصبحت	Corrélation de Pearson	.917**
وواضحة سهلة بالبنك الإسلامية الشبابيك	Sig. (bilatérale)	.000
ومفهومة	N	30
اتخاذ في البنك بها قام التي التوعية ساعدت	Corrélation de Pearson	.882**
المالي المنتج إختيار ناحية من قرارات	Sig. (bilatérale)	.000
شخص لكل المناسب الإسلامي	N	30

		الثاني المحور
الثاني المحور	Corrélation de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	
المالية المنتجات بأهم كافية ومعرفة فهم هناك البنك يقدمها التي الإسلامية	N	30
	Corrélation de Pearson	.917**
	Sig. (bilatérale)	.000
عن كان الإسلامية الشبابيك في حساب فتح للبنك الإسلامية المالية بالمنتجات وقناعة وعي	N	30
	Corrélation de Pearson	.957**
	Sig. (bilatérale)	.000
للمنتجات والخسارة الربح قواعد لأهم فهم هناك بالبنك الخاصة الإسلامية المالية	N	30
	Corrélation de Pearson	.935**
	Sig. (bilatérale)	.000
بسبب قبل عن البنك في الزبون ثقة زادت به خاصة الإسلامية المالية المنتجات وجود	N	30
	Corrélation de Pearson	.961**
	Sig. (bilatérale)	.000
منتجات اختبار في الزبون من تفضيل هناك الأخرى المنتجات من أكثر للبنك إسلامية مالية التقليدية	N	30
	Corrélation de Pearson	.710**
	Sig. (bilatérale)	.000
موقف غيرت بها قام التي التوعية عملية المنتجات في بنكية حسابات فتح من الزبون الإسلامية المالية	N	30
	Corrélation de Pearson	.931**
	Sig. (bilatérale)	.000
مرة كل الجمهور ووعي فهم في زيادة هناك المقدمة الإسلامية المالية المعاملات صيغ بكل البنوك من	N	30
	Corrélation de Pearson	.953**
	Sig. (bilatérale)	.000
حسابات فتح على الزبائن إقبال في تطور هناك الإسلامية المالية الشبابيك في	N	30
	Corrélation de Pearson	.960**
	Sig. (bilatérale)	.000
البنك في الإسلامية المالية المنتجات تخضع الرسمية الجهات من الشرعية للرقابة	N	30
	Corrélation de Pearson	.952**
	Sig. (bilatérale)	.000
المالية المنتجات بين الزبائن من مفاضلة هناك الأخرى وللبنوك للبنك الإسلامية	N	30
	Corrélation de Pearson	.790**
	Sig. (bilatérale)	.000
	N	30

المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاستبيان

المحور الأول: برامج التوعية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الشبابيك عن كافية توعية البنك يقدم به الخاص الإسلامية المالية	30	3.40	.932
مناسبة مهارات يمتلكون البنك موظفو المالية بالمنتجات الزبائن لتوعية	30	3.50	.861
البنك في الإسلامية التواصل مواقع عبر الإعلانات بالمنتجات للتعريف كافية الاجتماعي	30	3.00	.983
بالبنك الخاصة الإسلامية المالية كانت والملصقات كالكتيبات الإعلانات بالمنتجات للتعريف ومفيدة واضحة	30	3.97	1.033
بالبنك الخاصة الإسلامية المالية عن البنك من المقدمة الإعلانات شكل في تقدم الإسلامية المالية المنتجات وواضح مفهوم	30	3.90	1.029
التي الإعلانات كمية في محدودة هناك بالمنتجات للتوعية البنك بها يقوم به الخاصة الإسلامية	30	4.17	.874
لمزيد تحتاج البنك من المقدمة الإعلانات لتصل والتقديم التصميم في الابتكار من وتقنعهم أكثر الجمهور إلى	30	4.00	.871
قادرة البنك بها قام التي التوعية حجم ونشر الزائفة الأخبار إزالة على	30	2.43	.898
المنتجات عن الصحيحة المعلومات بالبنك الخاصة الإسلامية المالية حساب بفتح المتعلقة العمليات أصبحت	30	3.90	1.029
سهلة بالبنك الإسلامية الشبابيك في ومفهومة وواضحة في البنك بها قام التي التوعية ساعدت	30	4.03	.809
المنتج إختيار ناحية من قرارات اتخاذ شخص لكل المناسب الإسلامي المالي	30		
N valide (listwise)	30		

