

قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

أ.م.د. صادق أحمد عبد الله السبئي / كلية المجتمع / جامعة نجران

تاريخ التقديم: 2017/1/10

تاريخ القبول: 2017/1/30

المستخلص

تهدف هذه الدراسة للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية، ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، وقد اشتملت الدراسة على عينة مقصودة من عملاء مصرفي الراجحي والبلاد الإسلاميين عددها (69) مفردة وخلصت الى أن مستوى الجودة الكلية للخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة، غير أن أهميتها النسبية تختلف من بعد لآخر فنجدها في أبعاد الأمان والثقة والجوانب المادية الملموسة مرتفعة جدا وهذا حسن، لكنها بالمقابل لم تعط نفس الاهتمام للجوانب التطبيقية كالاستجابة لرغبات العملاء ومساعدتهم وتطوير الخدمة المقدمة لهم، وكذلك الاهتمام الشخصي بالعميل، وأهم من ذلك كله البعد الذي تأسست المصارف الإسلامية من أجله وهو الالتزام الشرعي فقد حصل على أدنى درجة جودة وهي 0.50.

المصطلحات الرئيسية للبحث / الجودة – المصارف الإسلامية .



مجلة العلوم
الاقتصادية والإدارية
العدد 97 المجلد 23
الصفحات 174-192



قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

تمهيد

شهدت الصيرفة الإسلامية نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة اثر اهتزاز الثقة الدولية بالآلية المصرفية التقليدية، فيشير استطلاع أجرته (the Banker) أن صناعة المعاملات المالية الإسلامية واصلت بناء نظام قوي وقابل للاستمرار، وغير متأثر بما أصاب الآخرين، وأن معدل النمو السنوي المضاعف للصيرفة الإسلامية بلغ 27.9% من عام 2006 – 2009م. ففي العام الثاني للأزمة المالية العالمية 2009م بلغ معدل النمو 28.9% إذ ارتفعت الأصول المملوكة للمصارف التي تعمل وفقا للشرعية الإسلامية من 639 عام 2008 الي 822 مليار دولار عام 2009م. وتحتل المملكة العربية السعودية الترتيب الثاني عالميا في حجم الأصول المالية الإسلامية بعد ايران، إذ بلغت قيمة أصولها المتوافقة مع الشريعة الإسلامية 2009م قرابة 128 مليار دولار¹. ومع ذلك فإن المصارف الإسلامية رغم تطورها مع الزمن فإنها تواجه منافسة قوية من البنوك التقليدية (الوطنية – الدولية) ذات الخبرة الطويلة والمراكز المالية القوية سيما التي تقدم المنتجات والخدمات المالية الإسلامية، فضلا عن أن المصارف الإسلامية ومن خلال دراسات واستطلاعات سابقة للباحث - تواجه العديد من انتقادات عملائها سيما ما يتعلق منها بسعر خدمة بيع المراجعة الآجلة.

وذهب خبراء مصرفيين الى وجود رغبة وحاجة للخدمات المصرفية الإسلامية لدى العديد من عملاء البنوك التقليدية إلا أن نوعية وأسلوب تقديم الخدمة هي من الأسباب التي تقف عائقا أمام العملاء في التعامل مع المصارف الإسلامية.

لذا فإن قياس جودة الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية من خلال دراسة علمية ميدانية أمرا ضروريا لتلمس جوانب القصور والضعف في هذه الخدمة والمساهمة في تحسينها وتطويرها. ويتضمن البحث المحاور الآتية:

المحور الأول / منهجية البحث والدراسات السابقة

1. منهجية البحث

أولاً: إشكالية البحث: يسعى هذا البحث الى: التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال: التعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية التي يتعاملون معها.. ومعرفة توجهات العملاء نحو الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة لهم، لتلمس جوانب القصور والضعف في هذه الخدمة والمساعدة على تحسينها وتطويرها.

أسئلة البحث: سيحاول هذا البحث الاجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ماهو تقييم عملاء المصارف الإسلامية لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم، الجودة المدركة. من إذ (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، فضلا الى الالتزام الشرعي).
- 2- هل تختلف الأهمية النسبية للمعايير التي يستخدمها عملاء المصارف الإسلامية في تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية.
- 3- هل تختلف تقييمات هؤلاء العملاء باختلاف بعض المتغيرات الشخصية مثل: المستوى التعليمي - عدد مرات التعامل - السن - الجنس.

ثانياً: فرضيات البحث:

- 1- أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للمصارف الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة.
- 2- لا تختلف الأهمية النسبية لآراء عملاء البنوك الإسلامية في المملكة العربية السعودية لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم بين بعد وآخر من الأبعاد الستة الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، الالتزام الشرعي.
- 3- لا يختلف تقييم عملاء المصارف الإسلامية في المملكة العربية السعودية لجودة الخدمات المصرفية باختلاف: الجنس - العمر - المستوى التعليمي - عدد مرات التعامل - البنك الذي يتعامل معه العميل.



قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

ثالثاً: أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة الى:

- التعرف على آراء مستهلكي الخدمات المصرفية الإسلامية في السعودية حول مستوى جودة هذه الخدمات ومدى تلبيتها لرغبات وتطلعات هؤلاء المستهلكين.
- التعرف على ابعاد الجودة للخدمة المصرفية الإسلامية، وأهميتها النسبية من وجهة نظر العملاء.
- محاولة اضافة بعد سادس لأبعاد الخدمة المصرفية الإسلامية، وهو بعد الالتزام الشرعي لمعرفة مدى رضاء العملاء عن تلك الخدمة.
- مد إدارات المؤسسات الإسلامية بمعلومات ميدانية – تغذية راجعة – عن مدى رضاء العملاء عن خدماتها المقدمة وطريقة أدائها، تساعد في عملية التخطيط واتخاذ القرارات.

رابعاً: منهجية البحث: اعتمد البحث على المنهجين الوصفي والتحليلي كما يلي:

1. المنهج الوصفي: تم استخدامه لوصف الخدمات المصرفية وخصائصها وطرائق قياسها، وذلك من خلال ما نشر في الكتب العلمية، والدوريات، والرسائل وغيرها.
 2. المنهج التحليلي: وذلك لقياس وتحليل جودة الخدمات التي تقدمها البنوك المبحوثة، من خلال استبانة عرضت على عينة من عملائها، قسمت هذه الاستبانة الى جزئين: الأول ركز على البيانات الشخصية. الجزء الثاني ركز على مجموعة من معايير التقييم الشائعة الاستخدام في قياس الخدمات المصرفية وهي (الملموسية- الاعتمادية- سرعة الاستجابة- معيار الأمان- معيار التعاطف مع العميل- فضلاً عن الالتزام الشرعي).
- خامساً: مجتمع البحث:** يتكون مجتمع البحث من عملاء جميع المصارف الإسلامية العاملة في المملكة العربية السعودية، التي تثبت تقاريرها السنوية خلوها من القروض الربوية.

سادساً: عينة البحث: لصعوبة إجراء الدراسة على جميع عملاء المصارف الإسلامية العاملة في المملكة فقد اقتصر على عملاء أهم المصارف الإسلامية التي لها فروع في أربع مناطق هي (جدة- المدينة المنورة - أبها- نجران) وهي الراجحي- البلاد، وذلك لقرّبهم من متناول الباحث وتمكنه من مقابلة المستهدفين. تم توزيع قرابة 90 استبانة على عينات مقصودة ممن حصلوا على تمويلات من المصارف محل الدراسة، ومن أجل الحصول على اجابات صحيحة اضطر الباحث لمقابلة كل عميل - ذكر- لتوضيح الأسئلة وأهمية الاجابة الصحيحة على هذه الاستبانة.

2. الدراسات السابقة

لقد تناولت دراسات كثيرة موضوع قياس الجودة المصرفية وغير المصرفية، غير أن التي تخصصت في المصرفية الإسلامية قليلة، ركزت جميعها على تقييم طريقة الأداء الفني والتقني لا فرق بينها وبين المصارف التقليدية ، وهو أمر غاية في الأهمية، غير أنها لم تقيس رضاء العملاء عن مستوى الأداء الشرعي، فضلاً عن أنني لم أجد دراسة منشورة تناولت قياس الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية. ومن أهم هذه الدراسات ما يلي:ⁱⁱ

أ) الدراسات العربية

1- دراسة الطالب 2003م: هدفت هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في الأردن، وذلك باستخدام خمسة متغيرات تعبر عن أبعاد جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء. ولتنفيذ هذه الدراسة فقد تم إجراء استبيان تم من خلاله توزيع (400) استمارة على عملاء البنك الإسلامي الأردني والبنك العربي الإسلامي الدولي في مدينتي عمان واربد. توصلت الدراسة الى ان هناك انطباع ايجابي عن جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في جوانب الملموسية والاستجابة والتعاطف مع العميل ، أما مجالي الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة المرضية.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

2- دراسة مديوني ومداح 2011م: هدفت هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية بالمملكة الأردنية باستخدام نموذج Servqual وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك انطباع ايجابي عن جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في الأردن، في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف أما في مجال الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة التي ترضى العملاء عينة البحث مما يدل على ضرورة التزام المصارف الاسلامية بتحسين هاتين الناحيتين في مجال تقديم الخدمة.

3- دراسة الأثوري والمعمري 2007م: تهدف الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية من منظور العملاء باستخدام نموذج servperf ولتحقيق هذا الهدف فقد استعان الباحثان بالاستبانة وزعت على عدد 360 عميل من عملاء خمسة بنوك اثنان منهم بنوك اسلامية هما التضامن وسبأ الاسلامي. وقد توصلت الدراسة الى أن مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك اليمنية (اسلامية وتقليدية) والمدركة من قبل العملاء مرتفعة.

