



## دور النوافذ الإسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الإسلامي لأصحاب

### المشروعات الصغيرة في ليبيا

"دراسة تحليلية من وجهة نظر العاملين بالمصارف التجارية"

أ. سميرة حسين أوصيلة

قسم التمويل/ كلية الاقتصاد والتجارة/ جامعة المرقب

**libyaw222@gmail.com**

أ. نوري محمد اسويسي

قسم التمويل/ كلية الاقتصاد والتجارة/ جامعة المرقب

**n.swisi66@gmail.com**

#### Abstract:

The research has aimed to ascertain the role of Libyan commercial banks in spreading the Islamic awareness of owners of small projects as well as to finding the level of Islamic investment awareness of owners of small projects and identifying those means and mechanisms followed by these transferring banks in spreading the culture of Islamic finance of owners of small projects. Also, it has aimed to find out if there is a role of commercial transferring banks to let owners of small projects widely attract Islamic finance. The descriptive methodology was used. The community of the study represented employees of the commercial banks operating in khoms city which introduce Islamic finance. Where as the sample of the study represented a certain sample of those employees working for Algomohorya Bank, Sahara Bank and included (79) employees, out of which (71%) have responded. Spss software of data analysis was used by a response percentage of (90%).

The results have showed that:

- 1- There is an acceptance of commercial transferring banks by owners of small projects from the viewpoint of employees in Algomohorya and Sahara banks in khoms city.
- 2- Low level of promotion policy in spreading the culture of Islamic finance, although promotion policy, in the field of training, was with an effect on spreading the culture of Islamic finance.
- 3- There is a relationship of statistical significance of mechanisms followed by the commercial transferring banks on accepting the owners of small projects of Islamic finance at a significance level of 0.05.
- 4- The commercial transferring banks have an effective role in spreading the culture of Islamic finance.

**Keywords:** Small projects, Islamic finance, Islamic windows.





## الملخص

هدف البحث إلى معرفة دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية الليبية في نشر الوعي الاسلامي لدى أصحاب المشروعات الصغيرة ، كذلك معرفة مستوى الوعي الاستثماري الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة، والتعرف على الوسائل أو الآليات التي تتبعها هذه المصارف في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة، وهل هناك أثر لدور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي، وقد تم إتباع المنهج الوصفي، و تمثل مجتمع البحث في موظفي المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس مصرف الجمهورية والصحاري واللذان يقدمان تمويلاً إسلامياً، حيث بلغ عددهم (79) موظف، وقد استجاب منهم (71%)، بنسبة استجابة (90%)، واستخدم برنامج spss الإحصائي لتحليل البيانات، وقد تم التوصل الى عدة نتائج اهمها: أن هناك اقبال على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية من قبل أصحاب المشاريع الصغيرة، وأن مستوى فعالية سياسة الترويج في نشر ثقافة التمويل الاسلامي كانت منخفضة، الا أن سياسة الترويج المتمثلة في مجال التدريب كانت لها الأثر على نشر ثقافة التمويل الاسلامي، كما أن هناك علاقة واثرة ذو دلالة احصائية للآليات المتبعة من قبل النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة للتمويل الاسلامي عند مستوي معنوية ( $\alpha=0.05$ )، وان النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية لها الدور الفعال في نشر ثقافة التمويل الاسلامي.

الكلمات المفتاحية: المشروعات الصغيرة، التمويل الاسلامي، النوافذ الاسلامية.

## أولاً / المقدمة والاطار العام للبحث:

تعاني معظم المشروعات الصغيرة في أغلب الدول العربية من صعوبات كبيرة في الحصول على التمويل اللازم لإنشاء أو تطوير منشآتها، حيث تفضل غالبية المصارف تمويل المشروعات الكبيرة ذات الأصول الرأسمالية الجيدة، والتي يتسم التعامل معها الأكثر ربحية والأقل مخاطرة، وتحجم العديد من المصارف عن منح التمويل المطلوب للمشروعات الصغيرة، وإن تم تمويلها في بعض الأحيان يكون على أساس الاقراض بفائدة، وهذا قد سبب لها العديد من المعوقات والقيود.

ومنذ عام 2010م قامت بعض المصارف التجارية في ليبيا بفتح نوافذ اسلامية لتقدم التمويل المصرفي للمشروعات الصغيرة بصيغة اسلامية بعيدا عن الربا تتلاءم مع طبيعة هذه المشروعات لدعمها، ولتقوم بدورها المنشود في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

## مشكلة البحث:

لقد شرعت المصارف التجارية الليبية في تبني الصيرفة الإسلامية، وذلك من خلال النوافذ الاسلامية كخطوة أولى للتحويل إلى مصارف إسلامية تقوم بتقديم التمويل الاسلامي لطالبيه من المشروعات بصيغ مختلفة تتلاءم مع طبيعة المشروعات التي تحتاج لهذا التمويل ووفقاً للأحكام الشرعية، حيث أنها تقوم بدور الوساطة المالية الفعالة بين أصحاب الأموال من جهة وبين أصحاب المشروعات الصغيرة من جهة أخرى من أجل تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة.

وعلى الرغم من مرور الوقت على فتح هذه النوافذ الاسلامية بعد صدور قانون منع المعاملات الربوية، إلا أنه يلاحظ قلة الاقبال من أصحاب المشروعات الصغيرة على هذه النوافذ الاسلامية للحصول على التمويل الاسلامي اللازم لها، مما جعل الباحثين يقومون بهذا البحث للإجابة على السؤال التالي:





- هل يوجد دور للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي المقدم من هذه النوافذ الاسلامية؟

- هل هناك علاقة وأثر لدور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي؟

- ماهي الوسائل التي تتبعها المصارف التجارية لنشر ثقافة التمويل الاسلامي بها لدى أصحاب المشروعات الصغيرة؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على الآتي:

1. معرفة دور القائمين على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية الليبية في نشر الوعي الاسلامي لدى أصحاب المشروعات الصغيرة.

2. التعرف على الوسائل أو الآليات التي تتبعها ادارة هذه المصارف في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة.

3. بيان صيغ التمويل الاسلامي الأكثر تداولاً لدى النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية الليبية والأكثر طلباً من قبل أصحاب المشروعات الصغيرة.

4. التعرف على مدى الوعي الاستثماري الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة.

5. معرفة علاقة وأثر دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي.

6. الوصول إلى نتائج بشأن مدى مساهمة النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في تعزيز ثقافة التمويل الاسلامي في المجتمع المحلي.

أهمية البحث:

تظهر أهمية البحث في النقاط التالية:

1. تعتبر المشروعات الصغيرة من الركائز التي تساهم في تنمية المجتمع ورفد الاقتصاد المحلي، ويتميز هذا الموضوع بالحدأة والخصوصية نسبياً، والذي بدأ تناوله مؤخراً في الساحة الليبية من قبل المختصين في المشاريع الصغيرة والمتوسطة نظراً لزيادة المشاكل والمعوقات التي تواجه تلك المشاريع وتأخرها في السعي لتحسين وتطوير عملها ونجاحها.



دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا  
أ. سميرة أوصيلة، أ. نوري سويسي، قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



2. تبرز أهمية هذا البحث في المساهمة في توفير معلومات عن دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة المعاملات الإسلامية في مدينة الخمس، من خلال تسليط الضوء عليها.

3. يعتبر هذا البحث مرجع إضافي للمراجع السابقة الأمر الذي يعمل على توسيع مدارك الدارسين والباحثين حول موضوع دور المصارف الاسلامية ودورها في نشر التمويل الاسلامي لدى أصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا.

4. يأمل أن تؤدي التوصيات التي يخلص إليها البحث إلى زيادة وتحسين وسائل نشر التمويل الاسلامي من قبل المصارف التجارية بدلا عن التمويل الربوي المحرم شرعا في الكتاب والسنة.

فرضيات البحث:

يقوم البحث على فرضية رئيسية مفادها:

**H0:** لا يوجد دور للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا.

وهذا الفرض يقودنا إلى عدة افتراضات فرعية، وهي:

الفرضية الأولى:

**H0<sub>1</sub>:** لا يوجد اقبال لأصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي المقدم من النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية.

الفرضية الثانية:

**H0<sub>2</sub>:** لا تتبع ادارة المصارف التجارية العديد من الوسائل أو الآليات لنشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة.

الفرضية الثالثة:

**H0<sub>3</sub>:** لا توجد علاقة وأثر ذو دلالة احصائية لدور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي.

منهجية البحث:

اتباع الباحثان خطوات المنهج الوصفي التحليلي في عملية البحث، وذلك بالاعتماد على المعلومات والبيانات التي تم الحصول عليها من الكتب والمجلات العلمية والدراسات السابقة، وهو ما يمثل الجانب النظري لهذا البحث، بالإضافة إلى المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال صحيفة الاستبيان المعدة لهذا الغرض، وهو ما يمثل الجانب العملي حتى يتم التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به النوافذ الاسلامية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لدى أصحاب المشروعات الصغيرة، وذلك من خلال المسح الشامل للعاملين بهذه المصارف عن طريق صحيفة الاستبيان للوصول إلى الأهداف المرجوة من هذا البحث.





## مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث في موظفي المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس وهما مصرف الجمهورية ومصرف الصحارى والتي تقدم تمويلا إسلاميا، حيث تم استخدام اسلوب المسح الشامل حسب القوانين الاحصائية.

## حدود البحث:

## أ- الحدود المكانية:

تم اختيار مصرف الجمهورية ومصرف الصحارى بمدينة الخمس.

## ب- الحدود الزمنية:

اقتصرت عملية جمع البيانات عن دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية خلال النصف الاول من سنة 2020

م.

## الدراسات السابقة:

1. دراسة الحكم (2003) بعنوان دور المصارف الاسلامية في تمويل المشروعات الصغيرة " دراسة لدور العقود الاسلامية في التمويل": هدفت الدراسة إلى القاء الضوء على العقود التي تجرئها المصارف الاسلامية والتي تتناسب مع المشروعات الصغيرة وتوضيح الفرق بين الصيغ الاسلامية والصيغ الربوية وبيان مدى أهمية التمويل وفق هذه العقود، ولقد اسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها: أن لجوء المشروعات الصغيرة إلى سد احتياجاتها التمويلية من خلال الصيغ التي تقدمها المصارف الاسلامية أفضل من لجئها الى التمويل بالصيغ الربوية التي تقدمها المصارف التجارية، وذلك لما يتوفر في الصيغ الاسلامية من الاستقرار والمرونة وتحقيق الأرباح للمشروعات الصغيرة.

2. دراسة الجوفيل (2013) بعنوان "دور البنوك الاسلامية في تمويل المنشآت الاردنية الصغيرة والمتوسطة الحجم": هدفت هذه الدراسة التعرف على اساليب البنوك الاسلامية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ودراسة هذه الاساليب وتقييمها على اساس كفاءتها وملاءمتها لواقع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، كذلك دراسة دور البنوك الاسلامية في تمويل قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وقد اسفرت الدراسة عن عدة نذكر منها: يوجد دور للبنوك الاسلامية الاردنية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، يوجد فعالية لصيغ التمويل الاسلامي في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم، توجد معوقات في البنوك الاسلامية الاردنية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

3. ابحاث ونتائج الملتقى السنوي السادس للأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية (2003) بعنوان "دور المصارف والمؤسسات المالية الاسلامية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة": وهدفت الدراسات إلى تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والمعوقات والمشكلات التي تواجهها، وقد أسفرت عن عدة نتائج أهمها: أن صيغة التمويل بالمرابحة والمشاركة المتناقصة المنتهية بالتملك والمضاربة والتأجير هي أكثر الصيغ الملائمة لتمويل المشروعات الصغيرة.





4. دراسة فرحان (2003) بعنوان "التمويل الاسلامي للمشروعات الصغيرة دراسة لاهم مصادر التمويل": وقد هدفت إلى التعرف على دراسة دور الدولة والمؤسسات المالية الاسلامية، ودور المصارف الاسلامية في دعم قطاع المشروعات الصغيرة باعتبارها أهم مصادر التمويل التي يمكن أن يعتمد عليها في دعم قطاع المشروعات الصغيرة، وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج كان أهمها: أن قطاع المشروعات الصغيرة يعتبر ذو أهمية بالغة في تحقيق عملية التنمية بمختلف مجالاتها في المجتمع، ورغم الأهمية التي يحظى بها في الدول العربية إلا أن ذلك الاهتمام لا يرقى إلى المستوى المرجو منه والذي يتناسب مع أهمية قطاع المشروعات الصغيرة ودوره في الازدحام في عملية التنمية، من دراستهم لواقع المشروعات الصغيرة في اليمن ومقارنتها بأهم عوامل ومتطلبات نجاحها وجد أن تلك العوامل لا تتوافر لدى الكثير من تلك المشروعات، وذلك ناشئ عن عدم توافر الاهتمام والرعاية اللازمة والدعم الكافي لذلك القطاع.

5. دراسة نصر (2010) بعنوان "نحو سياسات محفزة لتوفير التمويل المناسب لمنشآت الاعمال الصغيرة والمتوسطة الفلسطينية": وقد هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص وتحليل تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة من حيث المصادر والتكاليف، والتعرف على أبرز المشكلات التي تواجهها في توفير التمويل اللازم والضروري لاستمراريتها وتطورها، والعمل على تقديم اقتراحات من أجل تحسين فرص وشروط التمويل، وقد خلصت إلى أن هناك خلل واضح في تمويل هذه المنشآت يتمثل في ضعف مستوى الرفع المالي المتاح لهذه المنشآت، وأن هذا الخلل هو نتيجة العرض والطلب، وأنه يجب استخلاص واستحداث أدوات وبرامج تمويلية لهذه المنشآت تقوم على التشارك بالمخاطر وهو أنسب المناهج للتغلب على هذه المشكلة.

6. عبد الفتاح (2012) بعنوان "واقع التمويل في المشروعات الصغيرة": وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المشكلات التي تواجه المشروعات الصغيرة في محافظة سلفيت بفلسطين، وإيجاد بعض الاليات للوصول إلى تطوير الاستثمار من أجل بقائها واستمرارها، بالإضافة إلى معرفة الدور الاقتصادي والاجتماعي المتأمل من المشروعات الصغيرة، وقد تمثل مجتمع الدراسة في جميع أصحاب المشروعات الصغيرة في المحافظة، أما عينة الدراسة فقد تكونت من (500) شخص من أصحاب المشروعات الصغيرة، وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك العديد من المشكلات التي تواجه المستثمرين في المحافظة في إدارة وإنشاء المشروعات الصغيرة، كما أن هناك تأثير كبير للعوائق الاستراتيجية التي تحد من التصدير أو الاستيراد للمواد الخام اللازمة لإنشاء المشاريع، ونقص الخبرة لدى المستثمرين وكذلك قلة الأموال، ووجد أن هناك العديد من المصادر التي يلجأ إليها أصحاب المشروعات الصغيرة والتي تساعد في دعم التمويل والاستثمار في المشروعات الصغيرة.

وأوصت الدراسة إلى توفير القروض والدعم اللازم لتمويل رأس المال العامل وتطوير المعدات والأصول الرأسمالية أو التوسع في المشروعات القائمة أو تمويل افكار ريادية جديدة في سبيل تنمية المشروعات الصغيرة اقتصاديا واجتماعيا.

7. دراسة أبو شنب، سامح عبد الكريم محمود (2015) بعنوان "دور التمويل الاسلامي في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة": وهدفت الدراسة إلى تقصي دور صيغ التمويل الاسلامية في تأمين تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودعم مشروعاتها، وتوسيع انتشارها عموما وفي الأردن على وجه الخصوص، كذلك الصيغ الأكثر انتشارا في التمويل الاسلامي، والحاجة الماسة اليه في واقع الحياة الاقتصادية والاجتماعية وبصورة يلمسها أبناء المجتمع. وقد نتج عنها عدة نتائج منها: النظر في امكانية تأسيس بنك اسلامي تكون مصادر أمواله جزء من





أموال الزكاة والصدقات، بهدف تمويل المشروعات الميكروية (متناهية الصغر) والصغيرة، دراسة التجارب العربية والاسلامية والعالمية الناجحة في مجال التمويل الأصغر وتأطيرها اسلاميا بما يتوافق والظروف الأردنية، تشجيع البحث العلمي المتخصص في دراسة انجح السبل والأدوات المتاحة لتمويل المشروعات الميكروية والصغيرة بالصيغ الاسلامية.

8. دراسة اعبيدة، صالح رجب (2015) بعنوان " تفعيل الدور التنموي للصناعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا": وهدفت الدراسة إلى استعراض وتقييم واقع هذه الصناعات والتحديات والمعوقات التي تواجهها، وتحديد اهم المرتكزات لتطوير هذه الصناعات، واقتراح حزمة من الصناعات الصغيرة والمتوسطة التي يمكن انشاؤها مستقبلا، وكذلك ابرز فرص نجاحها الممكنة في الحالة الليبية. وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها: انخفاض مساهمتها في تشغيل العمالة الليبية وكذلك التركيز الشديد في انماط ملكيتها لصالح النمط الفردي الصغير، وكذلك لنمط انتشارها الجغرافي لصالح المدن الكبيرة الحضرية، وتدني قدرتها التنافسية والمالية والتكنولوجية والتسويقية والادارية والمؤسسية.

#### موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة موضوعات مهمة في مجال المشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث تناولت دراسة دور التمويل الاسلامي في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، واستخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي التحليلي كمنهج ملائم لمثل هذه الدراسات، والاستبيان كأداة لجمع البيانات بالإضافة إلى استخدام بعض الدراسات أساليب أخرى مثل التقارير والنشرات والإحصاءات.

