

The Impact of Islamic Banking on the Quality of Banking Services Provided to Customers: A Field Study on Al-Jumhouria Bank - South Tripoli

Mohammed Ali Abdullah *

Department of Finance and Banking, Faculty of Economics and Political Science, Alzaytuna University, Tarhuna, Libya

*Corresponding: MohammedAli@gmail.com

أثر الصيرفة الإسلامية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء: دراسة ميدانية على مصرف الجمهورية - جنوب طرابلس

محمد علي عبدالله الزيايدي *

قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة الزيتونة، ترهونة، ليبيا

Received: 01-01-2026; Accepted: 15-01-2026; Published: 15-02-2026

Abstract:

This study aimed to identify the impact of Islamic banking on the quality of banking services provided to customers. The researcher adopted the descriptive-analytical approach, and the study relied on a questionnaire as the main data collection tool. The study sample consisted of customers of the Islamic Bank, South Tripoli branch, where (389) questionnaires were distributed. A total of (383) valid questionnaires were retrieved, representing (98.46%), while approximately (6) questionnaires were lost, representing (1.5%). The study reached several results, the most important of which is the existence of a significant impact of Islamic banking on the quality of banking services provided to customers. This result is supported by the significance level of the F-test, which reached (0.00), being less than the adopted significance level of (0.05). In addition, the value of the coefficient of determination (R^2) reached (0.495), indicating that only (49.5%) of the changes in the average responses of the sample regarding the quality of banking services provided to customers are attributed to changes in Islamic banking. Furthermore, the study concluded that there is a need to introduce new methods to gain customer satisfaction. These methods lie in developing and restructuring traditional practices in a way that instills a high level of satisfaction among customers. Banks should also take into consideration that these methods emphasize to customers the avoidance of usury (riba) and interest.

Keywords: Islamic banking, banking service quality, Republic Bank.

المخلص

هدفت الدراسة الى التعرف أثر الصيرفة الإسلامية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على الاستبانة، اما عينة الدراسة تم توزيع (389) استبانة لعملاء مصرف الإسلامي فرع جنوب طرابلس وتم استرجاع (383) مفرد أي ما نسبته (98.46%) وفقد حوالي (6) استبانات أي ما نسبته (1.5%)، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر للصيرفة الإسلامية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.00) حيث انه أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد. إضافة الى ذلك يتضح أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغت (0.495) مما يعني أن نسبة (0.495) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات

أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تعزى إلى التغيرات في الصيرفة الإسلامية، في حين توصلت الى مجموعة من النتائج أهمها كار أساليب جديدة لكسب رضا العملاء وتكمن هذه الأساليب في تطوير وهيكله الأساليب القديمة بحيث تزرع للعميل نوعا كبير من الرضا، ويجب على المصرف مراعاة ان هذه الأساليب تؤكد للعملاء الابتعاد عن الرباء والفائدة

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإسلامية، جودة الخدمات المصرفية، مصرف الجمهورية.

1.1. المقدمة

تعتبر الصيرفة الإسلامية واقع اقتصادي معبرا عنها بفكرة إسلامية، حيث تجاوزت المجتمعات الإسلامية لتصل الى مراكز وبنوك عالمية، حيث هذا النظام تعدى المجتمعات الإسلامية، ويرجع السبب الأخلاقيات التي ارتبطت بالشريعة الإسلامية وملازماتها للاقتصاد بصفة عامة، وهي تعمل فبيئة اقتصادية متطورة ومتغيرة ومتجددة بعيدة عن المخاطرة التي تحيط بالبيئة التي تعمل فيها الصيرفة الإسلامية الحقيقية، وتستمر دائما في النمو والابتكار وتعمل بمعايير عالية من الشفافية والدقة لكسب العملاء، وتكمن جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء من خلال الاستثمار الأخلاقي والذي يمثل اللبنة الأولى للصيرفة الإسلامية، كما ان عمليات الابتكار والتجديد لنظام الصيرفة مبنيا أساسا على مسلمات دقيقة تستوضح من خلالها الحصول على جودة عالية يتحصل عليها العميل في الوقت المناسب، وكل هذا يخلق تنافسية بين النظام التقليدي للمصارف والنظام الإسلامي الشرعي الذي يحدد تقاسم الربح والخسارة بدلا عن الفائدة والمعاملات الربوية.

