

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 الزيداني *

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.

الملخص

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%) وقد حوالي (6) استبيانات أي ما نسبته (1.5%), وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها وجود اثر للصيرفة الإسلامية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة (f) البالغ (0.00) حيث انه اقل من (0.05) مستوى الدلالة المعتمد. إضافة الى ذلك يتضح أن قيمة معامل التحديد R^2 بلغت (0.495) مما يعني أن نسبة (49.5%) من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات

أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تعزى إلى التغيرات في الصيرفة الإسلامية، في حين توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها كار أساليب جديدة لكسب رضا العملاء وتكون هذه الأساليب في تطوير وهيكلة الأساليب القديمة بحيث تزرع للعميل نوعاً كبيراً من الرضا، ويجب على المصرف مراعاة أن هذه الأساليب تؤكد للعملاء الابتعاد عن الربا والفائدة

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

1.1. المقدمة

تعتبر الصيرفة الإسلامية واقع اقتصادي معبراً عنها بفكرة إسلامية، حيث تجاوزت المجتمعات الإسلامية لتصل إلى مراكز وبنوك عالمية، حيث هذا النظام تعدى المجتمعات الإسلامية، ويرجع السبب الأخلاقيات التي ارتبطت بالشريعة الإسلامية وملازمتها للاقتصاد بصفة عامة، وهي تعمل فييئة اقتصادية متطرفة ومتغيرة ومتعددة بعيدة عن المخاطرة التي تحيط بالبيئة التي تعمل فيها الصيرفة الإسلامية الحقيقة، وتستمر دائماً في النمو والابتكار وتعمل بمعايير عالية من الشفافية والدقة لكسب العملاء، وتكون جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء من خلال الاستثمار الأخلاقي والذي يمثل اللبنة الأولى للصيرفة الإسلامية، كما أن عمليات الابتكار والتجديد لنظام الصيرفة مبنية أساساً 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 تفاصيل الربح والخسارة بدلاً 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 إلى التعرف على أثر الصيرفة الإسلامية على ربحية المؤسسات المصرفية في البنك الوطني الجزائري وكالة 491 نيس، 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 شبكات 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 إثر 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 وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الودائع لا تؤثر على الاستقرار المالي في الأجل القصير والطويل في حين أن اجمالي التمويل يؤثر بالإيجاب على الاستقرار المالي في الأجل القصير، ولا يؤثر على الاستقرار المالي في الأجل الطويل.

3.1. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

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

4.1 مشكلة الدراسة:

تعتبر المصادر من اهم المؤسسات الحيوية والتي يقع على عاتقها وضع وتنفيذ الخطط والاستراتيجيات الازمة في سبيل تقديم افضل الخدمات لزبائنها، والمحافظة على مستوى رضا المواطنين عن الخدمة الحكومية، لتحول الرقمي في المصادر يغير جذرياً العلاقة مع الزبائن، حيث ينتقل التركيز نحو تجربة عملاء مخصصة، سريعة، وآمنة عبر الأجهزة المحمولة والتطبيقات، مما يزيد الكفاءة التشغيلية للبنوك ويُخفض التكاليف عبر الأتمتة، مع تحسين الشمول المالي، معتقداً بشكل اساسي 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 اثر الصيرفة الاسلامية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في مصرف الجمهورية الاسلامي؟
- ويترفع منه الفرضيات الفرعية الآتية:
 - الفرضية الفرعية الأولى: ما اثر الاستثمار الالكتروني بشكل اسلامي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؟
 - الفرضية الفرعية الثانية: ما اثر الابتكار المالي الاسلامي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؟
 - الفرضية الفرعية الثالثة: ما اثر 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 المصادر، اضافة الى اهمية جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء بشكل إسلامي يرضي العميل
- ب. يعتبر تحسين جودة الخدمات المصرفية أمراً حيوياً بحيث يمكن لاعتماد الصيرفة الإسلامية من أن يحسن تجربة المستفيدين ويرفع مستوى الرضا الكامل لديهم.
- ج. تكمن أهمية الموضوع في تنمية افراد المجتمع اقتصادياً والابتعاد عن المعاملات الربوية التي لا جدوى لها.