ويتضح مما سبق أن هذه الدراسة تتشابه من حيث البيئة، فمعظم الدراسات السابقة أجريت في بيئة عربية، كما تتشابه في دراسة بعد أو طرف واحد من كل دراسة وهو دور التمويل الاسلامي في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والاداة المستخدمة في جمع البيانات ألا وهي صحيفة الاستبيان، إلا أنها تختلف عن الدراسات السابقة في أنها من الدراسات التي حاولت إعطاء نظرة عامة عن دور النواخذ الاسلامية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في مختلف القطاعات الاقتصادية في ليبيا - على حسب علم الباحثان-، وكذلك القاء الضوء على سياسة الاعلام التي تتبعها هذه النواخذ لنشر ثقافة التمويل الاسلامي في أوساط المجتمع، وصيغ التمويل الاسلامي الأكثر إقبالا من خلال نواخذها الاسلامية لجمهور المستثمرين من أصحاب المشروعات الصغيرة.

#### ثانياً / الإطار النظري للبحث

##### ◀ مفهوم المشروعات الصغيرة:

لا يوجد تعريف واحد متفق عليه في الفكر الاقتصادي يحدد ماهية الصناعات الصغرى والصغيرة، والمتوسطة، ويعزى ذلك إلى تباين المعايير المعتمدة من دولة إلى أخرى في التعريف بهذه الصناعات مثل عدد العمال ورأس المال المستثمر أو المستوى التقني أو نوع النشاط أو حجم المبيعات وغير ذلك، وكذلك إلى تباين الإمكانيات والقدرات والظروف الاقتصادية ومراحل النمو الاقتصادي التي تمر بها هذه الدول.

فعلى سبيل المثال - في الحالة الليبية - يُلاحظ أن الصناعات المتوسطة بمعيار عدد العمال تتراوح بين 26-50 عامل (طبقاً لبعض التعريفات المعتمدة في ليبيا) هي في حقيقتها صناعات صغيرة في دولة أخرى مثل تركيا التي يتراوح فيها عدد العمال في صناعاتها المتوسطة بين 50 إلى 199 عاملاً.







1. تعريف صندوق التشغيل للصناعات الصغيرة والمتوسطة - طبقاً لمعيار عدد العمال - بعد قرار اللجنة الشعبية سابقاً رقم (109) لعام 2006، (اعبيدة، 2015، ص 19) والقاضي بإنشاء الآتي:

جدول رقم (1): يبين أنواع المشروعات وفق معيار عدد العمال

عدد العمال	حجم المشروع (يتضمن المشروعات الصناعية)
من 1 إلى 25	صغيرة
من 26 إلى 50	متوسطة

2. في حين يعرف صندوق ضمان الإقراض لأغراض التشغيل المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة (تشمل الصناعات الصغرى والصغيرة) التي يقوم بتمويلها وفقاً للمعيار المزدوج (عدد العمال ورأس المال) (الشويرف؛ البياص، 2017، ص96)، على النحو الآتي:

جدول رقم (2): يبين تعريف صندوق ضمان الإقراض للأغراض التشغيل

قيمة القرض بالدينار	عدد العمال	حجم المشروع (الصناعة)	
50000	من قبل صاحبها مباشرة	مشروعات نشاط الفردي	مشروعات متناهية الصغر
150000	3 أشخاص	مشروعات نشاط المشاركة	
150000	تدار من قبل صاحبها مباشرة	مشروعات النشاط الفردي	المشروعات الصغيرة
من 1 إلى 5 مليون	من 2 إلى 10	مشروعات نشاط المشاركة	

3. تعريف وزارة الصناعة الليبية: فعلى الرغم من مزاجته بين معياري العمل ورأس المال في التمييز بين أحجام الصناعات المختلفة إلا أنه يثير لبساً لغوياً في استخدامه لمصطلح الصناعة الصغرى أو المتناهية في الصغر، والصناعة الصغيرة، إذا يفترض أن تكون الصناعات الصغيرة أكبر نسبياً من الصناعات الصغرى أو المتناهية في الصغر وليس كما ورد في التعريف.

جدول رقم (3): يبين تعريف وزارة الصناعة للمشروعات الصغيرة.

رأس المال (دينار)	عدد العمال	حجم المشروع (الصناعة)
250000	من 1 إلى 10	صغيرة
1 مليون	من 11 إلى 50	صغرى
5 مليون	من 51 إلى 80	متوسطة







ومن خلال التعريفات السابقة يتبين أنها زاوجت ما بين معياري حجم العمالة ورأس المال إلا أنها ووفقاً لهذين المعيارين نجد الاختلاف واضح فيما بينها، ولعله يفسر سبب اللبس الحاصل أثناء عرض البيانات المتعلقة بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة، إذ غالباً ما نجدهم مقترنين مع بعض.

### ◀ خصائص المشروعات الصغيرة:

تتميز المشروعات الصغيرة بمجموعة من الخصائص، ومن أهمها ما يلي: (النجار، 1982، ص6-7) (أوصيلة؛ الطوير، 2019، ص13)

1. انخفاض مستلزمات رأس المال المطلوبة وصغر حجم القروض اللازمة والمخاطر المنطوية عليها.
2. وجود سوق محدود وعدد مميز من المستهلكين مما يسمح بتغطية سريعة للسوق.
3. نقص حجم القوي العاملة اللازمة وإمكانية تحقيق روح الفريق والأسرة العاملة الواحدة.
5. وجود حوافز على العمل والابتكار والتجديد والتضحية والرغبة في الإنجاز وتحقيق اسم تجاري وشهرة وأرباح.
6. القدرة على تغيير تركيب القوة العاملة والسياسات الاقتصادية.
7. نقص تكلفة الإدارة والمصروفات العمومية وحجم التكلفة الثابتة.

### ◀ أهمية المشروعات الصغيرة:

يمكن إبراز أهمية المشروعات الصغيرة في النقاط الآتية:

1. إسهام المشروعات الصغيرة في توفير فرص العمل للشباب وتوظيفهم. (الرميضي، 2019، ص 57)
2. توفير العملة الصعبة للدولة وفتح الأسواق وزيادة المبيعات، وتقديم السلع والخدمات التي تتناسب مع متطلبات السوق والمستهلك المحلي مباشرة وتوسيع قاعدة الإنتاج وعميق التصنيع المحلي. (هيكل، 2003، ص 141)
3. نشاط المشروع ونطاقه الجغرافي محدود نسبياً ولا يحتاج مساحة كبيرة لأداء نشاطه. (مركز الدراسات والبحوث، 2014، ص10)

### ◀ العوائق والصعوبات:

ويمكن التركيز على هذه العوائق والصعوبات وخاصة في ظل الظروف السائدة حالياً بالبلاد بشكل موجز كالتالي: (فرحان، 2003، ص23)، (أوصيله، 2018، ص11)

1. ارتفاع تكلفة التمويل وصعوبة الحصول على الضمانات وعدم توفر الاموال الذاتية لدى الحرفيين وأصحاب المهن وارتفاع الضرائب.
2. النقص في المواد الخام وارتفاع تكلفة مدخلات الإنتاج المستوردة، والنقص في موردي قطع الغيار والمراكز المتخصصة في الصيانة، وكذلك النقص في الأيدي العاملة الماهرة.
3. عدم وجود مراكز للدعم والإشراف والرقابة على أنشطة المشاريع الصناعية الصغرى والمتوسطة، وعدم الاهتمام بالبحث والتطوير واستخدام التكنولوجيا الحديثة.





5. صعوبة الحصول على قطعة أرض مناسبة، وكذلك انخفاض كفاءة ومستوى خدمات البنية الأساسية التي تقدمها الدولة.

6. قلة الاهتمام بالدعاية والإعلان، وعدم الاهتمام بعامل الجودة في ظل عدم وجود المعايير والمواصفات والمقاييس الخاصة بالجودة.

◀ المعوقات التي تواجه المصارف ومؤسسات التمويل المتخصصة وتمثل في: (المللي، 2015، ص ص 49-51)

1. عدم وجود دراسات جدوى سليمة وموضوعية.
2. ضعف الضمانات وعدم وجود جهات داعمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
3. عدم انتظام السجلات المحاسبية.
4. عدم القدرة على اعداد ملف ائتماني.
5. ارتفاع درجة المخاطرة.
6. ضعف الهياكل التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
7. عدم ملائمة صيغ التمويل المصرفية التقليدية للمشروعات الصغيرة.
8. سياسة سعر الفائدة.
9. عدم ملائمة معايير الاقتراض.
10. ضعف الخبرات المتراكمة لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

◀ المعوقات التمويلية التي تواجه القائمين على المشاريع الصغيرة والمتوسطة فتتمثل في: (المللي، 2015، ص 36)

1. ارتفاع تكلفة التمويل الذي يرغبون في الحصول عليه.
2. ارتفاع نسبة المديونية مقارنة بأصول المشروع، حيث أن أصول المشروع الصغير لا توفر أصول الضمان الكافي للحصول على تمويل جديد اذا ما احتاج اليه في فترة تشغيله من أجل الاستمرار في العملية الانتاجية.
3. تدخل مؤسسات التمويل وفرض الوصاية على المشروع الصغير، وذلك عند غياب الثقة فيه مما يؤدي الى ظهور مشكلات بين مؤسسات التمويل والمشروعات الصغيرة وخاصة في الدول النامية.
4. أن التمويل المتاح في بعض الأحيان لهذه المشاريع يعتبر غير مناسب لاحتياجاتها التمويلية نظرا لانخفاض مدة الائتمان أو لعدم كفايته.
5. ندرة المؤسسات المالية المتخصصة في التعامل مع هذه المشروعات وخاصة في الدول النامية، وان وجدت فعادة ما تكون محدودة الامكانيات فضلا عن أنها تضع شروط صعبة للاقتراض لهذه المشروعات (توفير الضمانات المالية والرهونات الشخصية المعروفة، اشتراط قيمة معينة من رأس المال، الخ).