4- دراسة الرازي 2005م: تهدف الدراسة الى التعرف على مستوى إدراك الادارة العليا والعاملين في بنك التضامن الاسلامي لجودة الخدمات المصرفية، وكذا التعرف على آراء وتقييم عملاء البنك لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى إدراك إدارة البنك لمفهوم وأهمية الجودة كان عاليا، بينما إدراك الموظفين لذلك كان متوسطا. كما أظهرت النتائج أن تقييم العملاء لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم من قبل البنك كان متوسطا لكنه كان ايجابيا الى حد ما.

5- دراسة الحدابي 2005م: تهدف الدراسة الى تقييم جودة الخدمات المصرفية في بنك سبأ الاسلامي – اليمن – وذلك من خلال استطلاع آراء عينة من الزبائن المتعاملين مع البنك، من خلال توزيع 160 استبانة لمعرفة آراء عينة البحث تجاه أثر متغيرات البحث. وقد توصلت الدراسة الى أن وجهة نظر العملاء حول جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم مرتفعة بنسبة 75% موافق.

ب/ الدراسات الأجنبية

Nasser، وآخرون 1999: تهدف الدراسة الى قياس درجة الوعي ورضا عملاء البنوك الاسلامية تجاه الخدمات التي تقدمها المصارف الاسلامية الأردنية، وقد جمعت البيانات بواسطة استبانة وزعت منها عدد 300 استبانة واستعيد منها 206 استبانة.

خلصت الدراسة الى أن الغالبية العظمى من العملاء راضون عن معظم منتجات وخدمات البنك باستثناء بعض الأدوات مثل المضاربة والمرابحة.

المبحث الثاني / الإطار النظري

1. مفهوم الخدمة المصرفية

تعرف الخدمة المصرفية بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية) وغير الملموسة (غير الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد والمؤسسات من خلال دلالتها وقيمها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والانتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.ⁱⁱⁱ

2. خصائص ومميزات الخدمات المصرفية

تتصف الخدمات المصرفية بخصائص عدة أهمها:^{iv}

- أ- لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها ، فهي تنتج وتقدم للعميل حال طلبها.
- ب- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى ، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها ، فإن الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف المصرف.
- ت- أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديمها من زبون لآخر بحسب درجة التفاعل بين موظف المصرف والعميل.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

ث- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع ، فكل خدمة جديدة يستحدثها مصرف ما يمكن لمصرف آخر تقديمها.

3. مفهوم جودة الخدمة المصرفية

تعددت التعريفات الموضوعية لمفهوم الجودة بسبب حداثة مفهوم الجودة بصورة عامة وجودة الخدمات خصوصاً، غير أن كلها تركز على ارضاء العميل نذكر منها مايلي:^v

- تعريف EDWARD DEMING ، الجودة بأنها تتوجه لاشباع حاجة المستهلك في الحاضر.
- تعريف jouran and cryna أن الجودة هي الملائمة للاستعمال.
- تعريف Evans1993 أن الجودة هي تلبية توقعات المستهلك أو ما يتفوق عليها.
- تعريف Mitra بأنها ملائمة المنتج أو الخدمة لتلبية الاستعمال المقصود منه كما يطلبه المستهلك.
- تعريف parton & Matrson جودة الخدمة بأنها: التعرف على احتياجات العملاء وتحقيق رغباتهم بشكل فعال يخلوا من أية عيوب ومن المرة الأولى حتى لا يضطر العميل للعودة الى المنظمة مرة أخرى لتعديل خطأ أو تصور.^{vi}

- إذن فالجودة هي: معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة.^{vii} أو هي معيار للدرجة التي ترقى إليها الخدمة لتقابل توقعات العملاء وما يأمل العميل أن يتحقق له، فالشعور بالرضى نتيجة مترتبة عن إدراك العميل لجودة الخدمة المقدمة ويتحقق الرضى عندما تكون مستويات الأداء الفعلي تساوي أو تفوق مستويات الأداء المتوقع.^{viii}

نخلص مما سبق؛ إلى أن جودة الخدمة المصرفية هي مقياس لمستوى نوعية الخدمة المقدمة للعملاء وطريقة أدائها ومدى تلبية احتياجاتهم ورغباتهم وأمالهم.. وهذا ما يستوجب على مقدم الخدمة المصرفية القيام باستطلاع آراء عملاءه بصورة مستمرة لتلبية رغباتهم وتحسين أداء الخدمة المقدمة لهم.

4. مقاييس جودة الخدمة المصرفية

بهدف الوصول الى أحكام سليمة ودقيقة حول جودة الخدمة المصرفية فان الأمر يتطلب اعتماد معايير محددة في عملية القياس ، وهذه المعايير يجب أن تستند الى نظريات علمية تتسم بالموضوعية والقبول العلمي من أجل الاعتماد على نتائج القياس والانتقال منه الى عملية تحسين الجودة للخدمة المصرفية. وفي مجال قياس جودة الخدمة المصرفية هناك العديد من الدراسات التي ساهمت في وضع معايير علمية وعملية لقياس جودة الخدمة من أهمها:^{ix}

دراسة parasurman والتي قدم من خلالها المقياس SERVQUAL الذي يتكون من خمسة أبعاد لقياس الانطباع حول جودة الخدمة وهي:

1. الجوانب المادية الملموسة.
2. الاعتمادية.
3. الاستجابة.
4. الأمان والثقة.
5. التعاطف مع العميل.

