

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير إدارة الأعمال



" دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك
الإسلامية "

**“The Role of Artificial Intelligence in Improving the
Quality of Banking Services in Islamic Banks”**

إعداد الطالب / عيسى سالم آل إبراهيم

الرقم الجامعي / 243001253

إشراف

د. فايز جراد

د. الفیصل عبد الحمید

العام الدراسي

2025

مقدمة

إنَّ عواصف التحوّل الرقمي تعصف بعالمنا المعاصر، وتعيد تشكيل الصناعات، بل وتعيد تعريف نسيج العمل المؤسسي برُمّته. وفي قلب هذه الزوبعة التكنولوجية، يطلُّ الذكاء الاصطناعي، لا مجرد أداة عابرة، بل قوةً دافعةً للتغيير، واعدًا بمستويات غير مسبقة من الكفاءة، والتخصيص، والإبداع. ويقف القطاع المصرفي، حجر الزاوية في الاستقرار المالي العالمي، في بؤرة هذه الثورة، متصارعًا مع حتمية تبني الذكاء الاصطناعي، مع اجتياز متاهة معقدة من العقبات التنظيمية، والمعضلات الأخلاقية، والتوقعات المتطورة للعملاء.

غير أنَّ هذه الرواية العالمية تتراكم عليها رؤية فريدة: رؤية الصيرفة الإسلامية. فبتجذرها في مبادئ الشريعة السمحاء، تعمل هذه المؤسسات وفقًا لنموذج أخلاقي ومالي متميّز، يحظر الربا، ويشجع تقاسم المخاطر، ويُعلي شأن السلوك الأخلاقي القويم. وضمن هذا الإطار، يتبدّى اندماج الذكاء الاصطناعي بمثابة مفارقة آسرة: تكنولوجيا بالغة القدرة، تفيض بالإمكانات الكامنة، ولكنها تتطلب معايير دقيقة لضمان التوافق مع القيم الدينية والأخلاقية الراسخة. وتتطلق هذه الأطروحة في رحلة لاستكشاف هذا التقاطع بين التقنية والتراث، باحثًا في الدور المتعدد الأوجه للذكاء الاصطناعي في الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية داخل البنوك الإسلامية. ليس هذا مجرد استكشاف تقني؛ بل هو استقصاء لكيفية تسخير الإبداع دون المساس بالركائز الأساسية للتمويل الإسلامي.

يشهد الذكاء الاصطناعي تحولات سريعة في المشهد المالي العالمي، ولا تشكل البنوك الإسلامية استثناءً من هذا التحول. تكمن إمكانات الذكاء الاصطناعي في قدرته على تعزيز جودة الخدمات المصرفية من خلال تطبيقات متنوعة. تشمل هذه التطبيقات تحسين إدارة المخاطر باستخدام نماذج تنبؤية متطابقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وتقديم خدمة عملاء مخصصة عبر روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي التي تقدم نصائح مالية فورية ومتوافقة أخلاقيًا، وتبسيط الكفاءة التشغيلية من خلال العمليات الآلية التي تقلل التكاليف وتعزز الدقة في مجالات مثل حساب الزكاة وتوزيع الأرباح. علاوة على ذلك، يمكن للذكاء الاصطناعي تسهيل تطوير منتجات وخدمات مالية مبتكرة متوافقة مع الشريعة، مما يعزز انتشار التمويل الإسلامي في أسواق جديدة وشرائح عملاء أوسع. ومع ذلك، يتطلب التكامل الناجح للذكاء الاصطناعي مراعاة دقيقة للتداعيات الأخلاقية، ومخاوف خصوصية البيانات، والحاجة إلى الحفاظ على الالتزام بالمبادئ الأساسية للتمويل الإسلامي، بما يضمن العدالة والشفافية والمساءلة في جميع العمليات المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

تستكشف هذه الرسالة الدور المتطور للذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية داخل البنوك الإسلامية. تبحث الدراسة كيفية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتعزيز مجالات رئيسية مثل إدارة المخاطر، وخدمة العملاء، وكفاءة العمليات، وتطوير المنتجات، مع الحفاظ على التزامها بمبادئ التمويل الإسلامي. تهدف هذه الأطروحة إلى تجاوز التقييم التكنولوجي البحت والغوص في الاعتبارات الأخلاقية والتنظيمية والشرعية التي تعد أساسية لنجاح تكامل الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية. من خلال تحليل التطبيقات الحالية، وتحديد الفوائد والمخاطر المحتملة، واقتراح أطر لتوظيف الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول، تسعى هذه الدراسة إلى الإسهام في فهم أعمق لكيفية استفادة البنوك الإسلامية من قوة الذكاء الاصطناعي لخدمة عملائها بشكل أفضل، وتعزيز الشمول المالي، والحفاظ على القيم الأساسية للتمويل الإسلامي في العصر الرقمي.

مشكلة الدراسة

يشهد النقاء التكنولوجي والتمويل تحولات جذرية تعيد تشكيل ملامح الصناعة المصرفية العالمية، حيث يبرز الذكاء الاصطناعي كقوة تحويلية واعدة لتعزيز الكفاءة، وتحسين تجربة العملاء، ودفع عجلة الابتكار عبر مجموعة واسعة من الخدمات المالية. في حين أن تبني الذكاء الاصطناعي في البنوك التقليدية قد تم توثيقه على نطاق واسع، فإن تطبيقه في سياق البنوك الإسلامية، التي تعمل وفق مبادئ الشريعة الإسلامية، يطرح فرصاً كبيرة وتحديات معقدة. تعمل البنوك الإسلامية في إطار أخلاقي وقانوني فريد يركز على العدالة والشفافية والمسؤولية الاجتماعية، مما يتطلب مراعاة دقيقة للتداعيات الأخلاقية والقانونية للتطورات التكنولوجية.

في حين أن الفوائد المحتملة للذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي مُسلّم بها على نطاق واسع، إلا أن تطبيقه في السياق الإسلامي لا يزال في طور التكوين. وثمة فجوة واضحة في فهم الكيفية التي يمكن بها نشر الذكاء الاصطناعي استراتيجياً للتصدي للتحديات والفرص المحددة التي تواجهها البنوك الإسلامية. علاوة على ذلك، تستكشف أبحاث محدودة العوامل الرئيسية التي تؤثر في النجاح في تبني الذكاء الاصطناعي، مع مراعاة الجوانب التقنية والمتوافقة مع الشريعة. إنَّ الافتقار إلى الوضوح يعيق اتخاذ القرارات المستنيرة، وربما يخنق الابتكار داخل القطاع.

السؤال البحثي الرئيسي الذي يوجه هذه الدراسة هو: كيف يمكن للبنوك الإسلامية أن تدمج الذكاء الاصطناعي بشكل فعال لتعزيز جودة خدماتها مع الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية والمعايير الأخلاقية؟

أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

الأكاديميون: تساهم هذه الأطروحة في المجموعة المتنامية من المعرفة حول الذكاء الاصطناعي في التمويل، وتحديدًا معالجة التحديات والفرص الفريدة في السياق الإسلامي.

يمكن أن تساهم نتائج الدراسة في تطوير أطر نظرية جديدة حول كيفية تطبيق الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية بشكل يراعي القيم والمبادئ الإسلامية.

تشكل هذه الدراسة أساسًا قويًا للباحثين الراغبين في إجراء دراسات مستقبلية حول هذا الموضوع، حيث توفر لهم معلومات قيمة حول التحديات والفرص والتطبيقات المحتملة للذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية.