◀ أهمية تمويل المشروعات الصغيرة: إن للتمويل أهمية كبيرة في سد العجز المالي، وتسديد الالتزامات المستحقة على المؤسسة، وتنبع أهميته على النحو الآتي: (عبد الفتاح، 2012، ص 17)

- أ. تحرير الأموال أو الموارد المالية داخل المؤسسة أو خارجها.
- ب. المساعدة على اتمام المشاريع المتعثرة وانشاء مشاريع جديدة.
- ت. يعمل على تحقيق أهداف المؤسسة من خلال القيام بالواجبات الملقاة على عاتقها.
- ث. يعتبر وسيلة مهمة من أجل سد العجز المالي لهذه المؤسسة.
- ج. يساعد في شراء المعدات، ودفع الأجور، وحماية المؤسسة من الافلاس، وتوفير الأموال من أجل مواجهة الأزمات.

### ◀ التمويل الاسلامي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

تعد عقبة التمويل من أهم المعوقات لقيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة، فأصحاب هذه المشروعات عادة ما يكونون من المهنيين ولا تتوافر لديهم مدخرات تمكنهم من اقامة مشروعاتهم، كما لا يوجد لديهم ضمانات مصرفية التي يمكن تقديمها للمصارف للحصول بموجبها على قروض، ومن جانب آخر فان مصادر التمويل في صورة قروض بفائدة ترهق هذه المشروعات، وتجعلها تفقد ميزتها التنافسية مع المشروعات الأخرى بارتفاع تكاليفها، كما يتخوف عدد لا بأس به من الراغبين في اقامة المشروعات الصغيرة من الربا التي تلحق بالقروض بفائدة، ومن هنا توجد مجموعة من المميزات التي تجعل اعتماد أساليب التمويل الاسلامية واجبة التطبيق من أجل النهوض بالمشروعات الصغيرة، ورفع الحرج الشرعي عن الراغبين في اقامتها.

### ◀ تعريف التمويل الاسلامي:

هناك عدة تعريفات تناولت مفهوم التمويل الاسلامي نذكر منها:

يعرف الدكتور مندر قحف التمويل الاسلامي بأنه: (تقديم ثروة عينية أو نقدية بقصد الاسترباح من مالها إلى شخص آخر يديرها ويتصرف فيها لقاء عائد تبيحه الأحكام الشرعية). (فرحان، 2003، ص 27)

### ◀ مميزات التمويل الاسلامي: (المللي، 2015، ص 57)

- أ. المحافظة على الهوية الذاتية للمسلمين في ظل العولمة والتأكيد على قدرة المسلمين على التأثير المتبادل والاسهام الايجابي في نظام العولمة بتقديم ما لديهم من أساليب ونظم تفيده الجميع.
- ب. تحقق أساليب التمويل الاسلامية العدالة بين طرفي المعاملة بحيث يحصل كل طرف على حقه.
- ت. تتميز أساليب التمويل الاسلامية بالتعدد والتنوع بما يلي جميع المتطلبات.
- ث. استبعاد التعامل بالربا أحدا وعطاء.
- ج. توجيه المال نحو الاستثمار الحقيقي.
- ح. توجيه المال نحو الانفاق على المشروع.
- خ. التركيز على توجيه سلوك الفرد نحو الأخلاق الفاضلة.
- د. التركيز على طاقات الفرد ومهاراته وابداعاته.





## ◀ اهم الصيغ المتاحة امام المصارف الاسلامية لتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

### 1. التمويل بصيغة المشاركة:

تعد المشاركة بأشكالها المختلفة احدى صور (شركة العنان) في الفقه الاسلامي، وهي من أهم صيغ التمويل الاسلامية التي تستخدمها المصارف الاسلامية بديلا عن الاقراض بالربا، ويمكن تعريفها بأنها: " عقد بين شخصين أو أكثر على الاشتراك في رأس المال أو استقرار شيء له قيمة مالية بين مالكين فأكثر لكل واحد أن يتصرف تصرف المالك". (فرحان، 2003، ص 68)

### 2. التمويل بصيغة المضاربة:

المضاربة كما عرفها الفقهاء " أن يدفع رجل ماله لآخر يتجر له فيه على أن ما حصل من الربح بينهما حسب الشرط". (فرحان، 2003، ص 65)

### 3. التمويل بصيغة المرابحة:

المرابحة هي أحد أنواع بيوع الأمانة والتي يبين البائع للمشتري الثمن الأول للسلعة، ولتعريف صيغة المرابحة يجب أن نبين أنواعها وهي:

**المرابحة البسيطة:** وهي "بيع السلعة بمثل الثمن الأول مع زيادة ربح". (فرحان، 2003، ص 64)

**المرابحة المركبة:** بيع الأمر بالشراء وهي " اتفاق بين طرفين يتضمن تعهدا من كل منهما للآخر وتعهدا معلق على حصول أمر في المستقبل، هو بالنسبة للآمر بالشراء تملك البائع للسلعة وأن تكون بالمواصفات التي يطلبها، وبالنسبة للبائع شراء الأمر بالشراء لتلك السلعة اذا جاءت كطلبه". (فرحان، 2003، ص 65)

**4. التمويل بالاستصناع:** وهو لغة: طلب الصنعة، واصطلاحا ( أن يطلب من الصانع أن يصنع شيئا بثمان معلوم علما بأن مادة الصنع والعمل من الصانع). (الجويفل، 2013، ص 35)

### 5. التمويل بصيغة الاجارة المنتهية بالتملك (التأجير التمويلي):

تندرج الاجارة في الاطار العام للبيع، فاذا كان البيع ينصب على تملك الأعيان فان الاجارة تختص بتمليك المنافع بمقابل هو الأجرة، وتعرف الاجارة فقها بأنها: ( عقد تملك منفعة عين أو عمل انسان مقابل عوض (أجرة) معلوم لمدة معلومة) (الجويفل، 2013، ص 36)، ويطلق على الاجارة بهذا المعنى المتعارف عليه اسم الاجارة التشغيلية.

ولكن التطورات الاقتصادية أوجدت ما عرف "بالتأجير التمويلي" وسبب وجوده أن عمليات البيع بالأجل أو بالتقسيط تتضمن ائتمانا يقدمه البائع للمشتري ممثلا في تأخير دفع ثمن السلع.

والائتمان تحوطه مخاطر عدة منها: مخاطر التوقف عن السداد وللاحتياط ضد هذه المخاطر يأخذ البائع ضمانات في صورة رهن أو كفيل ضامن.





## ◀ دور النوافذ الإسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الإسلامي:

أولاً: في مجال التنمية الاجتماعية: (شحاته، 2009، ص ص 17-18)

يعتبر العنصر البشري هو هدف وأساس النظام الاقتصادي الإسلامي، وتحقيق التنمية الشاملة يعتمد إلى درجة بعيدة على تنمية العنصر البشري صحياً وتعليمياً ومهنياً. ويمكن للمصارف الإسلامية أن يكون لها دور فعال في هذا المجال من خلال:

1. المساهمة في توفير ضرورات الغذاء لغير القادرين على ذلك من أبناء المؤسسات الاجتماعية (الأيتام، المرضى، المسنين).
2. المساهمة في تحسين المستوى الصحي والعناية بمكافحة الأمراض العارضة والمزمنة والمستوطنة، مما يرفع من مستوى إنتاجية الأفراد ويقلل الفاقد من قدراتهم.
3. الاهتمام بمواجهة ما قد يتعرض له الأفراد من عاهات جسدية ونفسية وعقلية تعوق قدراتهم على الإنتاج.
4. المساهمة في رفع المستوى العلمي والثقافي للعنصر البشري في إطار عقدي يحسن من توجيه هذه القدرات المكتسبة إلى خدمة المجتمع المسلم.
5. المساهمة في الرفع من القدرات المهنية للعاملين في أعمالهم الحالية وفتح آفاق تدريبية جديدة تواكب الأساليب الحديثة للعمل والإنتاج.
6. العمل على إنشاء شركات تأمين إسلامية تعمل وفق مبادئ الشريعة الإسلامية وتقوم على تأمين النشاط الخاص بالبنك إلى جانب القيام كبديل لشركات التأمين بالنسبة للأفراد والمؤسسات ولشركات إعادة التأمين.
7. العمل على تحقيق التنمية المحلية بمعنى أولوية التوظيف على مستوى دائرة كل فرع.
8. اعطاء الأولوية في توظيفاتها الاستثمارية إلى المجالات التي تسهم في حل مشكلات المجتمع التي تعمل به، وان اقتضي الأمر التضحية بمعدلات الربحية العالية التي قد تتحقق في حالة الاتجاه بهذه التوظيفات نحو مجالات أخرى أكثر ربحاً وأكثر دورانا.
9. القيام على رعاية الطلاب والشباب في كافة مراحل التعليم بأنواع الاعانة المختلفة من مادية وعينية.