2.1. الدراسات السابقة

دراسة (مصباحي، وغواري، 2022) بعنوان: أثر الصيرفة الإسلامية على ربحية المؤسسات المصرفية - دراسة حالة: البنك الوطني الجزائري وكالة رقم 4. هدفت الدراسة الى التعرف على أثر الصيرفة الإسلامية على ربحية المؤسسات المصرفية في البنك الوطني الجزائري وكالة 491 تبسة، حيث تم التعرف على الجوانب النظرية لكل من الصيرفة الإسلامية والربحية المصرفية، وتم استخدام برنامج Spss لجمع البيانات وتحليل النتائج أي اعتماد المنهج الوصفي التحليلي. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن الصيرفة الإسلامية تساهم في تعظيم ربحية البنك الوطني الجزائري، كما خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها: ضرورة العمل على زيادة بند الأصول أو الاستخدامات لما له من تأثير هام على ربحية البنك، تعزيز شبائك الصيرفة الإسلامية على مستوى المؤسسات المصرفية.

دراسة (قميشن بخالد، 2022) بعنوان: أثر الصيرفة الإسلامية على الاستقرار المالي في الجزائر خلال الفترة (1996-2022) هدفت الدراسة إلى إثبات الصيرفة الإسلامية على الاستقرار المالي في الجزائر، حيث تم التعبير على الصيرفة الإسلامية بمؤشرين اثنين هما الودائع واجمالي التمويلات، في حين تم التعبير عن الاستقرار المالي من خلال مؤشر Z وباعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها ان الودائع لا تؤثر على الاستقرار المالي في الاجل القصير والطويل في حين ان اجمالي التمويل يؤثر بالإيجاب على الاستقرار المالي في الاجل القصير، ولا يؤثر على الاستقرار المالي في الاجل الطويل.

3.1. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تشابهت الدراسات السابقة في المتغير المستقل وهو الصيرفة الإسلامية واختلفت في المتغير التابع حيث برزت دراسة (مصباحي، وغواري، 2022) في حين تشابهت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي واختلفت في المتغيرات المستقلة بربحية المؤسسات اما دراسة (قميشن بخالد، 2022) جاء المتغير التابع على الاستقرار المالي واختلفت في المنهج أما من حيث البيئة فهناك اختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

4.1. مشكلة الدراسة: -

تعتبر المصارف من اهم المؤسسات الحيوية والتي يقع على عاتقها وضع وتنفيذ الخطط والاسراتيجيات اللازمة في سبيل تقديم أفضل الخدمات لزبائنهم، والمحافظة على مستوى رضا المواطنين عن الخدمة الحكومية، لتحول الرقمي في المصارف يُغيّر جذرياً العلاقة مع الزبائن، حيث ينتقل التركيز نحو تجربة عملاء مخصصة، سريعة، وأمنة عبر الأجهزة المحمولة والتطبيقات، مما يزيد الكفاءة التشغيلية للبنوك ويُخفض التكاليف عبر الأتمتة، مع تحسين الشمول المالي، معتمداً بشكل أساسي على تحليل بيانات الزبائن لتطوير خدمات تلبي توقعاتهم المتزايدة وتضمن ولاءهم، لمواجهة المنافسة المتزايدة في السوق وبالتالي يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

- ما أثر الصيرفة الإسلامية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في مصرف الجمهورية الإسلامي؟
- ويتفرع منه الفرضيات الفرعية الآتية:
- الفرضية الفرعية الأولى: ما أثر الاستثمار الأخلاقي بشكل إسلامي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؟
- الفرضية الفرعية الثانية: ما أثر الابتكار المالي الإسلامي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؟
- الفرضية الفرعية الثالثة: ما أثر المنافسة مع النظام التقليدي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؟

5.1 أهمية الدراسة

يمكن تلخيص أهمية هذه الدراسة في الأهمية النظرية والتطبيقية: -

1.5.1. الأهمية النظرية: تكمن الأهمية النظرية في الآتي: -

- أ. ان الصيرفة الإسلامية تعد من الموضوعات الحديثة التي تساهم بشكل كبير في عمليات نمو المصارف، اضافة الى اهمية جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء بشكل إسلامي يرضي العميل
- ب. يعتبر تحسين جودة الخدمات المصرفية أمراً حيويًا بحيث يمكن لاعتماد الصيرفة الإسلامية من أن يحسن تجربة المستفيدين ويرفع مستوى الرضا الكامل لديهم.
- ج. تكمن أهمية الموضوع في تنمية افراد المجتمع اقتصاديا والابتعاد عن المعاملات الربوية التي لا جدوى لها.