2.5.1. الأهمية التطبيقية:

اما الأهمية التطبيقية تكمن في النقاط التالية:-

- أ- ابراز الدور المهم الذي يقوم به المصرف قيد الدراسة باستخدامه للصيروفية 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:

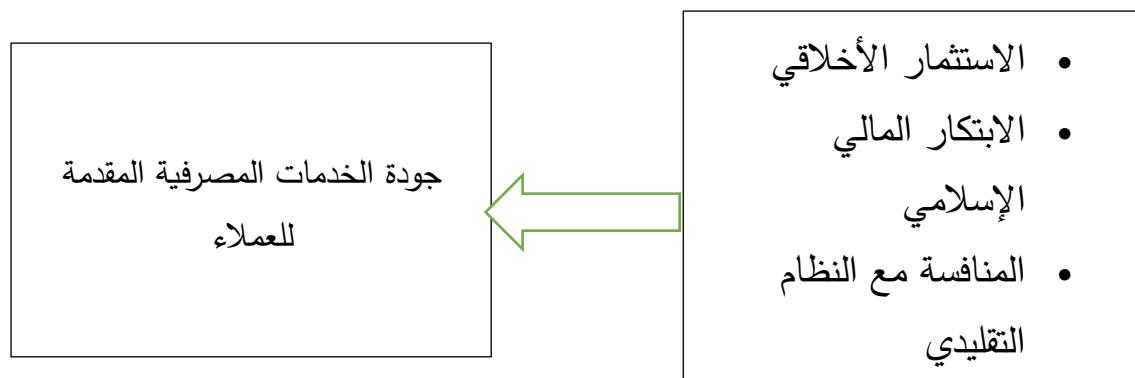
1. التعرف على دور الصيرفة الإسلامية في المصرف قيد الدراسة.
2. فهم علاقة الصيرفة الإسلامية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
3. التعرف على أهم معوقات تطبيق الصيرفة الإسلامية في المصادر الليبية.
4. الوصول الى نتائج ووصيات تساهم في اقتراح بعض الحلول للتغلب على بعض المشكلات المتعلقة بالصيروفية الإسلامية.

7.1 فرضيات الدراسة:-

- يمكن صياغة فرضيات الدراسة كالتالي: -
 - الفرضية الرئيسية:** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية ($0.05 \leq \alpha$) بين الصيرفة الاسلامية وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في المصرف قيد الدراسة ويتقىع منها الفرضيات الفرعية الآتية: -
 - الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($0.05 \leq \alpha$) الاستثمار الالهي بشكل اسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء المصرف.
 - الفرضية الفرعية الثانية:** توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($0.05 \leq \alpha$) بين الابتكار المالي الاسلامي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
 - الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى ($0.05 \leq \alpha$) بين المنافسة مع النظام التقليدي وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

8.1. انموج الدراسة:

المتغير التابع
جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء
المتغير المستقل
الصيرفة الإسلامية



المصدر: من اعداد الباحث

- #### 9.1. مصطلحات الدراسة:
- الصيرفة الإسلامية:** هي عبارة عن نظام شرعى منظم صادر عن هيئة شرعية إسلامية، يقوم المصرف بتقديم هذا النظام إلى زبائن المصرف.
- جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء:** يقصد به مدى تطابق الأداء الفعلى للمصرف مع توقعات العملاء ويتم تقييمها من قبل العملاء.

- #### 10.1 أسباب اختيار الموضوع:
- الأسباب التي دعت الباحث إلى اختيار الموضوع ما يلى: -
1. ان الصيرفة الاسلامية من المواضيع البارزة التي تحضى في الآونة الأخيرة من ال باهتمام وعناية القيادات في وزارة الداخلية لا سيما بعد إطلاق الصيرفة الاسلامية التي تبنتها المصارف وخاصة مصرف الجمهورية الاسلامي لتحقيق أقصى درجات المبتكنة 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 الاسلامي 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: تمثل المصادر الأولية في الآتي:-

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 والموقع 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 صحفة الاستبيان في جمع البيانات.