### ثانياً: في مجال التربية الإدخارية:

للمصارف الإسلامية دور متميز في مجال تنمية الوعي الإدخاري، حيث تعمل على تقديم الصورة الشرعية التي طالما بحث عنها أفراد المجتمع المسلم لاستثمار مدخراتهم، سواء في صورة ودائع لا يحصلون مقابلها على الفائدة وإنما على عائد حلال نتيجة اشتراكهم في دعم إحدى صيغ الاستثمار الشرعية، كما تساعد إدارات المصارف الإسلامية أصحاب المدخرات الكبيرة على اختيار أفضل صور الاستثمار الشرعي في ضوء اهتماماتهم وإمكاناتهم. ويكون دور المصارف الإسلامية في هذا المجال كالتالي: (شحاته، 2009، ص ص 19-20)

1. تشجيع المدخرات الصغيرة بتوفير الإطار الإسلامي للتعامل المصرفي وتكوين عادات مصرفية سليمة تسهم في توفير رؤوس الأموال اللازمة للنشاط الاقتصادي والاجتماعي.





2. تنظيم استخدام المدخرات الكبيرة في المجالات المفيدة للمجتمع المسلم اقتصاديا واجتماعيا.
3. تشجيع صغار المودعين الذين تقل أرصدة حساباتهم عن خمسة آلاف دولار أو ما يعادلها لفتح حسابات استثمار (ودائع استثمارية).
4. تحقيق الانتشار الجغرافي للمصرف الاسلامي من خلال فروع تحقق الاتصال المباشر بالجمهور في مناطق تجمعهم وتعمل على معايشة ما يواجهونه من مشاكل والاسهام في حلها.

### ثالثا: في مجال نشر الوعي الاسلامي:

ان للمصارف الاسلامية كمؤسسات مالية بالشرعية الاسلامية عليها دور هام في نشر الوعي الاسلامي ليس في المجتمع الذي يوجد به المصرف فحسب، وانما على أكبر نطاق ممكن، وذلك من خلال: (شحاته: 2009، ص ص 21-22)

1. ما تعمل عليه من نشر الوعي في مجالات المعاملات المالية والمصرفية، ايجابا وسلبا، اخذا وعطاء.
2. استخدام ما يتوافر لديها من موارد في المشاركة في مختلف وسائل نشر الوعي الاسلامي.
3. ابتعاث الدعاه إلى المجتمعات الاسلامية الناشئة.
4. اصدار صحيفة اسلامية.
5. طباعة كتب الدعوة الاسلامية.
6. تمويل كتاتيب ومدارس تحفيظ القرآن الكريم.
7. تنظيم مسابقات حفظ القرآن الكريم.
8. مد مآدب الافطار في رمضان تعميقا للحس الاسلامي بين المسلمين.
9. تمارس النوافذ الاسلامية نشاطها في المجالات التكافلية والاجتماعية المختلفة من خلال القيام بدوره في احياء فريضة الزكاة وتشجيع نشاط القرض الحسن والتبرعات والهبات والاستثمارات الخيرية وتفضيل المشروعات الاستثمارية ذات الصبغة الاجتماعية والتي تفيد المجتمع والاقتصاد المحلي.

### ◀ البعد الاجتماعي للمصارف الاسلامية وتمويل المشروعات الصغيرة: (الجوفيل، 2013: ص31)

هناك جانبان لعمليات المصارف الاسلامية هما: الجانب الآلي، الجانب الروحي.

الجانب الآلي: يرتبط بالوفاء بالمتطلبات القانونية الاسلامية في تنفيذ العمليات.

الجانب الروحي: يرتبط بالإيمان (أو المعتقد) فأية منشأة (بما فيها المنشآت غير الاسلامية) يمكن أن تنفذ الأليات الاسلامية كما هي في المصرف الاسلامي، من خلال تقديم التمويل المتوافق مع العقود والمعاملات الاسلامية كما يراها المصرف الاسلامي، وهناك بعض الأشكال المختلفة للمنشآت المالية التقليدية التي تقترب من المنشآت المالية والاسلامية مثل الصناديق المشتركة وأمانات المشاركة في الملكية الايجارية، لأنها تتعامل بصيغ تقترب من الصيغ الاسلامية، ولكن ذلك لا يجعلها اسلامية.

تتمثل القاعدة الفلسفية للمكون الايماني للمصارف الاسلامية في تحقيق العدل (العدالة الاجتماعية) والاحسان، وتدعو هذه المفاهيم الى الاهتمام بمؤلاء الذين لا يمكن تلبية احتياجاتهم في السوق والذين لا يستطيعون لعب الأدوار





مقابل قوى السوق أو الذين لا يمتلكون الوسائل التي تمكنهم من استغلال الفرصة الاقتصادية حولهم، بسبب ذلك فانه من الواجب على المصارف الاسلامية أن تتضمن الجوانب الاجتماعية في عملياتها إلى جانب الممارسات المصرفية الاعتيادية.

ويمكن للمصارف الاسلامية أن تؤدي دورها المرتجى هنا بطرح مجالات: مثل القرض الحسن، تمويل السكن، تلبية الاحتياجات الأساسية، تشجيع وتمويل أرباب العمل الصغار.

#### ◀ البعد الاقتصادي للمصارف الاسلامية وتمويل المشروعات الصغيرة: (الجوفل، 2013: ص32)

يتمثل التخصص الأساسي للمصارف الاسلامية في تمويل الأنشطة الانتاجية، وعليه فان تمويل المشروعات الصغيرة يعتبر امتداداً أو توسيعاً لقاعدة عملاء هذه المصارف، إذ أن لديها الموارد البشرية الماهرة التي تمتلك الخبرات اللازمة لتحديد المجالات التي تؤدي إلى تمويل عمليات المشروعات الصغيرة، فمن خلال استخدام صيغ التمويل في المصارف الاسلامية وتوجهاتها يمكن لها التخفيف من حالة عدم تناسق المعلومات التي تواجهها المصارف التقليدية، ثم ان الافتقار إلى الأموال والخبرات والمهارات التي تحد من قدرة المنشآت المالية الاسلامية على تمويل المشروعات الصغيرة قد عولجت بالمصارف الاسلامية، كما تستطيع هذه المصارف ومن خلال شبكة فروعها تقديم خدماتها بتكلفة تقل عن المنشآت المالية الاسلامية الأخرى.

#### ثالثاً / عرض وتحليل البيانات الأولية للبحث

##### منهجية البحث:

أ. مجتمع البحث: تمثل مجتمع البحث في جميع العاملين في مصرفي الجمهورية والصحاري في مدينة الخمس، حيث بلغ عددهم (79) موظف، وذلك حسب المعلومات التي تم الحصول عليها من إدارة فروع المصارف محل البحث، وقد استخدم أسلوب المسح الشامل لجمع البيانات، وتم توزيع صحائف الاستبيان عليهم وبلغ عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (71) استمارة، أي بنسبة استجابة (90%).

الجدول رقم (4): يبين مجتمع البحث والاستمارات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل

اسم الفرع	عدد العاملين	الموزعة	المسترجعة	الفاقد	نسبة الاستجابة
الصحاري	30	30	25	5	83%
الجمهورية	49	49	46	3	94%
المجموع	79	79	71	8	90%

ب. منهج وأداة البحث: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، لأنه يتلاءم مع طبيعة البحث وأهدافه، ومن أجل تجميع البيانات تم الاعتماد على المصادر الثانوية كالكتب والدوريات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث لتغطية جانبه النظري، وقام الباحثان بتصميم استبانة تتناسب وأهداف وفروض البحث، وقد مرت عملية إعداد الاستبانة بعدة مراحل كما يلي:







1. الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.
2. تحديد الأقسام الرئيسية التي شملتها الاستبانة.
3. جمع وتحديد عبارات الاستبانة.
4. صياغة العبارات التي تقع تحت كل محور.
5. إعداد الاستبانة في صورتها الأولية، وبعد الانتهاء من تصميم الاستبانة بشكلها المبدئي تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال التمويل والاقتصاد، والذين لديهم دراية كافية في مجال المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتمويل الاسلامي وذلك من أجل تحكيمها، ومعرفة ملائمة تصميمها وسلامتها اللغوية ووضوح عباراتها، وقد أجمع أغلبهم على صلاحية الأداة بعد الأخذ بتوصياتهم في تعديل بعض العبارات.