2.5.1. الأهمية التطبيقية:

أما الأهمية التطبيقية تكمن في النقاط التالية: -

- أ- ابراز الدور المهم الذي يقوم به المصرف قيد الدراسة باستخدامه للصيرفة الإسلامية من اجل تحسين جودة الخدمات المقدمة
- ب- تساهم هذه الدراسة في تعزيز جودة الخدمات الحكومية من خلال تعريف مقدمي الخدمة (ضباط، ضباط صف، موظفين) بأهمية التنسيق وتحسين التواصل بين مقدمي الخدمة وكافة الجهات ذات العلاقة (الأجهزة الأمنية، المواطنين).

6.1 أهداف الدراسة: -

يمكن صياغة أهداف هذه الدراسة في النقاط الآتية:

1. التعرف على دور الصيرفة الإسلامية في المصرف قيد الدراسة.
2. فهم علاقة الصيرفة الإسلامية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
3. التعرف على أهم معوقات تطبيق الصيرفة الإسلامية في المصارف الليبية.
4. الوصول الى نتائج وتوصيات تساهم في اقتراح بعض الحلول للتغلب على بعض المشكلات المتعلقة بالصيرفة الإسلامية.

7.1 فرضيات الدراسة: -

■ يمكن صياغة فرضيات الدراسة كالآتي: -
الفرضية الرئيسية:

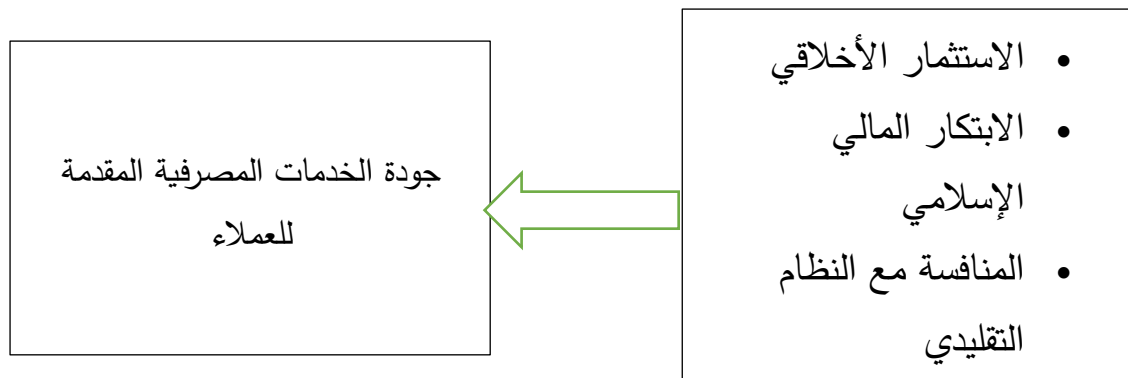
يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المغنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الصيرفة الاسلامية وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في المصرف قيد الدراسة ويتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية: -

- الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) الاستثمار الاخلاقي بشكل اسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء المصرف.
- الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الابتكار المالي الاسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين المنافسة مع النظام التقليدي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

8.1. نموذج الدراسة:

المتغير المستقل
الصيرفة الإسلامية

المتغير التابع
جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء



المصدر: من اعداد الباحث

9.1. مصطلحات الدراسة:

الصيرفة الإسلامية: هي عبارة عن نظام شرعي منظم صادر عن هيئة شرعية إسلامية، يقوم المصرف بتقديم هذا النظام الى زبائن المصرف.
جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء: يقصد به مدى تطابق الأداء الفعلي للمصرف مع توقعات العملاء ويتم تقييمها من قبل العملاء.