الأهمية العملية:

البنوك الإسلامية: ستوفر النتائج رؤى قابلة للتنفيذ لتوجيه استراتيجيات الذكاء الاصطناعي الخاصة بها، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز تجارب العملاء، وضمان الامتثال لأحكام الشريعة الإسلامية.

الجهات التنظيمية: سيستفيد من البحث في تطوير أطر تنظيمية مناسبة تعزز الابتكار مع الحفاظ على سلامة النظام المالي الإسلامي.

العملاء: من خلال تعزيز التبني المسؤول للذكاء الاصطناعي، يمكن لهذا البحث أن يؤدي في النهاية إلى تحسين الخدمات المالية وزيادة الشمول المالي للمجتمعات الإسلامية في جميع أنحاء العالم.

تأهيل الكوادر البشرية: يمكن أن تساعد نتائج الدراسة البنوك الإسلامية في تطوير برامج تدريبية وتأهيلية للكوادر البشرية، لتمكينهم من التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي والاستفادة منها في عملهم.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف هذه الرسالة فيما يلي:

1. تحديد وتحليل التطبيقات المختلفة للذكاء الاصطناعي التي يمكن أن تعزز جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية.
2. دراسة دور الذكاء الاصطناعي في ضمان الامتثال لأحكام الشريعة الإسلامية في مختلف العمليات المصرفية.
3. التحقيق في التحديات والفرص المرتبطة بتبني الذكاء الاصطناعي في قطاع الصيرفة الإسلامية.
4. تطوير إطار عمل لحوكمة مسؤولة للذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية، مع معالجة الاعتبارات الأخلاقية والتنظيمية.
5. تقديم توصيات عملية للبنوك الإسلامية لدمج الذكاء الاصطناعي بشكل فعال في عملياتها، وتعزيز الابتكار وضمان الاستدامة على المدى الطويل.

تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الرسالة إلى الإجابة عن أسئلة البحث الرئيسية التالية:

1. ما هي التطبيقات المحددة للذكاء الاصطناعي التي تتطوي على أكبر إمكانات لتحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية؟
2. كيف يمكن الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لضمان الامتثال لأحكام الشريعة الإسلامية في مختلف العمليات المصرفية (مثل تطوير المنتجات، وإدارة المخاطر، والتدقيق)؟
3. ما هي التحديات الرئيسية (التقنية، والأخلاقية، والتنظيمية، والثقافية) التي تعيق الانتشار الواسع للذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية؟

4. كيف يمكن للبنوك الإسلامية تطوير أطر حوكمة قوية للتخفيف من المخاطر المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، بما في ذلك خصوصية البيانات، والتحيز الخوارزمي، وفقدان الوظائف؟
5. ما هي الاستراتيجيات التي يمكن توظيفها لتعزيز ثقافة الابتكار والتعاون داخل البنوك الإسلامية، وتشجيع التطوير والنشر المسؤولين للذكاء الاصطناعي؟

فرضيات الدراسة

- يوجد أثر دال احصائياً عند مستوى 0.05 لتطبيق الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية؟
- يوجد أثر دال احصائياً عند مستوى 0.05 لتطبيق الذكاء الاصطناعي على تطوير العمليات المصرفية في البنوك الإسلامية؟
- يوجد أثر دال احصائياً عند مستوى 0.05 لتطبيق الذكاء الاصطناعي على إدارة المخاطر المصرفية في البنوك الإسلامية؟
- يوجد أثر دال احصائياً عند مستوى 0.05 لتطبيق الذكاء الاصطناعي على عمليات التدقيق المصرفي في البنوك الإسلامية؟

الدراسات السابقة

دراسة دياب (2022) بعنوان: "دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية"

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين أداء الخدمات المصرفية، مع التركيز على دوره في تعزيز كفاءة العمليات المصرفية ورضا العملاء. تم اعتماد منهج وصفي تحليلي لتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة شملت 50 موظفًا من بنك ناصر الاجتماعي، بالإضافة إلى تحليل آراء 200 عميل من مستخدمي الخدمات المصرفية الذكية. تم اختيار العينة بشكل عشوائي لضمان تمثيلها لمختلف الفئات العمرية والمهنية.

توصلت الدراسة إلى أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي أدى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة، خفض التكاليف التشغيلية، تقليل المخاطر، وزيادة الإيرادات. كما ساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف من خلال تقديم خدمات مبتكرة مثل البطاقات الذكية، النقود الإلكترونية، والشبكات الرقمية. وقد أظهرت النتائج أن استخدام القنوات المصرفية المتعددة، مثل الصراف الآلي، الهواتف المحمولة، والشاشات الرقمية، ساهم بشكل كبير في تحقيق رضا العملاء وتلبية احتياجاتهم المتغيرة.

انطلاقاً من هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي على نطاق أوسع في القطاع المصرفي، مع التركيز على تطوير البرامج الحالية وتدريب العاملين على استخدامها بكفاءة. كما اقترحت الدراسة عقد ورش عمل تدريبية منتظمة لموظفي البنوك لتمكينهم من التعامل مع التقنيات الحديثة بشكل فعال، مما يساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمصارف وضمان استمراريتها في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة.

دراسة مبروك وزكي (2022) بعنوان: "توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة المؤسسات المالية الإسلامية"

الهدف الرئيس من هذه الدراسة، استكشاف إمكانيات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة المؤسسات المالية الإسلامية. تناولت الورقة البحثية تحدياً رئيسياً يواجه البنوك الإسلامية، وهو بطء عملية اعتماد المنتجات والخدمات من قبل هيئات الرقابة الشرعية، مما يؤثر سلباً على قدرتها التنافسية مقارنة بالبنوك التقليدية.

اعتمد الباحث منهجية تحليلية استقرائية، حيث قام بدراسة الوضع الراهن للبنوك الإسلامية واستقراء إمكانيات تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملياتها. لم تتضمن الدراسة عينة محددة، بل ركزت على تقديم رؤية تطبيقية شاملة لتطوير منظومة ذكية لدعم اتخاذ القرارات في المؤسسات المالية الإسلامية.

سعت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف، أبرزها: تقديم حلول عملية لتسريع عملية الموافقة على المنتجات المالية الإسلامية، وتطوير آلية لدمج معايير هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (أيوفي) في منظومة ذكية، وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك الإسلامية من خلال رفع كفاءتها التشغيلية.

قدمت الورقة البحثية مجموعة من التوصيات والمقترحات الهامة، منها: تشكيل فريق عمل ثلاثي يضم بنوكًا إسلامية وشركة تكنولوجيا متخصصة في الذكاء الاصطناعي وهيئة أيوفي، لتطوير منظومة ذكية لاتخاذ القرارات. كما اقترحت الدراسة تطوير هذه المنظومة على أساس المنتجات البنكية، مع إمكانية مشاركة التكاليف والفوائد بين البنوك المشاركة. وأخيرًا، أوصت الدراسة باستقطاب العلماء والباحثين لإثراء المنظومة بخلاصة أبحاثهم، مما يساهم في تطوير صناعة المالية الإسلامية ككل.

دراسة مسلوب والعلي (2022) بعنوان: "دور الذكاء الاصطناعي في العمليات المصرفية الإلكترونية - الرؤية والتحديات"

تناولت هذه الدراسة موضوعًا حيويًا في مجال المالية الإسلامية، حيث سعت إلى استكشاف سبل الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز أداء المؤسسات المالية الإسلامية. تمحورت أهداف البحث حول إيجاد حلول مبتكرة لتحسين كفاءة عمليات الموافقة على المنتجات المالية الإسلامية، وتطوير آليات ذكية لدمج معايير هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (أيوفي) في صلب العمليات المصرفية.