لمحور الثاني: المعرفة المالية الإسلامية

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
المنتجات بأهم كافية ومعرفة فهم هناك البنك يقدمها التي الإسلامية المالية	30	3.13	.819
كان الإسلامية الشبايك في حساب فتح المالية بالمنتجات وقناعة وعي عن للبنك الإسلامية	30	3.83	1.053
والخسارة الربح قواعد لأهم فهم هناك الخاصة الإسلامية المالية للمنتجات بالبنك	30	3.43	1.006
قيل عن البنك في الزبون ثقة زادت الإسلامية المالية المنتجات وجود بسبب به خاصة	30	3.57	1.073
اختيار في الزبون من تفضيل هناك من أكثر للبنك إسلامية مالية منتجات التقليدية الأخرى المنتجات	30	3.37	.765
موقف غيرت بها قام التي التوعية عملية في بنكية حسابات فتح من الزبون الإسلامية المالية المنتجات	30	3.63	.890
كل الجمهور ووعي فهم في زيادة هناك المالية المعاملات صيغ بكل مرة البنوك من المقدمة الإسلامية	30	2.97	.964
فتح على الزبائن إقبال في تطور هناك الإسلامية المالية الشبايك في حسابات	30	3.70	.952
في الإسلامية المالية المنتجات تخضع الجهات من الشرعية للرقابة البنك الرسمية	30	3.00	.947
المنتجات بين الزبائن من مفاضلة هناك الأخرى وللبنوك للبنك الإسلامية المالية	30	2.83	.834
N valide (listwise)	30		

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاسميان

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الإجمالي	30	3.4883	.76380
N valide (listwise)	30		

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للمحاور

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الأول_المحور	30	3.6300	.70474
الثاني_المحور	30	3.3467	.84964
N valide (listwise)	30		

اختبار التوزيع الطبيعي

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		الإجمالي	الأول المحور	الثاني المحور
N		30	30	30
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3.4883	3.6300	3.3467
	Ecart-type	.76380	.70474	.84964
Différences les plus extrêmes	Absolue	.150	.106	.158
	Positive	.066	.084	.105
	Négative	-.150-	-.106-	-.158-
Z de Kolmogorov-Smirnov		.824	.582	.867
Signification asymptotique (bilatérale)		.505	.887	.439

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

نتائج اختبار الفرضيات
- الفرضية الرئيسية

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	الأول المحور ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الثاني المحور

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.931 ^a	.867	.862	.31540	.867	182.446	1	28	.000

a. Valeurs prédites : (constantes), الأول المحور

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	18.149	1	18.149	182.446	.000 ^b
1 Résidu	2.785	28	.099		
Total	20.935	29			

a. Variable dépendante : الثاني المحور

b. Valeurs prédites : (constantes), الأول المحور

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	-.728-	.307		-2.371-	.025
1 الأول المحور	1.123	.083	.931	13.507	.000

a. Variable dépendante : الثاني المحور

ANOVA à 1 facteur						
		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
الجنس	Inter-groupes	3.633	17	.214	.669	.782
	Intra-groupes	3.833	12	.319		
	Total	7.467	29			
السن	Inter-groupes	8.583	17	.505	.996	.515
	Intra-groupes	6.083	12	.507		
	Total	14.667	29			
العلمي_المؤهل	Inter-groupes	7.867	17	.463	1.960	.120
	Intra-groupes	2.833	12	.236		
	Total	10.700	29			
المهنة	Inter-groupes	8.950	17	.526	.985	.524
	Intra-groupes	6.417	12	.535		
	Total	15.367	29			

T-TEST اختبارات

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الأول المحور	30	3.6300	.70474	.12867

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الأول المحور	4.896	29	.000	.63000	.3668	.8932

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الثاني المحور	30	3.3467	.84964	.15512

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الثاني المحور	2.235	29	.033	.34667	.0294	.6639