إذ يتكون هذا المقياس من مجموعتين تضم (22) عبارة تهدف المجموعة الأولى الى قياس توقعات العملاء لخدمة المنشأة ، بينما تهدف المجموعة الثانية الى قياس أداء المنشأة وكلاهما يستخدم مقياس ليكرت. وبعد تعرض هذا المقياس للعديد من الانتقادات قدم Cronin and Taylor 1992 مقياس جديد سمي SERVPERV يقوم هذا المقياس على استبعاد فكرة الفجوة من الأداء والتوقعات ويركز فقط على قياس الأداء الفعلي للخدمة وأصبح هذا المقياس الأكثر استخداماً في قياس جودة الخدمة المصرفية وهو ما سنعتمده في دراستنا هذه.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

وبالنسبة لمعايير قياس الجودة الشرعية: فقد اعتمدنا على القواعد الشرعية المتفق عليها في مجمع الفقه الاسلامي والمتعلقة بالعمليات المالية والمصرفية سيما تلك العمليات التي تثير شكوك وانتقادات بعض الباحثين في فقه المعاملات المالية حول آلية تطبيقها.

5. أبعاد جودة الخدمة المصرفية

اعتمادا على ما سبق في الفقرة (3) يمكن تحديد ستة أبعاد لقياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الاسلامية وهي:

1. الملموسية؛ ويقصد به التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظفين.
2. الاعتمادية؛ وتعني القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.
3. الاستجابة؛ تعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.
4. الأمان؛ وتعني اعطاء الثقة والأمان للعميل.
5. التعاطف مع الزبائن؛ و تقدير ظروفهم إذ يهتم هذا البعد بمستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.
6. الالتزام الشرعي؛ يعني بمدى التزام المصرف بالضوابط الشرعية في تمويلاته.

المبحث الثالث/ تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1- توصيف وتحليل عينة البحث

أ. توصيف عينة البحث

تتكون عينة البحث من بنكين اسلاميين هما: مصرف الراجحي ، بنك البلاد لأن مصرف الراجحي يعد من أقدم وأكبر المصارف الاسلامية في المملكة العربية السعودية وبنك البلاد من البنوك المنافسة في المملكة ولهما فروع في جميع المناطق سيما في مناطق القريبة من متناول الباحث وهي (جدة – المدينة المنورة – أبها - نجران) وتمكنه من مقابلة المستهدفين.

تم توزيع 90 استبانة على عينات مقصودة ممن حصلوا على تمويل من المصارف محل الدراسة ، ومن أجل الحصول على اجابات صحيحة اضطر الباحث لمقابلة كل عميل - ذكر- لتوضيح الأسئلة وأهمية الاجابة الصحيحة على هذه الاستبانة.. وقد بذل الباحث جهودا مضية في توزيع الاستبانة وتجميع اجاباتها استغرقت قرابة السنة استرد خلالها 69 مفردة.

ب. تحليل عينة الدراسة

أظهرت نتائج الخصائص الشخصية للعينة المختارة لهذه الدراسة في مصرف الراجحي وبنك البلاد مايتي: فيما يتعلق بالجنس فقد جاءت النسب متباينة بين الذكور والإناث بسبب عدم استطاعة الباحث الوصول الى أكبر عدد ممكن من الإناث، إذ بلغت نسبة الذكور قرابة 71% وبلغت نسبة الاناث 29%.

أما بالنسبة للعمر فقد تركزت أعمار العملاء بين 21 – 50 سنة إذ بلغت قرابة 98%. موزعة الى 45% من 21 – 30 سنة، 37.7% من 31 – 40 سنة.

أما بالنسبة للمؤهل فقد أظهرت النتائج مستويات عالية توزعت بين 16% من حملة الدكتوراه ، 9% من حملة الماجستير 36% من حملة البكالوريوس ، 10% من حملة الدبلوم، 30% ثانوية عامة وهذا سينعكس على اجابا على التقييم.

أما فيما يتعلق بمدى التعامل مع المصرفين فقد أظهرت النتائج خبرات كبيرة في تعامل المبحوثين مع المصرفين إذ بلغت نسبة من تعاملوا معهما لأكثر من عشر سنوات الراجحي خصوصا 23.2% ، و39% من المبحوثين بلغت مدة تعاملهم مع المصرفين بين 5 – 10 سنوات. وقرابة 38% بلغت مدة تعاملهم بين سنة الى 5 سنوات، وهذه النسب أيضا تشكل ميزة ايجابية تساعد على تقديم اجابات موضوعية.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

2. أداة جمع البيانات:

قام الباحث بتطوير استبانة استخدمت في دراسات سابقة لقياس جودة الخدمات المصرفية كأداة لجمع البيانات، وفقا لمقياس SERVPERV تم تصميمه ليتناسب مع طبيعة وخصائص الخدمة المصرفية الإسلامية إذ أضيف له بعدا سادسا تعلق بالالتزام الشرعي الذي تم صياغته من خلال سلسلة من المقابلات أجراها الباحث مع عدد من عملاء المصارف الإسلامية، فضلا عن تخصص الباحث في هذا المجال ومتابعته المستمرة لنشاطاتها وردود فعل الباحثين نحوها.