10.1 أسباب اختيار الموضوع: -

الأسباب التي دعت الباحث إلى اختيار الموضوع ما يلي: -

1. ان الصيرفة الاسلامية من المواضيع البارزة التي تحضي في الآونة الأخيرة من ال باهتمام وعناية القيادات في وزارة الداخلية لا سيما بعد إطلاق الصيرفة الاسلامية التي تبنتها المصارف وخاصة مصرف الجمهورية الإسلامي لتحقيق أقصى درجات الميكنة وتقديم الخدمات التي تزيد من تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء للمصرف.
2. اهتمام شخصي لدى الباحثين بموضوع الصيرفة الاسلامية والذي يعد من المواضيع الحديثة ويخدم المصارف الليبية بصفة عامة ومصرف الجمهورية الإسلامي بصفة خاصة وبالقضايا المجتمعية مثل التطبيقات المصرفية وتحويل الأموال وغيرها.

11.1. مصادر جمع البيانات:

اعتمد الباحث على مجموعة من المصادر أهمها:

1-المصادر الأولية: تتمثل المصادر الأولية في الاتي: -

الاستبانة حيث تمت الاستفادة من عبارات المقياس المعتمد في دراسة؛ وتم توزيعها على العاملين والمستفيدين من عملاء المصرف.

2- المصادر الثانوية: - تمثلت في الكتب والمراجع والدوريات والدراسات والمواقع الالكترونية الرقمية.

12.1. منهجية الدراسة:

- المنهج المستخدم في الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي والذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في تجميع البيانات بواسطة صحيفة الاستبيان في جمع البيانات.

1.12.1. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مصرف الجمهورية الإسلامي بمدينة طرابلس، والبالغ عددهم (150) عنصر وقد تم استهداف مجتمع الدراسة بالكامل ولكن ما تم الحصول عليه هو عينة عشوائية بسيطة.

13.1 حدود الدراسة:

تنقسم حدود الدراسة إلى: -

أ. **الحد الموضوعي:** اقتضت حدود هذه الدراسة على إثر التجول الرقمي على تحقيق جودة الخدمات

المصرفية المقدمة للعملاء

ب. **الحد المكاني:** (مصرف الجمهورية الإسلامي).

ج. **الحد الزمني:** الفترة الخاصة بالدراسة الممتدة بين 2025 م.

د. **الحد البشري:** تقتصر هذه الدراسة على زبائن مصرف الجمهورية الإسلامي.

1. **قلة الدراسات السابقة المحلية التي تتناول موضوع دور الصيرفة الإسلامية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء**

الإطار النظري:

1.2. الصيرفة الإسلامية

1.1.2. مفهوم الصيرفة الإسلامية

تعتبر الصيرفة الإسلامية نظام من الأنظمة الشرعية التي برزت في الآونة الأخيرة، وأصبحت نظام إسلامي يطبق في المصارف في الدول الإسلامية فقد تعددت تعريفاتها ومفهومها ولكن فقد عرفها (الرفاعي، 2009، 4) هي عبارة عن مؤسسة مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها ونشاطها الاستثماري، وإدارتها لجميع أعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها، وكذلك بأهداف المجتمع داخليا وخارجيا. بينما يعرفها (النوري، 2009) بأنها جميع اشكال الخدمات المصرفية المستندة على العقيدة الإسلامية والتي لا تعتمد على الفائدة، بل تعتمد على مبدأ تقاسم الأرباح والخسائر من خلال أدوات استثمارية تتماشى مع احكام الشريعة الإسلامية. ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا القول بأن الصيرفة الإسلامية هي عبارة نشاط او نشاطات يقوم به المصرف بتقديم خدماته او منتجات معينة وفقا للشريعة الإسلامية وبعيدا عن المعاملات الربوية التقليدية وتكون وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية.

2.1.2. خصائص الصيرفة الإسلامية:

توجد مجموعة من الخصائص التي تتعلق بالصيرفة الإسلامية منها:

أ. تتصف بالحلال، وتحرم الفائدة الربوية.

ب. تتقاسم الربح والخسارة بين المصرف الإسلامي والعميل.

ج. الابتعاد عن النشاطات المحرمة شرعاً.

د. تحدد سعر البيع بربح معلوم للعميل.