ولقد استخدم الباحثان مقياس ليكرث (Likert Scale) الخماسي لتقدير درجة الإجابة لعبارات الاستبانة، حيث منح الدرجات من (1-5) ابتداءً بالبداية (غير موافق بشده، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) والتي تقيس اتجاهات وآراء المستقضي منهم، وتم توزيع الإجابات إلى خمس مستويات متساوية وتم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرث الخماسي، من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4÷5=0.80) (جربيل: 2017، ص 28)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهذا ما تم تطبيقه على عبارات محاور الاستبانة، والجدول رقم (5) يوضح إجابات العبارات ودلالاتها الاحصائية:

الجدول رقم (5): يوضح إجابات العبارات ودلالاتها

قيمة المتوسط الحسابي	من 1 إلى اقل من 2.60	من 2.60 إلى أقل من 3.40	من 3.40 إلى أقل من 5
التقدير في التعليق على النتائج	منخفض	متوسط	كبير

### ج. الصدق والثبات لأداة البحث:

يقصد بالثبات ثبات الاستبيان والاستقرار في نتائجه، أي أن يعطي الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية. (اميم؛ السامرائي، 2001، 108)  
، وللتأكد من ثبات الاختبار " أداة الدراسة " قام الباحثان بحساب درجة الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ حيث تكمن أهمية الثبات في الإدراك بين المؤشرات والمتغيرات، وبمعنى آخر معرفة ما إذا كانت المتغيرات ذات ثبات أو لا من خلال مقارنة معامل ألفا كرونباخ بنسبة إحصائية 60% بحيث إذا كانت أكبر من 60 %، يعتبر المتغير ذو ثبات، وأما إذا كانت أصغر من 60% يفقد المتغير ثباته.

أما بخصوص المصادقية فهي القدرة على توضيح وتفسير التجانس بين مؤشرات المتغيرات التي تتمثل في أسئلة الدراسة الموجودة في قائمة الاستبيان، و يعتبر الصدق (صدق الاتساق البنائي) أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها (نشوان، 2005، ص 126)، وكذلك مقارنة الارتباط بين





تلك المؤشرات والمعيار 50 % بحيث إذا كانت المصدقية أكبر من 50 % تعتبر مقبولة، وإذا كانت أقل من 50 % تعتبر مرفوضة، حيث يتم حساب الصدق الذاتي (البنائي) عن طريق الجذر التربيعي للثبات للتأكد من صدق الاستمارة.

وقد تم حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient والثبات، وكانت النتائج كما هي مبينة بالجدول رقم (6)، حيث يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكلا المحورين وتتراوح بين (0.758، 0.767) لكل محور من محاور الاستبيان، وأن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان وصلت إلى (0.648)، بينما كانت قيمة الثبات مرتفعة أيضاً وتتراوح بين (0.87، 0.875) لكل محور من محاور الاستبيان، وأن قيمة الثبات لجميع عبارات الاستبيان كانت مساوية لـ (0.804)، وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع جداً، وبذلك قد تم التأكد من صدق وثبات الاستبيان وصلاحيته.

الجدول رقم (6): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المجموعة	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الثبات
1	اقبال أصحاب المشروعات الصغرى على التمويل الاسلامي	28	76.7%	87.5%
2	سياسات الترويج	32	75.8%	87%
3	المجموع	60	64.8%	80.4%

الثبات = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ

د. الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

1. تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية.
2. تم فحص فرضيات الدراسة عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) باستخدام الاختبارات الإحصائية التالية: الانحدار الخطي البسيط اختبار (t-test)، ومعادلة الثبات ألفا كرونباخ، وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS).





هـ. اختبار الفرضيات:

لاختبار صحة الفرضيات وللإجابة على التساؤل الرئيسي للبحث حول (هل يوجد دور للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا؟)، فقد تم تطبيق قاعدة القرار التالية: (تقبل الفرضية  $H_0$ ) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية والقيمة المعنوية أكبر من 0.05، وترفض (الفرضية  $H_0$ ) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، والقيمة المعنوية أقل من 0.05.

اختبار الفرضية الرئيسية:

$H_0$ : لا يوجد دور للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا.

ولاختبار الفرضية الرئيسية استخدم اختبار الانحدار البسيط لمعرفة دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي من خلال الآليات المتبعة من قبلها، وقد كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول رقم (7)، أن قيمة (t-test) المحسوبة قد بلغت (1.202)، وهي تقل عن قيمة (t) الجدولية (1.96)، وهذا ما يعني ضعف السياسة المتبعة من قبل ادارة هذه المصارف في نشر ثقافة التمويل الاسلامي، مما يعني ضعف سياسة الترويج للمنتجات الاسلامية من قبل النوافذ الاسلامية بها، وبالنظر لمستوى المعنوية للاختبار يتضح أن هناك دور للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي اذا ما تم الاهتمام من قبل ادارة المصارف بسياسة الترويج التي تتبعها للترويج عن منتجاتها.

الجدول رقم (7): نتائج تحليل الانحدار لدور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي

مستوى الدلالة	T-test	الفرضية الثانية
0.000	1.202	دور سياسة الترويج التي تتبعها النافذة في نشر ثقافة التمويل الاسلامي

اختبار الفرضية الأولى:

$H_{01}$ : لا يوجد اقبال من قبل أصحاب المشاريع الصغيرة على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية.

ولإثبات صحة الفرضية فقد استخدم أسلوب المتوسط الحسابي لمفردات المستجوبين عن كل العبارات كما هو موضح في الجدول رقم (8):





الجدول رقم (8): تقييم مفردات المستجوبين لمستوى اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية

ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	المعيار
1	هناك اقبال من أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي المقدم من طرفكم	4.49	0.6296	كبير
2	يطلب أصحاب المقاهي و المطاعم من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.49	0.6296	كبير
3	يطلب أصحاب المخازن من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
4	يطلب أصحاب المحلات و المتاجر و الاسواق التجارية من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
5	يطلب أصحاب الورش (ميكانيكا، نجارة، سباكة، حدادة... الخ) من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
6	يطلب أصحاب الصيدليات و المعامل و المختبرات الطبية تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
7	يطلب أصحاب العيادات الطبية من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
8	يطلب أصحاب المستشفيات الخاصة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
9	يطلب أصحاب المصانع الصغيرة (الثلج مثلا) من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
10	يطلب أصحاب معامل تصفية و تقطير المياه من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
11	يطلب أصحاب معامل الحلويات و الاطعمة الجاهزة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
12	يطلب أصحاب مراكز التجميل و العناية بالبشرة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
13	يطلب أصحاب محلات الحلالة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
14	يطلب أصحاب الركوبة الخاصة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
15	يطلب أصحاب تشاركيات تجهيز الأفراح و الأعراس من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
16	يطلب أصحاب تشاركيات السفر و الحج و العمرة و السياحة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
17	يطلب أصحاب المكاتب الاستشارية (محاماة، محرر عقود... الخ) من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
18	يطلب أصحاب التعليم الاهلي (المدارس الخاصة) من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
19	يطلب أصحاب محلات التصوير الرقمي من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
20	يطلب أصحاب الشركات الخاصة من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير



دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا  
أ. سميرة أوصيلة، أ. نوري سويسي، قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



21	يطلب أصحاب معارض السيارات من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
22	يطلب أصحاب معارض الجلسات والسجاد من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
23	يطلب أصحاب معارض الاثاث المنزلي الخشبي من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
24	يطلب أصحاب معارض البلاط و السيراميك من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.51	0.6296	كبير
25	يطلب أصحاب مراكز خدمات الاتصالات و انترنت من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.52	0.6293	كبير
26	يطلب أصحاب الفنادق من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.52	0.6293	كبير
27	يطلب أصحاب المكتبات و المطابع من المصرف تمويلا اسلاميا خاليا من الربا	4.52	0.6293	كبير
28	هناك عروض من مؤسسات مالية بالتعاون مع المصرف في تقديم التمويل الاسلامي	4.42	0.8047	كبير
مجموع النسب		4.89	0.625	

حيث يتضح لنا أن معظم المتوسط الحسابي للفقرات في نطاق الخيار (موافق بشدة) فما فوق حيث كانت جل المتوسطات الحسابية لها قريبة من (5)، والمتوسط الحسابي العام يبلغ (4.89)، من هنا يتضح أن هناك اقبال من قبل أصحاب المشاريع الصغيرة على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية، وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية ونقبل بالفرضية البديلة، وأن الانحراف المعياري العام يساوي (0.625) وهو ما يدل على تقارب اتجاه اجابات المحوثين لمؤشرات البحث، من هنا يتضح ان أصحاب المشاريع الصغرى بشتى أنواعها تمثل لطلب التمويل الاسلامي من قبل النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية، بالإضافة إلى ذلك فإن قيمة اختبار (t-test) المحسوبة قد بلغت (2.168) وهي تفوق قيمة (t) الجدولية (1.96) (منحنى ذو ديلين)، وهذا ما يؤكد قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية.