يتكون هذا المقياس من قسمين رئيسيين:

القسم الأول: متغيرات مستقلة و هي معلومات عن العملاء، وذلك على النحو الآتي:

- الجنس: و هو على مستويين: ذكر ، أنثى.
- العمر : و هو على خمسة مستويات: أقل من 20 سنة، من 21-30 سنة، 31-40 سنة، 41-50 سنة ، أكثر من 50 سنة.

- المستوى التعليمي: و هو ستة مستويات: أساسي، ثانوي، دبلوم جامعي، بكالوريوس ، ماجستير، دكتوراه.
- اسم البنك الإسلامي؛ الذي يتعامل معه العميل، وفي هذا المتغير اخترنا مصرفين فقط هما الراجحي والبلاد.
- القسم الثاني: يمثل المتغيرات التابعة التي تتعلق بالخدمات التي يقدمها المصارف الإسلامية محل الدراسة، وهي 32 عبارة تمثل أبعاد الجودة الستة ، وهي (الملموسية – الاعتمادية – الاستجابة – الأمان – التعاطف – الالتزام الشرعي).

وقد ارتبطت العبارات 32 بمقياس ليكرت المكون من 5 نقاط تراوحت بين رقم (1)، و يعبر عن عدم الموافقة المطلقة على كل عبارة، و الرقم (5) و يعبر عن الموافقة المطلقة عليها، في حين يعبر الرقم (3) عن حيادية المقياس.

3. ثبات صدق المقياس:

وللتحقق من صدق الاستبانة كأداة لجمع البيانات تم عرضها على عدد من المحكمين المختصين في الإدارة المالية والمصرفية وإدارة الأعمال كما عرضت على عدد من أصحاب الخبرات العلمية والعملية المترجمة للتأكد من دقة صياغة فقرات الاستبانة وصحة العبارات المستخدمة ووضوح عناصرها ومصطلحاتها وقد جرى تعديل بعض الفقرات والعبارات لرفع درجة المصادقية للأداة وذلك قبل إخضاعها للتحليل الإحصائي وقد تم قياس مستوى الثبات والتناسق الداخلي للعوامل المكونة للأبعاد الستة لقياس جودة الخدمة المصرفية باستخدام مقياس (كرونباخ ألفا) وكانت نتائج التناسق الداخلي كالتالي:

أولاً: على المستوى الكلي بلغت النسبة 93.5%.

ثانياً: على مستوى الأبعاد:

1. البعد الأول الجوانب الملموسة من الخدمة المصرفية وتتكون من أربعة عوامل (1-4) وتساوي 61.9%.
 2. البعد الثاني الاعتمادية من الخدمة المصرفية وتتكون من أربعة عوامل (5-8) وتساوي 69.1%.
 3. البعد الثالث الاستجابة للخدمة المصرفية وتتكون من سبعة عوامل (9-15) وتساوي 78.7%.
 4. البعد الرابع الأمان في الخدمة المصرفية ويتكون من أربعة عوامل (16-19) وتساوي 77%.
 5. البعد الخامس التعاطف من الخدمة المصرفية ويتكون من خمسة عوامل (20-24) وتساوي 84.6%.
 6. البعد السادس الالتزام الشرعي ويتكون من ثمانية عوامل (25-32) وتساوي 82.7%.
- يلاحظ من النتيجة أن مستوى التناسق الداخلي بين العناصر المكونة لكل بعد من الأبعاد الخمسة يعتبر مقبولاً في مثل هذه الدراسات لأنه أعلى من الحد المقبول الذي هو (60%).

4. متغيرات الدراسة:

تألفت الدراسة من نوعين من المتغيرات هما:

- 1- المتغيرات المستقلة والتي تكونت من مجموعتين هما:
أ- أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإسلامية وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، فضلا عن الالتزام الشرعي.
- ب- الخصائص الشخصية للعاملين وهي: الجنس، العمر، المؤهل ، اسم البنك، مدة التعامل.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

2- المتغير التابع وهو جودة الخدمة المصرفية الاسلامية.

5. أساليب التحليل الإحصائي التي تم استخدامها

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي

استخدمت أساليب الإحصاء الوصفي للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء، وقياس اتجاهات إجابات العينة المبحوثة، وبيان درجة تركيز تلك الاجابات حول وسطها الحسابي، ودرجة تشتتها عن وسطها الحسابي.

ثانياً: أساليب الإحصاء الاستدلالي

استخدمت أساليب الإحصاء الاستدلالي للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء، وتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات اجابات العينة والمتوسط الاعتبائي للمقياس. كما تم استخدام هذا الاختبار لمعرفة أثر كل من العوامل (المؤهل، الخبرة، الدخل) على إجابات العينة المبحوثة، وما إذا كان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين إجابات العينة عند مستوى خطأ 0.05. ودرجة ثقة 0.95.