ه. تقوم كل معاملات المصرف على الشفافية والنزاهة لكسب ثقة العميل.

و. تتجنب أنشطة المضاربة والتي تتسبب في عدم الاستقرار.

وبالرغم من وجود هذه الخصائص الواضحة والمبينة شرعاً فهذه بصفة عامة تمنع الاستغلال والابتعاد عن الربا وتوجيه العميل الى الحلال التي اقرته الشريعة الإسلامية، ويتم تعزيز الصيرفة الإسلامية من خلال المسؤولية الاجتماعية التي تنادي بتطبيقها مثل الزكاة عملاً بمبدأ التكافل الاجتماعي.

3.2.2. اهداف الصيرفة الإسلامية:

توجد مجموعة من الأهداف التي تسعى الصيرفة الإسلامية الى تحقيقها منها

(1) تهدف الصيرفة الإسلامية الى تحقيق العدالة في المعاملات المالية وتقاسم الأرباح والخسائر بين المصرف والعميل وإلغاء الفائدة

(2) يلتزم نظام الصيرفة الإسلامية بتطبيق كل شروط وبنود الشريعة الإسلامية في كل الأنشطة التي يمارسها المصرف ولها علاقة بالعميل.

(3) تركز الصيرفة الإسلامية على القيم الأخلاقية التي اقرتها الشريعة الإسلامية للمحافظة على الاستدامة وغرس المسؤولية الاجتماعية من خلال الاهتمام بالزكاة وعلى من يستحقها.

(4) الاهتمام والعمل على توفير مدخرات من اجل تمويل المشاريع الإنتاجية بالشكل الذي يحافظ على مبادئ الشريعة الإسلامية

ومن خلال الغرض السابق لهذه الأهداف نستنتج من ذلك ان الهدف الأسمى التي تعمل به الصيرفة الإسلامية مبنياً على تحريم كل المعاملات والأنشطة الربوية والفائدة التي تسعى اليها المصارف التقليدية، وغرس القيم الإسلامية في ذهن العميل حتى يقدم أفضل الخدمات بالطريقة الإسلامية.

4.2.2. ابعاد الصيرفة الإسلامية:

هناك مجموعة من الابعاد التي تمتاز بها الصيرفة الإسلامية ولكن في هذه الدراسة سوف نركز بشكل مباشر على ثلاثة ابعاد رئيسية منها

1.4.2.2. الاستثمار الأخلاقي:

الاستثمار الأخلاقي هو عبارة استراتيجية بعيدة المدى لها صفة استثمارية تدمج القيم الأخلاقية، الاجتماعية للمصرف الذي يعمل بنظام الصيرفة الإسلامية، والبيئية الإسلامية في قرارات استثمارها، بهدف تحقيق أرباح مع إحداث تأثير إيجابي على المجتمع الذي يعمل فيه المصرف أو البيئة، مع الابتعاد عن الصناعات الضارة مثل (التبغ أو القمار)، من خلال اختيار الشركات التي تظهر مسؤولية اجتماعية اتجاه العميل في البيئة المناسبة، حيث ان العمل بنظام الحوكمة الرشيدة لدى المصرف الإسلامي يحتم عليه ان يعمل على استثمارات تكون فيها القيم الأخلاقية المتماشية مع النظام الإسلامي المستدام.

2.4.2.2. الابتكار المالي الإسلامي:

الابتكار المالي الإسلامي هو عبارة عن تطوير منتجات جديدة او قديمة تتحول فيها الى جديدة مثل الأدوات المالية التي يستخدمها المصرف الإسلامي بحيث، تلتزم هذه الأدوات بمبادئ الشريعة الإسلامية التي تحرم الفائدة والربا وتلبي احتياجات السوق والعمل على المنافسة مع المصارف الاخرى، كل الوسائل التي تعمل بها المصارف التقليدية لمواجهة التحديات وتوفير بدائل فعالة للأنظمة التقليدية، مع التركيز والاهتمام بالبيئة الاقتصادية التي يعمل بها المصرف الإسلامي.