الجدول رقم (9): نتائج تحليل الانحدار لمدى اقبال أصحاب المشاريع الصغرى على النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية

الفرضية الأولى	T-test	مستوى الدلالة المعنوية Sig
يوجد اقبال من قبل أصحاب المشاريع الصغيرة على النوافذ الاسلامية	2.168	0.000

اختبار الفرضية الثانية:

$H_0$ : لا تتبع ادارة المصارف التجارية العديد من الوسائل أو الآليات لنشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة.

من خلال الجدول رقم (10) سيتم تحليل الفقرات وصفيا والمتعلقة بمستوى فعالية سياسة الترويج في نشر ثقافة التمويل الاسلامي من قبل ادارة المصرف وقد استخدم كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لاختبار صحة الفرضية.





## جدول رقم (10): اختبار فقرات الاستبيان

ت	فقرات الاستبيان	المتوسط الحسائي	الانحراف المعياري
الورش و الملتقيات و الندوات و المؤتمرات العلمية			
1	يساهم المصرف في اقامة ورش عمل بالتعاون مع المؤسسات المالية في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.35	0.481
2	يساهم المصرف في اقامة مؤتمرات علمية محلية بالتعاون مع كلية الاقتصاد و التجارة في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.35	0.481
3	يساهم المصرف في اقامة ندوات علمية محلية بالتعاون مع كلية الاقتصاد و التجارة في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.35	0.481
4	يساهم المصرف في اقامة ورش عمل محلية بالتعاون مع كلية الاقتصاد و التجارة في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.35	0.481
5	يساهم المصرف في اقامة ندوات علمية محلية بالتعاون مع الجمعية الليبية للمالية الاسلامية في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.32	0.471
6	يساهم المصرف في اقامة ورش عمل بالتعاون مع الجمعية الليبية للمالية الاسلامية في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.34	0.476
7	يساهم المصرف في اقامة مؤتمرات علمية دولية بالتعاون مع الدول الشقيقة و التي لها تجارب في التمويل الاسلامي	1.34	0.476
8	يساهم المصرف في اقامة ندوات علمية دولية بالتعاون مع الدول الشقيقة و التي لها تجارب في التمويل الاسلامي	1.34	0.476
9	يساهم المصرف في اقامة ورش عمل علمية دولية بالتعاون مع الدول الشقيقة و التي لها تجارب في التمويل الاسلامي	1.34	0.476
10	يساهم المصرف في اقامة ملتقيات علمية دولية بالتعاون مع الدول الشقيقة و التي لها تجارب في التمويل الاسلامي	1.34	0.476
11	يساهم المصرف في اقامة ملتقيات علمية محلية بالتعاون مع كلية الاقتصاد و التجارة في المدينة للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.34	0.476
12	يساهم المصرف في اقامة ملتقيات علمية محلية بالتعاون مع الجمعية الليبية للمالية الاسلامية للتعريف بالتمويل الاسلامي	1.34	0.476
13	يبعث المصرف كوادر علمية متخصصة تقوم بإعطاء محاضرات و نبده عن التمويل الاسلامي المقدم منه في الجامعات و المعاهد و المؤسسات المالية ذات العلاقة	1.35	0.51
الوسائل المرئية و المسموعة و استخدام شبكة الاتصالات المحلية والانترنت			
14	يروج المصرف التمويل الاسلامي عن طريق الاذاعة المرئية	1.42	0.525
15	يروج المصرف التمويل الاسلامي عن طريق الاذاعة المسموعة المحلية	1.42	0.497



دور النواقد الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا  
أ. سميرة أوصيلة، أ. نوري سويسي، قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



0.497	1.42	يروج المصرف التمويل الاسلامي عن طري الرسائل النصية القصيرة لشركة الاتصالات المحلية (ليبيا، المدار)	16
0.489	1.38	يروج المصرف التمويل الاسلامي عن طريق شبكة الانترنت	17
0.52	1.39	لدى المصرف لوحات و شاشات الكترونية للترويج عن التمويل الاسلامي داخل صالة المصرف	18
0.481	1.35	للمصرف بريد الكتروني يرد من خلاله على استفسارات العملاء	19
0.481	1.35	استدعاء الدعاة الاسلاميين لإلقاء المحاضرات من اجل نشر الثقافة الاسلامية في المجتمعات الناشئة	20
الكتب و المجلات و الصحف و المطويات و اللوحات المعدنية			
0.485	1.37	يصدر المصرف كتب علمية يروج من خلالها كل ما هو جديد في مجال الصيرفة الاسلامية و التقليدية	21
0.485	1.37	يصدر المصرف مجلات اقتصادية محلية يروج من خلالها كل ما هو جديد في مجال الصيرفة الاسلامية و التقليدية	22
0.485	1.37	يصدر المصرف مجلات اقتصادية دولية يروج من خلالها كل ما هو جديد في مجال الصيرفة الاسلامية و التقليدية	23
0.517	1.38	يصدر المصرف صحف اسلامية دورية بصفة مستمرة توضح اعماله المصرفية الاسلامية التقليدية	24
0.52	1.39	يصدر المصرف نشرات و تقارير مالية دورية بصفة مستمرة توضح اعماله المصرفية الاسلامية التقليدية	25
0.55	1.41	يوزع المصرف على عملائه مطويات ورقية للتعريف بالتمويل الاسلامي و خدماته المصرفية التقليدية	26
0.672	1.45	يستخدم المصرف اللوحات المعدنية في الاماكن العامة و الطرق العامة للترويج عن التمويل الاسلامي	27
مجال التدريب و إعداد الموظفين			
0.627	4.68	يقوم المصرف بتدريب العاملين بالحاقهم في دورات تدريبية محلية في مجال الصيرفة الاسلامية	28
0.721	3.72	يقوم المصرف بتدريب العاملين بالحاقهم في دورات تدريبية دولية في مجال الصيرفة الاسلامية	29
0.693	1.55	تستضيف ادارة المصرف الدعاة الاسلاميين لإعطاء محاضرات تثقيفية للموظفين في مجال التمويل الاسلامي	30
0.589	4.1	يقوم موظفو المصرف بتوضيح أي شبه أو غموض للعملاء بخصوص التمويل الاسلامي	31
0.505	4.79	يرد موظفو المصرف على استفسارات العملاء مباشرة اثناء ساعات الدوام الرسمي	32

ومن الجدول يتضح أن معظم المتوسط الحسابي لل فقرات في نطاق الخيار (غير موافق) فأقل حيث أن جل المتوسطات الحسابية لكل فقرة من فقرات الاستبيان تقل عن المتوسط (3.4) مما يؤكد قبول الفرضية الصفرية، وأن







الانحراف المعياري العام يساوي (0.38172) و هو ما يدل على تقارب اتجاه اجابات المبحوثين لمؤشرات البحث، من هنا يتضح ان سياسة الترويج للتمويل الاسلامي المتبعة من قبل ادارة المصارف ضعيفة جدا إذ تكاد تكون منعدمة جدا في عدة جوانب مثل: (الورش و الملتقيات و الندوات و المؤتمرات العلمية، الوسائل المرئية و المسموعة و استخدام شبكة الاتصالات المحلية والانترنت، الكتب و المجلات و الصحف و المطويات و اللوحات المعدنية)، أما في مجال التدريب و إعداد الموظفين فقد كانت جيدة الى حد ما حيث كان يتراوح المتوسط الحسابي في حدود (4) وهو ما يعني أن هناك اهتمام واضح من قبل الادارة لإعداد العاملين في هذا المجال (التمويل الاسلامي)، بالإضافة إلى ذلك فإن (t-test) المحسوبة قد بلغت (1.202) وهي تقل عن (t) الجدولية (1.96). وهذا ما يؤكد أيضا قبول وصحة الفرضية الصفرية.

اختبار الفرضية الثالثة:

$H_0$ : لا توجد علاقة وأثر ذو دلالة احصائية للآليات المتبعة من قبل النافذة "سياسة الترويج" على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة.

لاختبار صحة الفرضية فقد استخدم اختبار الانحدار البسيط كما هو موضح بالجدول التالي، وبالنظر إلى الجدول يمكن ملاحظة أن قيمة  $R^2$  (معامل التحديد) تمثل ما قيمته (0.111) وهو ما يبين أن متغير سياسة الترويج ساهم في شرح وتفسير التغيرات الحادثة على مدى اقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي بنسبة (11.1%) و أن ما نسبته (88.9%) توضحه متغيرات أخرى لم يتطرق لها البحث. بالإضافة الى ذلك نلاحظ أن قيمة F والبالغة (8.66) تبين جودة العلاقة بين سياسة الترويج ومدى اقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي وهو ما يوضحه معامل الارتباط R حيث بلغ نسبة (33%)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباط موجبة وطردية بين سياسة الترويج واقبال اصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي، وأن مستوى الدلالة المعنوية قد بلغ (0.004) وهو أقل من (0.05)، وتبعاً لقاعدة القرار فانه تم رفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) مما يدل على أنه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لسياسة الترويج على مدى اقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي.