اعتمد الباحث منهجية تحليلية استشرافية، حيث قام بدراسة الواقع الحالي للبنوك الإسلامية واستقراء إمكانيات تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملياتها. لم تشمل الدراسة عينة محددة، بل ركزت على تقديم رؤية شمولية لتطوير منظومة ذكية لدعم اتخاذ القرارات في المؤسسات المالية الإسلامية.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات الجوهرية، أبرزها: تشكيل فريق عمل ثلاثي الأبعاد يجمع بين خبرات البنوك الإسلامية، وشركات التكنولوجيا المتخصصة في الذكاء الاصطناعي، وهيئة أيوفي. هدف هذا الفريق تطوير منظومة ذكية لاتخاذ القرارات تستند إلى معايير أيوفي مع مراعاة الإجراءات التنفيذية للبنوك. كما اقترحت الدراسة بناء هذه المنظومة على أساس المنتجات البنكية الشاملة، مع إمكانية تقاسم تكاليف التطوير وفوائده بين البنوك المشاركة.

أوصت الدراسة أيضًا باستقطاب العلماء والباحثين لإثراء المنظومة بخلاصة أبحاثهم، مما يساهم في تحويلها إلى منصة معرفية متكاملة تعكس نضج صناعة المالية الإسلامية. هذه الرؤية التطبيقية تفتح آفاقًا جديدة لتطوير العمل المصرفي الإسلامي، وتمهد الطريق لثورة تكنولوجية في مجال الخدمات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، مما يعزز قدرتها التنافسية في السوق العالمية.

دراسة المطيري (2022) بعنوان: "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية"

تناولت هذه الدراسة قياس أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في المصارف الإسلامية السعودية. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة شملت (200) عميلاً من مستخدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية في عدد من المصارف الإسلامية السعودية. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الإسلامية السعودية كانت مرتفعة بشكل عام، كما تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء.

بينت النتائج أيضاً أن كل بعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) كان له تأثير إيجابي واضح على رضا العملاء، مما يؤكد أهمية هذه الأبعاد في تعزيز تجربة العملاء وولائهم للمصارف الإسلامية. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة حفاظ المصارف الإسلامية السعودية على المستوى المرتفع لجودة خدماتها المصرفية الإلكترونية، مع ضرورة مراقبتها بشكل دوري لضمان استمرارية التطوير والتحسين. كما اقترحت الدراسة إجراء مزيد من الأبحاث المستقبلية حول جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال إضافة أبعاد أخرى لم يتم تناولها في هذه الدراسة، مثل التفاعلية والابتكار في الخدمات، وذلك لتوسيع نطاق الفهم وتحسين الممارسات المصرفية في هذا المجال.

دراسة AL-ARAJ وآخرون (2022) بعنوان:

"The Effect of Artificial Intelligence on Service Quality and Customer Satisfaction in Jordanian Banking Sector"

تسلط الضوء على أهمية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل البنوك الأردنية وعلاقتها برضا العملاء، كان هدف هذه الدراسة. تم إجراء مراجعة شاملة للأدبيات السابقة حول التطبيقات الحديثة للذكاء الاصطناعي وتأثيرها على القطاع المصرفي، مع التركيز على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز تجربة العملاء والموظفين من خلال تطبيقات مثل فحص الدرجات الائتمانية، التنبؤ

بفشل الأنظمة، كشف الاحتيال، تقييم مخاطر السيولة، وتقييم ولاء العملاء. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم جمع البيانات من خلال استبانة وزعت على 270 عميلاً من قطاع البنوك في الأردن، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS مع الاعتماد على تحليل العوامل الاستكشافي (EFA) لتقييم جودة الخدمة ورضا العملاء.

أظهرت النتائج أن النموذج المعدل لـ SERVQUAL استخرج خمسة أبعاد رئيسية بدلاً من الثمانية الأبعاد في النموذج الأصلي، وهي: الملموسية، الضمان، الاعتمادية، الاستجابة، والتعاطف. كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة إحصائية ذات دلالة بين الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات ورضا العملاء. وأكدت الدراسة أن النموذج المعدل لـ SERVQUAL يسهم بشكل فعال في فهم وتحسين رضا العملاء في القطاع المصرفي.

أوصت الدراسة في ضوء هذه النتائج، بضرورة تحقيق توازن مثالي بين الوكلاء الافتراضيين (الذكاء الاصطناعي) والوكلاء البشريين في البنوك الأردنية، بما يتوافق مع متطلبات العملاء وتفضيلاتهم. كما اقترحت الدراسة تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي مع مراعاة الجوانب المتعلقة بتصورات العملاء الأردنيين. وأخيراً، دعت الدراسة إلى إجراء مزيد من الأبحاث المستقبلية لاستكشاف تأثير الذكاء الاصطناعي على أبعاد أخرى لجودة الخدمات المصرفية، مع التركيز على التطبيقات العملية التي تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

دراسة Rahman وآخرون (2023) بعنوان:

“Adoption of artificial intelligence in banking services: an empirical analysis”

سعت هذه الدراسة الرائدة إلى استكشاف أهمية وتحديات تبني الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي المالي، وتحديد العوامل المؤثرة على نية المستهلكين لاعتماد هذه التقنية في الخدمات المصرفية. اعتمد الباحثون منهجية مختلطة جمعت بين البحث النوعي والكمي، حيث تضمن الجزء النوعي إجراء مقابلات معمقة مع مسؤولين في الصناعة المصرفية، بينما شمل الجزء الكمي تحليل 302 استبيان تم جمعها من عملاء البنوك الماليزية باستخدام برنامج SmartPLS 3.0.

كشفت النتائج النوعية أن الذكاء الاصطناعي أداة أساسية لكشف الاحتيال ومنع المخاطر. وحددت التحديات الرئيسية في غياب المتطلبات التنظيمية، وقضايا خصوصية البيانات وأمنها، ونقص المهارات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات. أما النتائج الكمية فأظهرت أن الموقف تجاه الذكاء الاصطناعي، والفائدة المدركة،

والمخاطر المدركة، والثقة المدركة، والمعايير الذاتية تؤثر بشكل كبير على نية تبني الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية.

تم اقتراح عدة توصيات في ضوء هذه النتائج: أولاً، ضرورة تطوير إطار تنظيمي شامل لتبني الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي. ثانياً، تعزيز الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وتدريب الموظفين على المهارات اللازمة. ثالثاً، تطوير استراتيجيات لزيادة ثقة العملاء في تقنيات الذكاء الاصطناعي وتوعيتهم بفوائدها. رابعاً، إنشاء منصة لتبادل الخبرات والممارسات الناجحة في مجال تطبيق الذكاء الاصطناعي بين البنوك الماليزية.

تميزت هذه الدراسة بكونها من الأبحاث الأولى التي تستكشف أهمية وتحديات تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية الماليزية، وتحدد العوامل الأساسية المؤثرة على نية تبني هذه التقنية. وقد قدمت رؤى قيمة لصانعي السياسات في الصناعة المصرفية لمعالجة تحديات تبني الذكاء الاصطناعي وتعزيز استخدامه بشكل فعال.