3.4.2.2. المنافسة مع النظام التقليدي:

يقصد بالنظام التقليدي أن الشركات، وخاصة الجديدة (مثل شركات التكنولوجيا والخدمات الرقمية)، تعمل في بيئة سريعة ومتطورة من اجل تقديم خدمات جديدة ومبتكرة للتعامل مع العميل، وتوفير خيارات أوسع للعميل، عبر المنصات الرقمية التي تزيد الشفافية وتخفف القيود، مثل اصدار البطاقات المصرفية والتطبيقات المصرفية التي تحتوي على الكثير من تقديم الخدمات للعميل، حيث ان كل هذه الخدمات لا توجد عليها فائدة بينما تركز على خدمة العميل وفق التقنية الحديثة

2.2. جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعميل:

1.2.2. مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

تعدد مفهوم جودة الخدمات المصرفية فقد عرفها (عبيد، 2021، 138) مدى تطابق توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم، بينما عرفها (بن بوريش، 2018، 105) التفوق على توقعات الزبون، أي أن البنك يتفوق في خدماته التي يؤديها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه الخدمات، فجودة الخدمة المصرفية ترتبط وتعتمد على احتياجات وتوقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة.

ومن خلال العرض السابق يمكننا القول بالرغم من الاختلاف في مفاهيم جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء إلا أنها تصب في تفسير واحد، ونستنتج من ذلك أن المصرف دائماً يتفوق على توقعات عملاءه، وبمعنى آخر أن المصرف يحرص وبشكل مستمر في تحسين الخدمات المقدمة للعملاء من خلال العمل على تغطية الفجوة التي بينه وبين توقعات العميل ولكن.

2.2.2. أهمية جودة الخدمات المصرفية:

يعتبر رضا العميل هو المقياس الرئيسي لجودة الخدمات المصرفية، وقد أكد أغلب الباحثون والكتاب صعوبة قياس هذا الرضا، وهذا ناتج عن فقدان بعض الاتجاهات لفهم رضا العميل بالشكل المطلوب أو الصحيح أو طريقة الأسئلة وعرضها وتحليلها، ومع هذا كله دائماً تسعى أغلب المصارف إلى معالجة الأخطاء والانحرافات التي تحدث داخل المصرف الإسلامي، وإيجاد الوسائل وتوفيرها إلى العميل حتى يكون راض عن الخدمة المقدمة، كما يمكن تقديم الخدمة في الوقت المناسب دون تأخير أو تعطيل.

الإطار العملي: منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.3. مجتمع الدراسة وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء مصرف الجمهورية طرابلس، ونظراً لكبر حجم المجتمع فقد قام الباحثون باعتماد جداول ((Uma Sekaran) لتحديد حجم العينة، وبالرجوع إلى الجداول فإن حجم العينة ينبغي أن تكون (389) مفردة أو أكثر (Sekaran, 2016) فقد قام الباحث باختيار عينة ملائمة من العملاء، وذلك بتوزيع (389) استبانة على المصرف استرجع منها (383) استباناً واستبعد (6) استبانة أي أن ما نسبته (1.5%) صالحة لعملية التحليل الإحصائي. أما فيما يخص وحدة التحليل والمعاينة تمثلت في كافة العملاء خلال فترة الدراسة، والتي أبدت موافقتها على التعاون مع الباحث والإجابة على أداة الدراسة التي تم تصميمها وتطويرها لغايات جمع البيانات والجداول رقم (1.4) يوضع توزيع استبانات الدراسة.

2.3. معامل كرونباخ الفا:

الجدول رقم (1) بين معامل كرونباخ الفا لأبعاد الدراسة

ت	المتغير	الرمز	عدد الفقرات	معامل الثبات %
1	الاستثمار الأخلاقي:	X1	5	94.9%
2	الابتكار المالي الإسلامي	X2	5	78.6%
3	المنافسة مع النظام التقليدي:	X3	5	90.9%
5	جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء	X5	6	89.9%
	المجموع الكلي		21	95.2%

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لجميع محاور من محاور الدراسة. وكذلك قيمة معامل الثبات الكلي تساوي (95.2%)، وهي قيمة ثبات عالية جداً ومقبولة إحصائياً، وتدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

4.3. مناقشة النتائج وتحليلها

1.4.3 وصف خصائص المشاركين في الدراسة:

تمهيد: يتناول هذا القسم من الدراسة مناقشة النتائج التي تم التوصل إليها، وذلك في ضوء التساؤلات أو الفرضيات التي سبق صياغتها، بهدف الوصول إلى استنتاجات علمية مبررة ذات طابع منطقي تدعم النتائج.