وقد استخدمت أساليب الإحصاء الاستدلالي الآتية:

■ اختبار "ت" لعينة واحدة

للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء وذلك بمقارنة قيمة المتوسط الملاحظ - المحسوب - لإجابات أفراد العينة بقيمة المتوسط الاعتبائي للمقياس، والذي يتم حسابه بضرب عدد العبارات في قيمة البديل المحايد، والتي تساوي (3) في مقياسنا هذا وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (1) أبعاد الجودة ومتوسطاتها الاعتبائية

أبعاد الجودة	المتوسط الاعتبائي
الجودة الكلية	$96 = 3 * 32$
بعد الملموسية	$12 = 3 * 4$
بعد الاعتمادية	$12 = 3 * 4$
بعد الاستجابة	$21 = 3 * 7$
بعد الأمان	$12 = 3 * 4$
بعد التعاطف	$15 = 3 * 5$
بعد الالتزام الشرعي	$24 = 3 * 8$

■ اختبار "ت" للمجموعات المستقلة

لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق بين متوسطات الدرجات على مقياس الاتجاهات ترجع إلى متغير الجنس (ذكر - أنثى) والبنك الذي يتم التعامل معه (الراجحي- البلاد)

■ اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

تم استخدام هذا الاختبار لمعرفة أثر كل من العوامل (المؤهل، الخبرة، مدة التعامل) على إجابات العينة المبحوثة، وما إذا كان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين إجابات العينة عند مستوى خطأ 0.05. ودرجة ثقة 0.95

ب. تحليل الفرضيات

الفرضية الأولى: أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة.

أولاً: لاثبات صحة أو خطأ الفرضية سنستخدم التحليل الوصفي.

سيتم إيجاد مستوى الخدمات المصرفية لكل خدمة على حدة وذلك باستخدام أسلوب النسب المنوية والأوزان النسبية لكل بند كما هو موضح في الجدول الآتي:



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء
"دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

جدول (2) نسب الموافقة وعدم الموافقة والحياد والمتوسطات

م	العبارة	مجموع الموافقة		محايد		مجموع عدم الموافقة	
		%	ن	%	ن	%	ن
1	مباني البنك ومرافقه ملائمة وجذابة للعملاء.	89.9%	62	7.2%	5	2.9%	2
2	التصميم الداخلي للبنك منظم ومريح للعملاء.	66.7%	46	17.4%	12	15.9%	11
3	يستخدم البنك أحدث التقنيات في عملياته المصرفية.	82.6%	57	11.6%	8	5.8%	4
4	مظهر موظفي البنك مرتب ولائق.	87.0%	60	11.6%	8	1.4%	1
5	يعتبر البنك خدمة العميل من أهم أولوياته.	58.0%	40	31.9%	22	10.1%	7
6	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة.	52.2%	36	42.0%	29	5.8%	4
7	ينجز موظفو البنك الخدمة بصورة صحيحة من أول مرة وبدون أخطاء.	62.3%	43	27.5%	19	10.1%	7
8	أنا على ثقة أن البنك يحتفظ بسجلات وملفات دقيقة مرتبة وخالية من الأخطاء.	50.7%	35	31.9%	22	17.4%	12
9	فترات الدوام في البنك مناسبة لي.	75.4%	52	7.2%	5	17.4%	12
10	أشعر بحسن استقبال للعميل في البنك.	53.6%	37	26.1%	18	20.3%	14
11	يتفهم موظفو البنك احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها.	52.2%	36	37.7%	26	10.1%	7
12	يجيب الموظفون على استفساراتي فوراً.	68.1%	47	20.3%	14	11.6%	8
13	يسارع موظفو البنك بتلبية طلب العملاء فوراً وبدون تأخير.	49.3%	34	39.1%	27	11.6%	8
14	أشعر أن الموظفين يفهمون طلبتي بسهولة.	75.4%	52	17.4%	12	7.2%	5
15	يسوفر البنك خدمة الاستفسار عن العمليات عبر الهاتف.	71.0%	49	15.9%	11	13.0%	9
16	أشعر بثقة وأمان في التعامل مع البنك.	89.9%	62	7.2%	5	2.9%	2
17	أشعر بثقة تامة في تعاملتي مع موظفي البنك.	87.0%	60	7.2%	5	5.8%	4
18	يتمتع موظفو البنك بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	69.6%	48	23.2%	16	7.2%	5
19	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بالعميل بسرية تامة.	89.9%	62	10.1%	7	0.0%	0
20	تولي إدارة البنك اهتمام ورعاية خاصة بكل عميل.	53.6%	37	29.0%	20	17.4%	12
21	يبدى العاملون في البنك روح الصداقة والود للعملاء.	47.8%	33	43.5%	30	8.7%	6