1.12.1 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مصرف الجمهورية الإسلامية 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:** اقتصرت حدود هذه الدراسة على إثر التجول الرقمي على تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء

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

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

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

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 بُرِزَت في الآونة الأخيرة، وأصبحت نظام إسلامي يطبق في المصادر في الدول الإسلامية فقد تعددت تعريفاتها ومفهومها ولكن فقد عرفها (الرفاعي، 2009، 4) هي عبارة عن مؤسسة مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها ونشاطها الاستثماري، وادارتها لجميع اعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها، وكذلك بأهداف المجتمع داخلياً وخارجياً. بينما يعرفها (النوري، 2009) بأنها جميع أشكال الخدمات المصرفية المستندة على العقيدة الإسلامية والتي لا تعتمد على الفائد، بل تعتمد على مبدأ تقاسم الأرباح والخسائر من خلال أدوات استثمارية تتماشى مع أحكام الشريعة الإسلامية.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا القول بأن الصيرفة الإسلامية هي عبارة نشاط أو نشاطات يقوم به المصرف بتقديم خدماته أو منتجات معينة وفقاً للشريعة الإسلامية وبعدها عن المعاملات الربوية التقليدية وتكون وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية.

2. خصائص الصيرفة الإسلامية:

توجد مجموعة من الخصائص التي تتعلق بالصيرفة الإسلامية منها:

أ. تتصف بالحلال، وتحرم الفائد الربوية.

ب. تتقاسم الربح والخسارة بين المصرف الإسلامي والعميل.

ج. الابتعاد عن النشاطات المحرمة شرعاً.

د. تحدد سعر البيع بربح معلوم للعميل.

٥. 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 والمبنية شرعاً فهذا بصفة عامة تمنع الاستغلال والابتعاد عن الربا وتوجيه العميل إلى الحال 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 إلى تحقيقها منها

- 1) تهدف الصيرفة الإسلامية إلى 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 مدخلات من أجل تمويل المشاريع الإنتاجية بالشكل الذي يحافظ على مبادئ الشريعة الإسلامية

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

4.2.2. ابعاد الصيرفة الإسلامية:

هناك مجموعة من الأبعاد التي تميز 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 الحكومة 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 أو قيمة تتحول فيها إلى جديدة مثل الأدوات المالية التي يستخدمها المصرف الإسلامي بحيث، تلتزم هذه الأدوات بمبادئ الشريعة الإسلامية التي تحرم الفائدة والربا وتلبّي احتياجات السوق والعمل على المنافسة مع المصارف الأخرى، كل الوسائل التي تعمل بها المصارف التقليدية لمواجهة التحديات وتوفير بدائل فعالة لأنظمة 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 بيئه سريعة ومتغيرة من أجل 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 الزبائن، أي أن البنك يتتفوق في خدماته التي يؤديها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها الزبائن اتجاه الخدمات، فجودة الخدمة المصرفية ترتبط وتعتمد على احتياجات وتوقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتتفوق 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 نفس واحد، ونستنتج من ذلك أن المصرف دائمًا يتتفوق 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 دائمًا 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 العلمي: منهجية الدراسة واجراءاتها

1.3. مجتمع الدراسة وعيته:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء مصرف الجمهورية طرابلس، ونظرًا 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) استبانةً واستبعد (6) استبانةً 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 والجدول رقم (1.4) يوضح توزيع استبيانات الدراسة.