1.4.3 وصف خصائص المشاركين في الدراسة:

كما أُشير إليه سابقاً، فقد خُصص القسم الأول من أداة الاستبيان للأسئلة العامة التي تهدف إلى جمع بيانات وصفية حول المشاركين في الدراسة، وذلك بغرض التعرف على الخصائص الديموغرافية والمهنية للمشاركين، وقد تم تحديد هذه الخصائص وعرضها كالتالي:

1.2.3 الجنس

يوضح الجدول رقم (2) تصنيف المشاركين في الدراسة حسب الجنس

جدول رقم (2): تصنيف المشاركين في الدراسة حسب الجنس

النسبة (%)	العدد	
88.5	442	ذكر
11.5	41	أنثى
100.0	383	الاجمالي

يبين الجدول رقم (2) ان نتائج التحليل الإحصائي المدونة بالجدول تصنيف المشاركين في الدراسة حسب الجنس، نلاحظ (88.5 %) ذكور اما (11.5 %) اناث وهذا يبين ان العينة كانت اغلبهم من الذكور مما يدل على ان المصرف اغلب عملاء ذكورا.

2.3.3 الفئة العمرية

يوضح الجدول رقم (3) ان توزيع المشاركين في الدراسة حسب الفئة العمرية، وقد تم تقسيمها إلى (أقل من 30 سنة، من 30 إلى 40 سنة، من 40 إلى 50 سنة، من 50 سنة فأكثر)، يلاحظ من البيانات الواردة بالجدول المذكور، أن (61.9%) من المشاركين أعمارهم ضمن الفترة (من 30 إلى 40 سنة)، حيث بلغ عددهم (230) فردا وهي أعلى نسبة. في حين جاء في المرتبة الأخيرة " أقل من 30 سنة" ونسبة 1.7% وهذا يدل ان التوجه الى الصيرفة الإسلامية اغلب الذين أعمارهم في المتوسط.

جدول رقم (17): تصنيف المشاركين في الدراسة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة (%)
أقل من 30 سنة	4	1.7
من 30 إلى 40 سنة	230	61.9
من 40 إلى 50 سنة	119	29.1
من 50 سنة فأكثر	30	7.6
الاجمالي	383	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (3) ن نسبة (29.1%) من المشاركين أعمارهم تقع في الفترة (من 40 إلى أقل من 50 سنة)، في حين سجلت نسبة (7.6%) منهم أعمارهم من الفترة (من 50 سنة فأكثر)، وهذا يدل على هناك تجانس بين الإجابات لأفراد العينة ويعكس ان هناك وعياً تاماً الى توجه نحو الصيرفة الإسلامية.

3.3.3 / المؤهل العلمي

يعكس الجدول رقم (4) توزيع المشاركين في الدراسة حسب المؤهل العلمي، يلاحظ من البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نسبة الذين يحملون مؤهل (بكالوريوس/ ليسانس) وصلت الى (88.5%) تقريباً وهي أعلى نسبة. كما يلاحظ ان ما نسبته (8.7%) من المشاركين يحملون مؤهل علمي (ماجستير)، في حين (2.8%) متحصل على مؤهل (دكتوراه)، وهذا يوضح ان اغلب المبحوثين الذين ينتمون الى الصيرفة الإسلامية من حملة البكالوريوس وهذا يدل على الواعز الديني لدى فئة الشباب

جدول رقم (4): تصنيف المشاركين في الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة (%)
المتوسطة الجامعية "البكالوريوس"	330	88.5
الاجازة العالية " الماجستير "	40	8.7
الاجازة الدقيقة "دكتوراه"	13	2.8
الإجمالي	383	100.0

4.3. تحليل النتائج واختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية الأولى:

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الصيرفة الاسلامية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

الجدول رقم (5) يوضح تحليل التباين بين الصيرفة الإسلامية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
الانحدار	28.376	1	5.392	46.408	0.000
العوامل	27.994	382	0.114		
الباقية	56.360	383			
التباين الكلي					

تم تحليل الانحدار الخطي وكانت نتائج تحليل التباين كما يلي والتي يبينها الجدول رقم (3) أعلاه حيث أن قيمة f المحسوبة بلغت (46.408) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.98) عند مستوى الدلالة البالغ (0.05) وهذا يوجب رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود اثر للصيرفة الاسلامية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.00) حيث انه أقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد. إضافة الى ذلك يتضح أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغت (0.495) مما يعني أن نسبة (0.495) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تعزى إلى التغيرات في الصيرفة الإسلامية.