دراسة غوانمة وآخرون (2023) بعنوان: "أثر نظم الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الأردنية"

بحثت هذه الدراسة في إمكانية تطبيق نظم الذكاء الاصطناعي في المصارف الإسلامية الأردنية، مع التركيز على أثر هذه النظم في تحسين جودة الخدمات المصرفية. شملت الدراسة ثلاث مؤسسات مصرفية هي: المصرف الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار، والمصرف العربي الإسلامي الدولي، ومصرف صفوة الإسلامي. تمثلت عينة الدراسة في 150 موظفاً يعملون في هذه المصارف، حيث تم جمع البيانات من خلال استبانة صممت لقياس أبعاد الذكاء الاصطناعي الثلاثة (النظم الخبيرة، تمثيل المعارف والاستدلال، والتعلم التلقائي) كمتغير مستقل، وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، الملموسية) كمتغير تابع.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، حيث تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة عبر برنامج SPSS. أظهرت النتائج أن نظم الذكاء الاصطناعي لها تأثير إيجابي كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث ساهمت في تعزيز الاعتمادية، سرعة الاستجابة، التعاطف مع العملاء، ضمان

الأمان، وتحسين الجوانب الملموسة للخدمات. كما أكدت النتائج على أهمية هذه النظم في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية.

أوصت الدراسة في ضوء هذه النتائج، بضرورة تبني المصارف الإسلامية لأحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي، والعمل على تطوير بنيتها التحتية التكنولوجية لمواكبة التوجه العالمي نحو الرقمنة والأتمتة. كما اقترحت الدراسة عقد برامج تدريبية مكثفة للعاملين في القطاع المصرفي لتمكينهم من استخدام هذه التقنيات بكفاءة، مما يساهم في تعزيز مكانة المصارف الإسلامية في السوق الأردني وزيادة حصتها السوقية. وأخيراً، أكدت الدراسة على أهمية الاستمرار في تطوير الخدمات المصرفية المبتكرة لجذب المزيد من العملاء وتحقيق النمو المستدام في ظل المنافسة الشديدة.

دراسة طيبي ومولاي (2023) بعنوان: "أثر الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة البنوك التجارية ولايتي البيض/تيارت)"

تمثلت أهداف هذه الدراسة في استكشاف دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مع التركيز على أبعادها الرئيسية وهي (الملموسية، الاستجابة، الأمان، الاعتمادية). ولتحقيق هذا الهدف، تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 100 موظف يعملون في البنوك التجارية في ولايتي البيض وتيارت بالجزائر. اعتمدت الدراسة على منهجية تحليل العوامل التوكيدي (Confirmatory Factor Analysis) باستخدام برنامجي Amos v23 و SPSS V25 لاختبار الفرضيات وتحليل البيانات.

أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية، حيث ساهم بشكل ملحوظ في تحسين الأبعاد الأربعة للجودة (الملموسية، الاستجابة، الأمان، الاعتمادية). كما أكدت النتائج على أهمية الذكاء الاصطناعي في تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية ورفع مستوى رضا العملاء.

في ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بالاستفادة من التجارب الدولية الناجحة في مجال تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية. كما اقترحت الدراسة ضرورة تبني البنوك التجارية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل أوسع، مع التركيز على تدريب العاملين على استخدام هذه التقنيات لضمان تحقيق أقصى استفادة منها. وأخيراً، دعت الدراسة إلى إجراء مزيد من الأبحاث المستقبلية.

دراسة حمودي وعوينان (2023) بعنوان: "دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات الصيرفة الإلكترونية -دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري-"

مع التقدم السريع في الأدوات المتطورة، ظهر اتجاه متزايد نحو استخدام التقنيات الحديثة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء في الخدمات المصرفية. هدفت الدراسة إلى استكشاف دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز خدمات الصيرفة الإلكترونية. تم تطبيق هذه الدراسة على بنك القرض الشعبي الوطني، حيث تم استخدام منهج شامل يعتمد على تحليل الخدمات المقدمة من خلال الصيرفة الإلكترونية مثل E-Banking، الدفع عبر الإنترنت، وخدمة Mobile CPA. كما تمت دراسة القنوات التي تمكن من إجراء المعاملات المصرفية مثل الصيرفة عبر الصراف الآلي.

تم توزيع الاستبيانات على عينة من العاملين في بنك القرض الشعبي الوطني، حيث تم تجميع البيانات من خلال استبيانات تم توزيعها إلكترونياً. كانت العينة مكونة من عدد من الموظفين الذين يتعاملون بشكل مباشر مع خدمات الصيرفة الإلكترونية.

أظهرت النتائج أن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنك يساهم في تحسين الخدمات المصرفية من خلال توفير خدمات أكثر سلاسة وفعالية للمستخدمين. ومع ذلك، أظهرت الدراسة عدم توفر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنك، مما يشير إلى فرص للتحسين المستقبلي.

أوصت الدراسة بضرورة تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بنك القرض الشعبي الوطني لتعزيز تجربة العملاء وتحسين كفاءة الخدمات المصرفية. كما تم التأكيد على أهمية الاستثمار في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لتطوير خدمات الصيرفة الإلكترونية وتحقيق مزيد من الفعالية التشغيلية. بالإضافة إلى ذلك، أوصت الدراسة بضرورة توفير الدعم الفني والمالي اللازم لتحقيق هذه الأهداف.

دراسة Rabbani وآخرون (2023) بعنوان:

“Role of artificial intelligence in moderating the innovative financial process of the banking sector: a research based on structural equation modeling”

سعت هذه الدراسة الرائدة إلى استكشاف الدور الوسيط للذكاء الاصطناعي في العلاقة بين العمليات المالية المبتكرة للبنوك وحصتها السوقية. اعتمد الباحثون منهجية كمية دقيقة، حيث استخدموا برامج SPSS و SmartPLS لتحليل البيانات التي تم جمعها. تم تطبيق تقنيات نمذجة المعادلات الهيكلية، بما في ذلك نموذج القياس، والتحميل الخارجي، والصلاحية التقاربية، والصلاحية التمييزية، وتقديرات SEM.

ركزت الدراسة على عينة من البنوك الباكستانية المبتكرة، وتحديدًا بنك Silkbank الذي تم اختياره كأكثر البنوك ابتكارًا في باكستان. تم توزيع 200 استبيان على فروع البنك المختلفة في جميع أنحاء البلاد، واستجاب 154 مشاركًا بشكل كامل، مما يعكس معدل استجابة مرتفع.

كشفت النتائج الأولية عن موثوقية وصلاحية العوامل والبنىات. وخلصت الدراسة إلى أن العمليات المالية المبتكرة تلعب دورًا حيويًا في تعزيز الحصة السوقية للبنوك. ومع ذلك، لم يظهر الذكاء الاصطناعي تأثيرًا وسيطًا كبيرًا في هذه العلاقة كما كان متوقعًا.

قدم الباحثون عدة توصيات لصانعي السياسات في القطاع المصرفي الباكستاني. أبرزها ضرورة تحديث أنظمة العمليات المالية من خلال الابتكار، وزيادة الوعي باستخدام الذكاء الاصطناعي بين الموظفين والعملاء على حد سواء. كما اقترحوا توسيع نطاق البحث المستقبلي ليشمل نموذجًا مقارنًا بين البنوك الإسلامية والتجارية، وزيادة حجم العينة لتشمل المزيد من المؤسسات المالية المبتكرة، مما قد يكشف عن تأثير أكبر للذكاء الاصطناعي. فتحت هذه الدراسة آفاقًا جديدة لفهم دور الابتكار والتكنولوجيا في تطوير القطاع المصرفي، وتقدم رؤى قيمة للباحثين وصانعي السياسات على حد سواء.