2.3. معامل كرونباخ الفا:

الجدول رقم (1) بين معامل كرونباخ الفا لأبعاد الدراسة

معامل الثبات %	عدد الفقرات	الرمز	المتغير	ت
%94.9	5	X1	الاستثمار الأخلاقي:	1
%78.6	5	X2	الابتكار المالي الإسلامي	2
%909	5	X3	المنافسة مع النظام التقليدي:	3
%89.9	6	X5	جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء	5
%95.2	21		المجموع الكلي	

يتضح من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لجميع محور من محاور الدراسة. وكذلك قيمة معامل الثبات الكلي تساوي (95.2%)، وهي قيمة ثبات عالية جداً ومقبولة احصائياً، وتدل على ان الاستبانة تمتلك 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 1: وصف خصائص المشاركين في الدراسة:

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

1.2.3 1 / الجنس

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

جدول رقم (2): تصنیف 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 تصنیف المشاركين في الدراسة حسب الجنس، نلاحظ (88.5 %) ذكور اما (11.5 %) اناث وهذا يبيّن ان العينة كانت اغلبهم من الذكور مما يدل على ان المصرف اغلب عملاه 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) فرداً وهي أعلى نسبة. في حين جاء في المرتبة الأخيرة "أقل من 30 سنة" وبنسبة 1.7% وهذا يدل ان التوجه الى الصيرفة الإسلامية اغلب الذين أعمارهم في المتوسط.

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

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

يلاحظ من الجدول رقم (3) نسبة 29.1% من المشاركون 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 أن هناك وعيًا تاماً إلى توجه نحو الصيرفة الإسلامية.

3.3.3 / المؤهل العلمي

يعكس الجدول رقم (4) توزيع المشاركون في الدراسة حسب المؤهل العلمي، يلاحظ من البيانات الواردة بالجدول المذكور أن نسبة الذين يحملون مؤهل (بكالوريوس / ليسانس) وصلت إلى 88.5% وهي أعلى نسبة. كما يلاحظ أن ما نسبته 8.7% من المشاركون يحملون مؤهل علمي (ماجستير)، في حين 2.8% متاحصل على مؤهل (دكتوراه)، وهذا يوضح أن الغالب للمبحوثين الذين ينتمون إلى الصيرفة الإسلامية من حملة البكالوريوس وهذا يدل على الواقع الديني لدى فئة الشباب.

جدول رقم (4): تصنیف المشارکین فی الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة (%)
المتوسطة الجامعية "البكالوريوس"	330	88.5
الإجازة العالية "الماجستير"	40	8.7
الإجازة 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 الإسلامية 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		
الباقيه	56.360	383			
التباین					
الکلی					

تم تحليل الانحدار الخطي وكانت نتائج تحليل التباين كما يلي والتي يبيّنها 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 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.

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

الجدول رقم (4) تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة بين الاستثمار الالهي و 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		
التباین الكلی	56.360	383			

يبين الجدول رقم (4) أعلى 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 الالهي و وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويفك 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 و 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		
التباین الكلی	54.369	383			

يبين الجدول رقم (5) أعلى 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 و وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. ويفك 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		
التباین الكلي	55.369	383			

يبين الجدول رقم (6) أعلى 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 التوسيع 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 و هيكلة الأساليب القديمة بحيث تزرع للعميل نوعاً كبيراً من الرضا، ويجب على المصرف مراعاة أن هذه الأساليب تؤكّد للعملاء الابتعاد عن الربا والفائدة.
3. ضرورة اكتشاف كل الأخطاء في النظام التقليدي واستغلال الفرصة للقضاء على هذه الأخطاء لأن بيئه المصرف بيئه تنافسية.
4. العمل على استخدام العقود الشرعية للصيغة الإسلامية بحيث يصبح العميل أكثر وعيّاً بأن المصرف يقدم خدماته وفق تعاليم الدين الإسلامي.

المراجع

- [1] الرفاعي، حسن محمد. (2009، نوفمبر) بور الصيرفة الإسلامية في إدارة الأزمة الراهنة. المؤتمر الدولي العلمي الثالث: تداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية على منظمات الأعمال، جامعة الزرقاء، الأردن.
- [2] قميش، 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 للاقتاء 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 فرحة 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.