- **الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ الاستثمار الاخلاقي بشكل اسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

الجدول رقم (4) تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة بين الاستثمار الاخلاقي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	6.309	1	0.614	3.169	0.001
داخل المجموعات	48.860	382	0.213		
التباين الكلي	56.360	383			

يبين الجدول رقم (4) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (3.169) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية والبالغة (1.83) عند مستوى دلالة (0.05) مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود علاقة بين الاستثمار الأخلاقي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.001)، حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

الفرضية الثانية: -

- **الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الابتكار المالي الاسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء

الجدول رقم (5) تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة بين الابتكار المالي الاسلامي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	12.662	1	1.850	12.512	0.00
داخل المجموعات	41.707	382	0.169		
التباين الكلي	54.369	383			

يبين الجدول رقم (5) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (12.512) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية والبالغة (2.01) عند مستوى دلالة (0.05) مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود علاقة الابتكار المالي الاسلامي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.00)، حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

الفرضية الثالثة: -

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين المنافسة مع النظام التقليدي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء

الجدول رقم (6) تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة بين المنافسة مع النظام التقليدي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	10.265	1	1.283	6.970	0.000
داخل المجموعات	45.104	382	0.184		
التباين الكلي	55.369	383			

يبين الجدول رقم (6) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (6.970) وهي أكبر من قيمتها المستخرجة من الجداول الإحصائية والبالغة (1.94) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود علاقة بين توفر الامان وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.00)، حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة.

3.5. التوصيات:

توصلت الدراسة الى مجموعة من التوصيات أهمها:

1. ضرورة التوسع في الاستثمار الأخلاقي والمبني على أسس إسلامية لكسب ثقة العملاء واستقطاب عملاء جدد.
2. ابتكار أساليب جديدة لكسب رضا العملاء وتكمن هذه الأساليب في تطوير وهيكلة الأساليب القديمة بحيث تزرع للعميل نوعا كبير من الرضا، ويجب على المصرف مراعاة ان هذه الأساليب تؤكد للعملاء الابتعاد عن الرباء والفائدة.
3. ضرورة اكتشاف كل الأخطاء في النظام القديم التقليدي واستغلال الفرص للقضاء على هذه الأخطاء لان بيئة المصرف بيئة تنافسية.
4. العمل على استخدام العقود الشرعية للصيرفة الإسلامية بحيث يصبح العميل أكثر وعياً بأن المصرف يقدم خدماته وفق تعاليم الدين الإسلامي.

المراجع

- [1] الرفاعي، حسن محمد. (2009، نوفمبر) دور الصيرفة الإسلامية في إدارة الأزمة الراهنة. المؤتمر الدولي العلمي الثالث: تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على منظمات الأعمال، جامعة الزرقاء، الأردن.
- [2] قميشن، الهاشمي، وبخالد، عائشة. (2022). أثر الصيرفة الإسلامية على الاستقرار المالي في الجزائر خلال الفترة (1996-2022) مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 8(2)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

- [3] مصباحي، بثينة، وغواري، مريم. (2022). أثر الصيرفة الإسلامية على ربحية المؤسسات المصرفية - دراسة حالة: البنك الوطني الجزائري وكالة رقم 4 [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
- [4] النوري، محمد. (2009). التجربة المصرفية الإسلامية بأوروبا: التحديات والآفاق. الدورة العادية التاسعة عشرة للمجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث، إسطنبول، تركيا.
- [5] عبيد، شاهر محمد. (2021). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، (4)، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- [6] بن بوريش، نشاط الدين. (2018). أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية. جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **AJHAS** and/or the editor(s). **AJHAS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.