دراسة صقر واسماعيل (2024) بعنوان: "دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات الرقمية "دراسة تطبيقية"

سعت الدراسة إلى استكشاف الدور الحيوي للذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة الخدمات الرقمية التي تقدمها البنوك التجارية المصرية. في ظل التحول الرقمي العالمي، برزت أهمية القطاع المصرفي كمحرك رئيسي للنمو الاقتصادي. اعتمد الباحثون على منهجية كمية، حيث تم توزيع استبيانات على عينة من 384 عميلًا من عملاء البنوك التجارية المصرية، وحققت نسبة استجابة بلغت 84%.

كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية قوية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة الخدمات الرقمية المصرفية. كما أظهرت ارتباطاً طردياً بين أبعاد الذكاء الاصطناعي المختلفة وجودة الخدمات الرقمية المقدمة.

في ضوء هذه النتائج، قدم الباحثون توصيات عملية لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي المصري. أبرز هذه التوصيات كانت حث الإدارات العليا على المتابعة المستمرة لأحدث تطورات

تقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك لتوظيفها في تحسين جودة الخدمات الرقمية. كما أكدت الدراسة على ضرورة توفير إطار قانوني يضمن الاستخدام الآمن لهذه التقنيات.

اقترح الباحثون أيضاً وضع استراتيجيات شاملة لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمليات المصرفية، مع التركيز على تطوير أنظمة مرنة قابلة للتطوير المستمر. هذه الخطوات من شأنها أن تعزز قدرة البنوك التجارية المصرية على مواكبة التطورات التكنولوجية العالمية وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة في العصر الرقمي.

دراسة الحبيشي (2024) بعنوان: "الرقمنة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية"

استكشفت هذه الدراسة دور التحول الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز أداء المصارف الإسلامية، حيث نتيجة للتطور السريع والمستمر في التقنيات الحديثة، ظهرت برامج الذكاء الاصطناعي التي تعتمد على تقنيات متطورة، مما ساعد على ابتكار وسائل وأساليب جديدة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم اعتماد منهج وصفي تحليلي، حيث تم جمع البيانات من خلال استبانات وزعت على عينة من العاملين في عدد من المصارف الإسلامية، مع التركيز على تحليل تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية.

توصلت الدراسة إلى أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجالات متعددة من الخدمات المصرفية ساهم بشكل كبير في تطوير أداء المصارف الإسلامية، وذلك من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة، التحكم في التكاليف، زيادة الإيرادات، ورفع مستوى المنافسة. كما أظهرت النتائج أن استخدام التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في الخدمات المصرفية ساعد على تحقيق رضا العملاء وجذب المزيد منهم.

من خلال هذه النتائج، أوصت الدراسة بضرورة تعميم تطبيقات الذكاء الاصطناعي على نطاق أوسع في القطاع المصرفي الإسلامي، مع التركيز على تطوير البنية التحتية التكنولوجية لمواكبة التوجه العالمي نحو الرقمنة. كما اقترحت الدراسة عقد برامج تدريبية مكثفة للعاملين في المصارف لتمكينهم من استخدام هذه التقنيات بكفاءة، مما يساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمصارف وضمان استمراريتها في سوق يتسم بالمنافسة الشديدة. وأخيراً، دعت الدراسة إلى إجراء مزيد من الأبحاث المستقبلية لاستكشاف أبعاد أخرى لتأثير الذكاء الاصطناعي على القطاع المصرفي الإسلامي.

دراسة مهدي (2022) بعنوان: "واقع استخدام البنوك الإسلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي مع الإشارة إلى بنك السلام الجزائر أنموذجاً"

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على فعالية أساليب التسويق الرقمي في المؤسسات المصرفية الإسلامية والتقليدية. تمحورت إشكالية البحث حول فهم كيفية تأثير القدرات المتعددة للذكاء الاصطناعي على استراتيجيات التسويق الرقمي في القطاع المصرفي. اعتمد الباحثون منهجية مزدوجة، جمعت بين المنهج الوصفي لعرض المفاهيم العامة المتعلقة بالتسويق الإلكتروني والذكاء الاصطناعي، والمنهج التحليلي لتحليل البيانات والأرقام الواردة في البحث.

اتخذت الدراسة من مصرف السلام الجزائر حالة دراسية لقياس واقع استخدام تطبيقات الذكاء الاقتصادي في التسويق الرقمي للبنوك الإسلامية. هدفت الدراسة إلى اختبار الفرضية الرئيسية القائلة بأن الذكاء الاصطناعي يساعد في جعل أساليب التسويق الرقمي أكثر ذكاءً وفعالية وملاءمة للمستهلك.

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة، أبرزها أن الذكاء الاصطناعي قد عزز من فعالية منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر في تسهيل الحملات التسويقية الإلكترونية التي تقدمها المؤسسات المصرفية الإسلامية. هذه النتائج تفتح آفاقاً جديدة لتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي في القطاع المصرفي الإسلامي، مما يعزز قدرته التنافسية في السوق المالية العالمية.

اعتماداً على هذه النتائج، يمكن اقتراح توصيات لتعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي للبنوك الإسلامية، مثل: تطوير برامج تدريبية متخصصة للعاملين في مجال التسويق الرقمي لتعزيز مهاراتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، وإنشاء وحدات بحث وتطوير داخل البنوك الإسلامية تركز على ابتكار تطبيقات ذكاء اصطناعي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وتعزيز التعاون بين البنوك الإسلامية وشركات التكنولوجيا المتخصصة في الذكاء الاصطناعي لتطوير حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء المتغيرة.

دراسة Sari وآخرون (2024) بعنوان:

“Use of Artificial Intelligence Technology to Increase Operational Efficiency of Sharia Banks”

من أهم ما سعت إليه هذه الدراسة، استكشاف الدور المحوري للذكاء الاصطناعي في تعزيز الكفاءة التشغيلية للبنوك الإسلامية في ظل التحديات التنافسية المتزايدة. هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مختلف جوانب العمليات المصرفية الإسلامية، وفهم عملية تبني هذه التقنيات في ظل التغيرات التكنولوجية السريعة.

اعتمد الباحثون منهجية نوعية مبتكرة، حيث جمعوا بين الاستبيانات والمقابلات وتحليل البيانات. ركزت الدراسة على عينة من البنوك الإسلامية في مدينة بندر لامبونج، مما أتاح فهماً عميقاً لواقع تطبيق الذكاء الاصطناعي في سياق محلي محدد. رغم أن حجم العينة كان محدوداً جغرافياً، إلا أن هذا التركيز سمح بتحليل دقيق لتجارب هذه البنوك في تبني التقنيات الحديثة.

كشفت نتائج الدراسة عن تأثير إيجابي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على الكفاءة التشغيلية للبنوك الإسلامية. تجلّى هذا التأثير في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك. كما أظهرت النتائج أن تجارب تطبيق الذكاء الاصطناعي يمكن أن تشكل أساساً متيناً لتطوير سياسات واستراتيجيات مستقبلية في مجال التحول الرقمي للبنوك الإسلامية.

تم اقتراح عدة توصيات: أولاً، ضرورة تطوير برامج تدريبية متخصصة لموظفي البنوك الإسلامية لتعزيز مهاراتهم في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. ثانياً، تشجيع التعاون بين البنوك الإسلامية وشركات التكنولوجيا لتطوير حلول ذكاء اصطناعي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية. ثالثاً، إنشاء منصة لتبادل الخبرات والممارسات الناجحة في مجال تطبيق الذكاء الاصطناعي بين البنوك الإسلامية على المستوى الإقليمي والعالمي.