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار لأثر سياسة الترويج على اقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي

Sig	F	T-test	$R^2$	R	الفرضية الرابعة
0.004	8.655	16.47	0.11	0.33	لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للآليات المتبعة من قبل النافذة "سياسة الترويج" على اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة.





#### رابعاً: النتائج والتوصيات:

أولاً: نتائج البحث: من خلال التحليلات والاختبارات السابقة يتضح ما يلي:

1. يوجد دور فعال للنوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي اذا ما تم الاهتمام من قبل ادارة المصارف بسياسة الترويج التي تتبعها للترويج عن منتجاتها، وهو ما كشفت عنه نتائج الجدول رقم (7).
2. إن تقييم العاملين بالمصارف التجارية لمستوى اقبال أصحاب المشروعات الصغيرة على التمويل الاسلامي كان مرتفعاً جداً، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (4.89) وهو ما اوضحته نتائج الجدول رقم (8).
3. بالنظر الى نتائج الجدول رقم (10) فإننا نلاحظ إن سياسة الترويج للتمويل الاسلامي المتبعة من قبل ادارة المصارف التجارية ضعيفة جداً، وتكاد تكون منعدمة جداً في عدة جوانب منها مثل: (الورش و الملتقيات و الندوات و المؤتمرات العلمية، الوسائل المرئية و المسموعة و استخدام شبكة الاتصالات المحلية والانترنت، الكتب والمجلات والصحف والمطويات واللوحات المعدنية) حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل جانب من جوانب سياسة الترويج من (1.32-1.45) وهي اقل من (3.4)، أما في مجال التدريب و إعداد الموظفين فهي جيدة الى حد ما، حيث كان المتوسط الحسابي لفقرات هذا البعد في حدود (4)، وهو ما يعني أن هناك اهتمام واضح من قبل الادارة لإعداد العاملين في مجال التدريب المهني.
4. كشفت نتائج الجدول رقم (11) أن هناك علاقة وأثر ذو دلالة إحصائية لسياسة الترويج حول اقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي عند مستوى دلالة (0.05)، حيث بلغ معامل الارتباط (33%) مما يعكس جودة العلاقة بين سياسة الترويج وقبال أصحاب المشاريع الصغيرة للتمويل الاسلامي.

#### ثانياً: توصيات البحث:

1. يجب على ادارة المصارف التجارية تعريف المواطنين واصحاب المهن بمهية التمويل الاسلامي وتوضيح أهدافه وذلك بتكثيف الإعلام.
2. نشر ثقافة التمويل الاسلامي في أوساط المجتمع عن طريق إقامة المؤتمرات العلمية والملتقيات والندوات والمعارض، وتقديم النشرات والمحاضرات في التوعية المصرفية الاسلامية في مختلف وسائل الإعلام بشكل متواصل.
3. العمل على انشاء مراكز للمعلومات بين المصارف التجارية والمشروعات الصغيرة والجامعات والجمعيات الاسلامية ومؤسسات المجتمع المدني لتبادل المعلومات وتحديد مدى الجدوى الاقتصادية لهذه المشروعات والتأكد من سلامتها وجدارتها للحصول على التمويل.
4. عمل دراسات مماثلة لمعرفة المعوقات المؤثرة على دور هذه النوافذ في نشر ثقافة التمويل الاسلامي، وذلك لاقتصار هذا البحث على دراسة دور النوافذ الاسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الاسلامي من وجهة نظر العاملين بها.
5. على ادارة المصرف أن تقوي مركزها التنافسي بين المصارف الأخرى وذلك باتباعها سياسة ترويج قوية وفعالة.
6. على إدارة المصارف التجارية تكثيف الدورات التدريبية وورش العمل للرفع والتحسين من كفاءة الموظفين بها.





## قائمة المصادر:

## أولاً: الكتب:

1. النجار، فريد راغب (1982)، إدارة المشروعات الصغيرة والمشروعات المشتركة الجديدة، جامعة الزقازيق، (د.ن).
2. أميمن، عثمان علي؛ السامرائي، بدرية علي (2001)، الاختبار النفسي أسسه ومعالجته الإحصائية، مطابع عصر الجماهير، الخمس، ليبيا.
3. شحاته، حسين حسين (2009)، سلسلة الفكر الاقتصادي الاسلامي، دار النشر للجامعات، القاهرة.
4. هيكل، محمد. (2003)، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر العربية.
5. نشوان، عماد. (2005)، الدليل العلمي لمقرر الاحصاء التطبيقي "5263"، منشورات جامعة القدس المفتوحة، ليبيا.

## ثانياً: الرسائل والدوريات:

1. أبو شنب، سامح عبد الكريم محمود (2015)، دور التمويل الاسلامي في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (45)، الأردن، جامعة الشرق الاوسط.
2. الجويفل، محمود سلامة سليمان (2013)، دور البنوك الاسلامية في تمويل المنشآت الأردنية الصغيرة والمتوسطة الحجم، رسالة ماجستير منشورة، الاردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال.
3. الرميضي، يوسف سعود مبارك (2019)، المشاريع الصغرى "دراسة في المفهوم والمعايير الدولية والقوانين العربية"، مجلة الحكمة، أبريل.
4. المللي، قمر (2015)، المعوقات التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية، رسالة ماجستير منشورة، سورية، دمشق، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد.
5. عبد الفتاح، محمد سمح محمد (2012)، واقع التمويل في المشروعات الصغيرة "دراسة ميدانية محافظة سلفيت"، رسالة ماجستير منشورة، فلسطين، القدس، جامعة القدس، كلية الدراسات العليا.
6. عبيدة، صالح رجب (2015)، تفعيل الدور التنموي للصناعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا، مجلة آفاق اقتصادية، العدد (2)، ليبيا، الخمس، جامعة المرقب، كلية الاقتصاد والتجارة.
7. فرحان، محمد عبد المجيد محمد (2003)، التمويل الاسلامي للمشروعات الصغيرة "دراسة لاهم مصادر التمويل"، رسالة ماجستير منشورة، الأردن، عمان، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.
8. مركز الدراسات والأبحاث (2014)، المشروعات الصغيرة والمتوسطة في فلسطين، فلسطين، منتدى الأعمال الفلسطيني.
9. نصر، عبد الكريم (2010)، نحو سياسات محفزة لتوفير التمويل المناسب لمنشآت الأعمال الصغيرة والمتوسطة الفلسطينية، بحث منشور، فلسطين، رام الله، معهد البحوث والسياسات الاقتصادية الفلسطينية - مارس.

## ثالثاً: المؤتمرات والندوات العلمية:

1. الحكيم، منير سليمان (2003)، دور المصارف الاسلامية في تمويل المشروعات الصغيرة، الملتقى السادس للأكاديمية للعلوم المالية والمصرفية، الاردن، عمان.
2. الشويرف، محمد عمر؛ البيصاص، نجاح الطاهر (2017)، المشروعات الصغيرة ودورها في تشغيل العمالة في ليبيا، المؤتمر العلمي الأول "المشروعات الصغيرة في ليبيا رؤية جديدة لتنمية مصادر الدخل"، البيضاء، جامعة عمر المختار، كلية الاقتصاد.
3. أوصيلة، سميرة حسين (2018)، المشروعات الصغيرة والمتوسطة من المفهوم إلى التطبيق، ورشة عمل ضمن فعاليات معرض زليتن للصناعات. ليبيا، زليتن، غرفة التجارة والصناعة والزراعة مكتب زليتن.

دور النوافذ الإسلامية بالمصارف التجارية في نشر ثقافة التمويل الإسلامي لأصحاب المشروعات الصغيرة في ليبيا  
أ. سميرة أوصيلة، أ. نوري سويسي، قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



4. أوصيلة، سميرة حسين؛ الطوير، اسماعيل محمد (2019)، ليبيا تمكين (واقع المشروعات الصغيرة ومقومات نجاحها)، ورقة علمية مقدمة بالمؤتمر الاول لدور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي، ليبيا، مصراته، جامعة مصراته، غرفة التجارة والصناعة والزراعة مصراته، خلال الفترة 21-22 سبتمبر.

5. جبريل، وائل محمد (2017)، "واقع رأس المال البشري في المصرف التجاري الوطني من وجهة نظر الموظفين بالإدارة العامة في مدينة البيضاء"، ورقة علمية مقدمة بالمؤتمر الدولي الأول، بعنوان السياسات الاقتصادية ومستقبل التنمية المستدامة في ليبيا، الخمس، جامعة المرقب، كلية الاقتصاد والتجارة، خلال الفترة 11-13 ديسمبر.

رابعا: القوانين:

القانون رقم (1) لسنة 2013م بشأن منع المعاملات الربوية.

خامسا: المواقع الالكترونية:

[www.Nwf.com](http://www.Nwf.com)

[www. AL Hikmah Journal. com](http://www.ALHikmahJournal.com)