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

3.57	%8.7	6	%36.2	25	%55.1	38	يقوم موظفو البنك بتكليف الخدمة لتلبية طلبتي.	22
3.51	%14.5	10	%33.3	23	%52.2	36	يمكن الاعتماد على موظفي البنك في حل مشكلتي.	23
3.81	%15.9	11	%14.5	10	%69.6	48	يقدم البنك لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	24
3.68	%10.1	7	%39.1	27	%50.7	35	أرباح الودائع في البنك غير ثابتة، وغير محددة ابتداء، فهي تخضع لمبدأ المضاربة الشرعية بالربح والخسارة.	25
3.62	%11.6	8	%30.4	21	%58.0	40	البنك لا يعطي العميل نقودا، وإنما يشتري له سلعة فقط.	26
3.71	%10.1	7	%30.4	21	%59.4	41	البنك يمتلك السلعة باسمه أولا ثم يعيد بيعها للعميل.	27
3.46	%11.6	8	%40.6	28	%47.8	33	يحدد البنك الزيادة مقابل الأجل في المراجعة بعد شرائه للسلعة.	28
3.77	%11.6	8	%29.0	20	%59.4	41	البنك لا يعيد شراء السلعة من العميل بعد بيعها له.	29
3.20	%21.7	15	%40.6	28	%37.7	26	لا يفرض البنك غرامات تأخير على العميل المعسر الذي لا يستطيع الوفاء بديونه.	30
3.68	%8.7	6	%37.7	26	%53.6	37	لا يلزم البنك العميل بشراء السلعة إذا كانت لا توافق المواصفات المطلوبة.	31
2.94	%34.8	24	%31.9	22	%33.3	23	يصدر البنك بطاقات - فيزا - لعملائه، بدون أي عمولات أو رسوم تأخر عن السداد.	32
3.7	المتوسط الحسابي المرجح لجميع بنود الاستبانة							

- بهدف تحليل بيانات الجدول (2) لإثبات صحة أو خطأ الفرضية الأولى تم تحديد موقع مصطلح مرتفع الوارد في الفرضية في سلم الوسط الحسابي كما يأتي:
- بما أن المقياس خماسي فإن المدى يساوي 4 ومن ثم فإن البعد أو العبارة ذات الجودة المرتفعة هي التي يقع متوسطها الحسابي بين (3.40 - 4.20) والجودة المرتفعة جدا هي التي يقع متوسطها الحسابي بين (4.20 - 5). وبالقراءة نظرة فاحصة على مكونات الجدول (2) نجد ما يأتي: 1. أن متوسط 28 عبارة من عدد 32 عبارة تقع ضمن درجة جودة كبيرة أو مرتفعة.
2. أن هناك عبارتان تقعان ضمن درجة الجودة الكبيرة جدا وهما العبارة الرابعة المتعلقة بمظهر موظفي البنك والعبارة التاسعة عشر المتعلقة بسرية التعامل مع المعلومات الخاصة بالعميل.
3. أن العبارتين اللتين حصلتا على درجة جودة أقل من مرتفع هما العبارة 30، والعبارة 32 المتعلقة برسوم التأخير، وقد حصلتا على درجة متوسط مما يعني أن كثير من عملاء المصارف الإسلامية لم يتعرض لغرامات تأخير وأن المسألة استثنائية وليست قاعدة عامة. ورغم ذلك سيكون لها أثر سلبي على رضى العملاء الذين يتعاملون مع المصارف الإسلامية بدافع عقدي لاعتقادهم بعدم شرعيتها. وهذا ما لمسها الباحث من خلال مقابلة كثير من العملاء.
4. وخلاصة الأمر يظهره المتوسط الحسابي المرجح لجميع بنود الاستبانة إذ يبلغ 3.7 وهذه النسبة ضمن درجة جودة كبيرة أو مرتفعة.



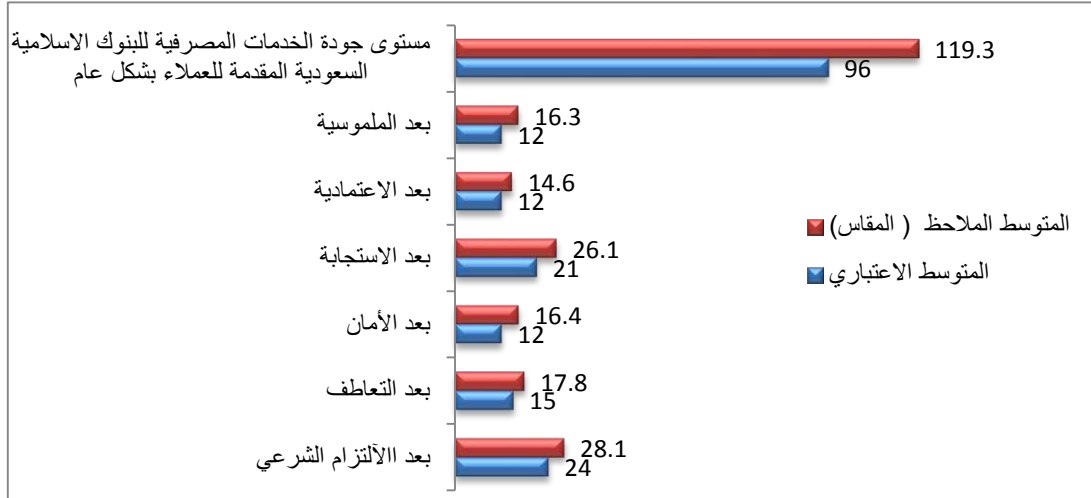
قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