رغم القيود المتمثلة في صعوبة الوصول إلى بعض البيانات الداخلية الحساسة للبنوك، إلا أن هذه الدراسة قدمت رؤى قيمة حول واقع تطبيق الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية. تكمن أصالة هذا البحث في منهجيته المبتكرة التي جمعت بين التحليل النوعي والتركيز على سياق محلي محدد، مما يفتح آفاقاً جديدة للبحث في مجال التحول الرقمي للمؤسسات المالية الإسلامية.

دراسة Maryadi وآخرون (2024) بعنوان:

“Artificial Intelligence to Control the Consumption of Islamic Banking Customers”

هدفت هذه الدراسة إلى استكمال الفجوة المعرفية حول تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في الوظائف التجارية، وخاصة في وظيفة الاستهلاك. اعتمدت الدراسة على منهجية مراجعة الأدبيات من خلال تحليل الكتب والأبحاث المنشورة في قواعد بيانات متنوعة مثل Scopus و Web of Science و Google Scholar ومصادر إلكترونية موثوقة أخرى، حيث تم جمع البيانات النوعية خلال شهري مارس وأبريل 2023. ركزت الدراسة على تحليل كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في تعزيز الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية في مجال الاستهلاك، خاصة في ظل التوسع الكبير في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة.

أشارت النتائج إلى أن التطور المتسارع في خدمات المصرفية الإلكترونية يوفر راحة وسهولة في إجراء المعاملات، ولكن قد يؤدي أيضًا إلى أنماط استهلاكية تتعارض مع المبادئ الإسلامية، مثل الإفراط في الإنفاق أو شراء سلع غير مشروعة. لذلك، اقترحت الدراسة أن تقنيات الذكاء الاصطناعي يمكن أن تكون أداة فعالة لمراقبة وتوجيه الاستهلاك بما يتوافق مع الأحكام الإسلامية، مثل ضمان استهلاك السلع الحلال وتجنب الإسراف.

في هذا السياق، أوصت الدراسة بتصميم أنظمة ذكاء اصطناعي متكاملة مع خدمات المصرفية الإسلامية لتعزيز الالتزام بقواعد الاستهلاك الإسلامية. كما اقترحت الدراسة تطوير آليات تمكن البنوك الإسلامية من استخدام الذكاء الاصطناعي لمراقبة أنماط استهلاك العملاء وتوجيههم نحو السلوكيات الاستهلاكية الصحيحة. وأخيرًا، دعت الدراسة إلى إجراء مزيد من الأبحاث المستقبلية لاستكشاف تطبيقات أوسع للذكاء الاصطناعي في الوظائف التجارية الأخرى، مثل الإنتاج والتوزيع، بما يخدم المبادئ الإسلامية ويعزز كفاءة الأعمال.

التعقيب على الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة موضوع الذكاء الاصطناعي وتأثيره على القطاع المصرفي من زوايا متعددة، سواء في البنوك التقليدية أو الإسلامية، مع تركيز خاص على تحسين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء. تتفق معظم هذه الدراسات على أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا محوريًا في تعزيز كفاءة العمليات المصرفية، خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات مبتكرة وسريعة. على سبيل المثال، دراسة دياب (2022) أظهرت أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل البطاقات الذكية والشيكات الرقمية ساهمت في زيادة رضا العملاء وتحسين الأداء العام للبنوك. وبالمثل، دراسة AL-ARAJ وآخرون (2022) أكدت على أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تطبيقات مثل كشف الاحتيال وتقييم مخاطر السيولة.

من ناحية أخرى، ركزت بعض الدراسات على التحديات التي تواجه تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي، خاصة في البنوك الإسلامية. دراسة مبروك وزكي (2022) ودراسة مسلوب والعلي (2022) أشارتا إلى أن بطء عملية اعتماد المنتجات المالية الإسلامية من قبل هيئات الرقابة الشرعية يمثل عائقاً رئيسياً، مما يؤثر على القدرة التنافسية لهذه البنوك مقارنة بالبنوك التقليدية. ومع ذلك، قدمت هذه الدراسات حلولاً عملية مثل تطوير منظومة ذكية تعتمد على معايير هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (أيوبي) لتسريع عمليات الموافقة ورفع الكفاءة التشغيلية.

تتفق معظم هذه الدراسات على أن الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً محورياً في تحويل القطاع المصرفي من خلال تحسين جودة الخدمات، خفض التكاليف، وزيادة الإيرادات. على سبيل المثال، دراسة Rabbani وآخرون (2023) أظهرت أن العمليات المالية المبتكرة تعزز الحصة السوقية للبنوك، رغم أن الذكاء الاصطناعي لم يظهر تأثيراً وسيطاً كبيراً كما كان متوقعاً. وبالمثل، دراسة صقر واسماعيل (2024) أكدت على وجود علاقة إيجابية قوية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين جودة الخدمات الرقمية في البنوك التجارية المصرية.

من ناحية أخرى، ركزت بعض الدراسات على التحديات والفرص الفريدة التي تواجه البنوك الإسلامية في تبني الذكاء الاصطناعي. دراسة الحبشي (2024) أشارت إلى أن التحول الرقمي وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ساهمت بشكل كبير في تحسين أداء المصارف الإسلامية من خلال تحسين جودة الخدمات وزيادة رضا العملاء. وبالمثل، دراسة Sari وآخرون (2024) أكدت على أن الذكاء الاصطناعي يعزز الكفاءة التشغيلية للبنوك الإسلامية، خاصة في ظل التحديات التنافسية المتزايدة.

أما دراسة مهدي (2022)، فقد ركزت على دور الذكاء الاصطناعي في تحسين فعالية التسويق الرقمي في البنوك الإسلامية، مشيرة إلى أن هذه التقنيات تعزز من فعالية الحملات التسويقية الإلكترونية وتجعلها أكثر ملائمة لاحتياجات العملاء. في حين أن دراسة Maryadi وآخرون (2024) تناولت جانباً مختلفاً، وهو استخدام الذكاء الاصطناعي لمراقبة أنماط استهلاك العملاء في البنوك الإسلامية لضمان الالتزام بالمبادئ الشرعية، مما يفتح آفاقاً جديدة لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الوظائف التجارية الإسلامية.

أوجه التشابه بين الدراسات السابقة

تحسين جودة الخدمات: جميع الدراسات اتفقت على أن الذكاء الاصطناعي يعزز جودة الخدمات المصرفية من خلال تحسين الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف مع العملاء. على سبيل المثال، دراسة المطيري

(2022) أظهرت أن أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) لها تأثير إيجابي واضح على رضا العملاء. وبالمثل، دراسة غوانمة وآخرون (2023) أكدت أن نظم الذكاء الاصطناعي ساهمت في تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الأردنية من خلال تعزيز الاعتمادية وسرعة الاستجابة. دراسة صقر واسماعيل (2024) أظهرت أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تحسن جودة الخدمات الرقمية، بينما دراسة الحبشي (2024) أكدت على أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة في البنوك الإسلامية.

زيادة الكفاءة التشغيلية: العديد من الدراسات، مثل دراسة Sari وآخرون (2024) ودراسة Rabbani وآخرون (2023)، أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يعزز الكفاءة التشغيلية للبنوك من خلال تحسين العمليات الداخلية وخفض التكاليف.

تعزيز رضا العملاء: الدراسات اتفقت على أن الذكاء الاصطناعي يساهم في زيادة رضا العملاء من خلال تقديم خدمات سريعة ومبتكرة. دراسة الحبشي (2024) ودراسة صقر واسماعيل (2024) أظهرتا أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعزز تجربة العملاء وتلبي احتياجاتهم المتغيرة.

أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة

التركيز الجغرافي والقطاعي: اختلفت الدراسات في تركيزها الجغرافي والقطاعي. على سبيل المثال، دراسة Rabbani وآخرون (2023) ركزت على البنوك الباكستانية، بينما دراسة صقر واسماعيل (2024) تناولت البنوك التجارية المصرية. في حين أن دراسة Sari وآخرون (2024) ركزت على البنوك الإسلامية في إندونيسيا.

المنهجيات المستخدمة: اختلفت الدراسات في منهجياتها، حيث اعتمدت بعضها على منهجيات كمية (مثل دراسة صقر واسماعيل 2024)، بينما استخدمت أخرى منهجيات نوعية أو مختلطة (مثل دراسة Sari وآخرون 2024). دراسة Maryadi وآخرون (2024) اعتمدت على مراجعة الأدبيات، مما أضاف بعداً نظرياً للبحث.

الجوانب المحددة للذكاء الاصطناعي: ركزت بعض الدراسات على جوانب محددة من الذكاء الاصطناعي، مثل التسويق الرقمي (دراسة مهدي 2022) أو مراقبة الاستهلاك (دراسة Maryadi وآخرون 2024)، بينما ركزت أخرى على تحسين جودة الخدمات بشكل عام (دراسة الحبشي 2024).

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

الدراسة الحالية "دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية" تتميز بتركيزها الشامل على البنوك الإسلامية، مما يضيف بعداً جديداً يتعلق بضرورة التوفيق بين التكنولوجيا الحديثة والمبادئ الشرعية. هذه الدراسة تتفق مع دراسة الحبشي (2024) ودراسة Sari وآخرون (2024) في تسليط الضوء على التحديات الفريدة التي تواجه البنوك الإسلامية، مثل الحاجة إلى مواءمة تطبيقات الذكاء الاصطناعي مع معايير الشريعة الإسلامية. ومع ذلك، تختلف الدراسة الحالية في تركيزها على تحسين جودة الخدمات المصرفية بشكل عام، بدلاً من التركيز على جوانب محددة مثل التسويق الرقمي أو مراقبة الاستهلاك.

باختصار، الدراسة الحالية تقدم رؤية شاملة لدور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، مع الأخذ في الاعتبار التحديات والفرص الفريدة التي تواجه هذا القطاع. وهي تسد فجوة بحثية من خلال الجمع بين التطبيقات التكنولوجية والمتطلبات الشرعية، مما يجعلها إضافة قيمة للأدبيات الحالية في هذا المجال.

المنطلقات النظرية للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من المنطلقات النظرية التي تشكل الإطار الفكري لفهم دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية. هذه المنطلقات تستند إلى نظريات وأطر بحثية متعددة، بما في ذلك:

1. نظرية الابتكار التكنولوجي (Technology Innovation Theory):

- تُفسر هذه النظرية كيفية تأثير التكنولوجيا الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، على تحسين العمليات والخدمات في القطاعات المختلفة، بما في ذلك القطاع المصرفي. تُستخدم هذه النظرية لفهم كيفية استفادة البنوك الإسلامية من الذكاء الاصطناعي لتعزيز الكفاءة التشغيلية وتقديم خدمات مبتكرة.

2. نظرية إدارة المخاطر (Risk Management Theory):

- تُعتبر إدارة المخاطر عنصراً أساسياً في العمل المصرفي، خاصة في البنوك الإسلامية التي تلتزم بمبادئ الشريعة. تُساعد هذه النظرية في تحليل كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير نماذج تنبؤية متقدمة لإدارة المخاطر بشكل أكثر فعالية، مع الحفاظ على الامتثال للضوابط الشرعية.

3. نظرية خدمة العملاء (Customer Service Theory):

- تُركّز هذه النظرية على أهمية تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات سريعة ودقيقة ومخصصة. تُستخدم هذه النظرية لاستكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي، مثل روبوتات الدردشة والأنظمة الذكية، أن تعزز خدمة العملاء في البنوك الإسلامية مع ضمان التوافق الأخلاقي والشرعي.

4. نظرية التمويل الإسلامي (Islamic Finance Theory):

- تُشكل هذه النظرية الأساس لفهم المبادئ الشرعية التي تحكم البنوك الإسلامية، مثل تحريم الربا، والالتزام بالعدالة الاجتماعية، والتركيز على المشاركة في المخاطر. تُستخدم هذه النظرية لضمان أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تلتزم بهذه المبادئ ولا تتعارض مع القيم الإسلامية.

5. نظرية الأخلاقيات التكنولوجية (Technological Ethics Theory):

- تُعالج هذه النظرية القضايا الأخلاقية المرتبطة باستخدام التكنولوجيا، مثل الذكاء الاصطناعي، بما في ذلك خصوصية البيانات، والشفافية، والمساءلة. تُستخدم هذه النظرية لتحليل التحديات الأخلاقية التي قد تنشأ عن استخدام الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية واقتراح حلول لمعالجتها.

6. نظرية الشمول المالي (Financial Inclusion Theory):

- تُركّز هذه النظرية على أهمية توفير الخدمات المالية لجميع شرائح المجتمع، بما في ذلك الفئات المهمشة. تُستخدم هذه النظرية لاستكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في توسيع نطاق الخدمات المصرفية الإسلامية وزيادة الشمول المالي.

7. نظرية التحول الرقمي (Digital Transformation Theory):

- تُفسر هذه النظرية كيفية تحول المؤسسات التقليدية إلى نماذج عمل رقمية تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة. تُستخدم هذه النظرية لفهم كيفية قيادة الذكاء الاصطناعي لعملية التحول الرقمي في البنوك الإسلامية، مع الحفاظ على قيمها الأساسية.

تُساهم هذه المنطلقات النظرية في بناء إطار شامل لفهم كيفية استفادة البنوك الإسلامية من الذكاء الاصطناعي لتحسين خدماتها، مع مراعاة الجوانب الشرعية والأخلاقية. من خلال الجمع بين هذه النظريات، تهدف الدراسة إلى تقديم رؤية متكاملة حول كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي بشكل مسؤول وفعال في البنوك الإسلامية، بما يعزز جودة الخدمات ويحافظ على القيم الإسلامية.

مفاهيم الدراسة

الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence - AI)

-التعريف النظري:

الذكاء الاصطناعي هو فرع من فروع علوم الحاسوب يهتم بتصميم أنظمة قادرة على أداء مهام تتطلب عادةً ذكاءً بشرياً، مثل التعلم، اتخاذ القرارات، تحليل البيانات، والتفاعل مع المستخدمين بلغة طبيعية. يعتمد الذكاء الاصطناعي على تقنيات مثل التعلم الآلي (Machine Learning) ومعالجة اللغة الطبيعية (Natural Language Processing).

-التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، يشير الذكاء الاصطناعي إلى التقنيات المستخدمة في البنوك الإسلامية لتحسين العمليات المصرفية، مثل روبوتات الدردشة، أنظمة تحليل البيانات، والنماذج التنبؤية لإدارة المخاطر، مع مراعاة الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية.

البنوك الإسلامية (Islamic Banks)

-التعريف النظري:

البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية تعمل وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية، التي تحرّم الفائدة (الربا) وتشجع المشاركة في المخاطر والأرباح، وتدعم الأنشطة الاقتصادية التي تتفق مع القيم الإسلامية مثل العدالة الاجتماعية والشفافية.

-التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، تشير البنوك الإسلامية إلى المؤسسات المالية التي تقدم خدمات مصرفية متوافقة مع الشريعة، مثل التمويل بالمشاركة (Musharakah)، المرابحة (Murabaha)، والإجارة (Ijarah)، وتستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين جودة خدماتها.

جودة الخدمات المصرفية (Quality of Banking Services)

-التعريف النظري:

جودة الخدمات المصرفية تشير إلى مدى تلبية الخدمات المقدمة من البنوك لتوقعات العملاء من حيث السرعة، الدقة، الكفاءة، والمراعاة الأخلاقية. تشمل أيضاً عوامل مثل سهولة الوصول، المرونة، ورضا العملاء.

-التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، تشير جودة الخدمات المصرفية إلى تحسين تجربة العملاء من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل خدمة العملاء، إدارة المخاطر، وحساب الزكاة والأرباح، مع ضمان التوافق مع مبادئ الشريعة.

التمويل الإسلامي (Islamic Finance)

-التعريف النظري:

التمويل الإسلامي هو نظام مالي يعتمد على مبادئ الشريعة الإسلامية، التي تحرّم الفائدة (الربا) وتشجع المشاركة في المخاطر والأرباح، وتركز على العدالة الاجتماعية والاستثمار في أنشطة اقتصادية مشروعة.

-التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة، يشير التمويل الإسلامي إلى المنتجات والخدمات المالية التي تقدمها البنوك الإسلامية، مثل المربحة والمشاركة، والتي يتم تحسينها باستخدام الذكاء الاصطناعي مع الحفاظ على الامتثال للشريعة.

الشفافية (Transparency) : الشفافية هي مبدأ يتعلق بمدى وضوح المعلومات المتاحة للعملاء والجهات المعنية، مما يسمح لهم بفهم العمليات والقرارات المالية بشكل كامل.

الخصوصية (Privacy) : الخصوصية هي حق الفرد في التحكم في معلوماته الشخصية وضمان عدم استخدامها أو مشاركتها دون موافقته.

الشمول المالي (Financial Inclusion) : الشمول المالي هو توفير الخدمات المالية لجميع فئات المجتمع، بما في ذلك الفئات المهمشة، لتمكينهم من المشاركة في الاقتصاد.

المنهجية وطرق البحث

لمعالجة أسئلة البحث وتحقيق الأهداف المذكورة، ستوظف هذه الأطروحة نهجًا مختلطًا. وسيشمل ذلك:

مراجعة الأدبيات: مراجعة شاملة للأدبيات الحالية حول الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية والتمويل الإسلامي والمجالات ذات الصلة.

دراسات الحالة: تحليل متعمق لبنوك إسلامية مختارة نجحت في تطبيق حلول الذكاء الاصطناعي.

الاستبيانات: جمع البيانات من موظفي البنوك والعملاء لتقييم تصوراتهم وتجاربهم مع الخدمات المصرفية المدعومة بالذكاء الاصطناعي.

المنهجية:

تتدرج منهجية الدراسة المقترحة ضمن إطار المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسعى لوصف الظواهر والحالات وإيجاد الروابط والعلاقات واقتراح الحلول المناسبة لأسئلة البحث.

مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في البنوك الإسلامية في المملكة العربية السعودية، وسيتم التطبيق على عينة عشوائية بسيطة من المجتمع بحيث تكون ممثلة للمجتمع.

أدوات الدراسة

ستتكون أدوات الدراسة من استبانة مصممة من قبل الباحث. وسيتم التحقق من صدق وثبات الاستبيان بعدة طرق.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: البنوك الإسلامية في المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: عام 2025

الحدود البشرية: عينة من الموظفين والعاملين في البنوك الإسلامية بكافة وظائفهم.

المقاييس والاختبارات الإحصائية

سيتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات الاستبانة منها:

- التكرارات والنسب المئوية
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
- معاملات الترابط (الاتساق الداخلي) ومعاملات ألفا كرونباخ

المراجع

- الحبيشي، محمد غازي سليمان. (2024). الرقمنة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في البنوك الإسلامية. *مجلة البحث العلمي الإسلامي*, 19(57). 197-221.
- حمودي، امال، & عوينان، عبد القادر. (2024). دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمات الصيرفة الالكترونية -دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري-. *مجلة المنهل الاقتصادي*, 7(2). 902-885.
- دياب، ريهام محمود. (2022). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية. *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات*, 3(9). 96-67.
<https://doi.org/10.21608/jinfo.2022.264278>
- صقر، محمود عبد الجيد، & اسماعيل، عمار فتحي. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات الرقمية "دراسة تطبيقية". *مجلة راية الدولية للعلوم التجارية*, 3(10), 1434-1359.
<https://doi.org/10.21608/rijcs.2024.288648.1104>
- طبيبي، إكرام، & مولاي، أمينة. (2023). أثر الذكاء الاصطناعي على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة البنوك التجارية ولايتي البيض/تيارت). *مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية*, 7(1).
<https://asjp.cerist.dz/en/article/22417671-57>
- غوانمة، أسماء علي، رملي، أشرف بن محمد، بن جليل، عبد الله، & علاونة، مؤيد فضيل. (2023). أثر نظم الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الأردنية. *المجلة الدولية للدراسات الإسلامية المتخصصة*. 8(2). 90-79.
<https://doi.org/10.31559/SIS2023.8.2.3>
- مبروك، أحمد، & زكي، هشام. (2022). نظم الذكاء الاصطناعي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية. *الاقتصاد الرقمي واستشراف المستقبل، رؤية استشرافية في ضوء الاقتصاد الإسلامي. المدينة المنورة المملكة العربية السعودية*.
- مسلوب، رامي، & العلي، نضال. (2024). دور الذكاء الاصطناعي في العمليات المصرفية الإلكترونية، الرؤية والتحديات. *مجلة بحوث جامعة حلب*, 38(2024). 21-1.
- المطيري، فهد مطر. (2022). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا*, 18(2). 244-223.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/190327>

مهدي، مراد. (2022). واقع استخدام البنوك الاسلامية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي مع الإشارة إلى بنك السلام الجزائر أنموذجا . *أبعاد اقتصادية*, 12 (2). 263–239 .

<https://asjp.cerist.dz/en/article/209187>

- Al-Araj, R., Haddad, H., Shehadeh, M., Hasan, E., & Nawaiseh, M. Y. (2022). The Effect of Artificial Intelligence on Service Quality and Customer Satisfaction in Jordanian Banking Sector. *Wseas Transactions On Business And Economics* , 19(173), 1927–1947. <https://doi.org/10.37394/23207>
- Maryadi, M., Arief, Z., Nuriasari, S., Rodoni, A., & Amelia, E. (2024). Artificial Intelligence to Control the Consumption of Islamic Banking Customers. *ECONBANK Journal of Economics and Banking*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.35829/econbank.v6i1.311>
- Rabbani, M. R., Lutfi, A., Ashraf, M. A., Nawaz, N., & Ahmad Watto, W. (2023). Role of artificial intelligence in moderating the innovative financial process of the banking sector: a research based on structural equation modeling. *Frontiers in Environmental Science*, 10. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.978691>
- Rahman, M., Ming, T. H., Baigh, T. A., & Sarker, M. (2021). Adoption of artificial intelligence in banking services: an empirical analysis. *International Journal of Emerging Markets*, 18(10), 4270–4300. <https://doi.org/10.1108/ijoem-06-2020-0724>
- Sari, E., Adilla, F., & Warsiyah. (2024). Use of Artificial Intelligence Technology to Increase Operational Efficiency of Sharia Banks. *Proceedings of Academic Seminar and International Conference*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.53893/asic.v1i1.278>