ثانيا: للتأكد من صحة أو خطأ الفرضية سنستخدم التحليل الاستدلالي اختبار "ت" لعينة واحدة للتأكد من مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء وذلك بمقارنة قيمة المتوسط الملاحظ لأجابات أفراد العينة بقيمة المتوسط الاعتبائي للمقياس ، والتي يتم حسابها بضرب عدد العبارات في قيمة البديل المحايد، والتي تساوي (3) ، كما هو مبين في الجدول الآتي:
جدول (3) متوسط الجودة الكلية وأبعادها وانحرافاتها المعيارية ومستوى دلالتها

Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	T	Std. Deviation	Mean	Test Value	N	الأبعاد
27.3	.00	68	13.11	17.25	119.3	96	69	مستوى الجودة الكلية
4.3	.00	68	14.43	2.46	16.3	12	69	بعد الملموسية
2.6	.00	68	7.761	2.82	14.6	12	69	بعد الاعتمادية
5.1	.00	68	9.334	4.50	26.1	21	69	بعد الاستجابة
4.4	.00	68	15.18	2.40	16.4	12	69	بعد الأمان
2.8	.00	68	6.348	3.70	17.8	15	69	بعد التعاطف
4.1	.00	68	6.041	5.60	28.1	24	69	بعد الالتزام الشرعي

* جميع ابعاد الجودة دالة عند مستوى 0.05

N مجموع العينة المستجيبة =69



شكل (1) متوسط الجودة الكلية وأبعادها وانحرافاتها المعيارية ومستوى دلالتها

نلاحظ من الجدول (3) والشكل (1) أن:

- 1- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء بشكل عام مرتفعة ، إذ أن المتوسط المحسوب (119.3) أعلى من المتوسط الاعتبائي (96) وبزيادة قدرها 27.3 ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) مقابل لقيمة (ت) البالغة (13.13).
- 2- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الملموسية مرتفعة، إذ أن المتوسط المحسوب (16.3) أعلى من المتوسط الاعتبائي (12) وبزيادة قدرها 4.3 ، وهذا الفرق دال احصائيا إذ بلغت قيمة (ت) 14.4 عند مستوى دلالة (0.05).



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

- 3- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الاعتمادية مرتفعة ، إذ أن المتوسط المحسوب (14.6) أعلى من المتوسط الاعتباري (12) وبزيادة قدرها 2.6 ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) مقابل لقيمة (ت) البالغة (7.8).
- 4- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الاستجابة مرتفعة ، إذ أن المتوسط المحسوب (26.1) أعلى من المتوسط الاعتباري (21) وبزيادة قدرها 5.1 ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) مقابل لقيمة (ت) البالغة (9.3).
- 5- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الأمان مرتفعة، إذ أن المتوسط المحسوب (16.4) أعلى من المتوسط الاعتباري (12) وبزيادة قدرها 4.4 ، وهذا الفرق دال احصائيا، إذ بلغت قيمة (ت) 15.2 عند مستوى دلالة (0.05).
- 6- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد التعاطف مرتفعة ، إذ أن المتوسط المحسوب (17.8) أعلى من المتوسط الاعتباري (15) وبزيادة قدرها 2.8 ، وهذا الفرق دال احصائيا، إذ بلغت قيمة (ت) 6.3 عند مستوى دلالة (0.05).
- 7- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الالتزام الشرعي مرتفعة ، إذ أن المتوسط المحسوب (28.1) أعلى من المتوسط الاعتباري (24) وبزيادة قدرها 4.1 ، وهذا الفرق دال احصائيا، إذ بلغت قيمة (ت) 6 عند مستوى دلالة (0.05).

القرار:

بما أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة بشكل عام ، وعلى كل بعد من ابعاد المقياس (الملموسية - الاعتمادية- الاستجابة- الأمان- التعاطف) فإن القرار قبول الفرضية الأصلية التي تقول: أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة.

الفرضية الثانية: لا تختلف الأهمية النسبية لأراء عملاء البنوك الاسلامية لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم بين بعد وآخر من الأبعاد الستة الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، الالتزام الشرعي.

للتأكد من صحة هذه الفرضية لجأ الباحث الى استخدام أسلوب المتوسطات والتباين والانحراف المعياري، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (4) نسب الموافقة وعدم الموافقة والحياد والمتوسطات للأبعاد

البعد	نسبة الموافقة	نسبة الحياد	نسبة عدم الموافقة	المتوسطات	الانحراف المعياري	التباين	الترتيب حسب المتوسطات
بعد الأمان: وتعني اعطاء الثقة والأمان للعميل.	0.84	0.12	0.04	4.0942	.60040	.360	الأول
بعد الملموسية، ويقصد به التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظف.	0.82	0.12	0.06	4.0725	.61552	.379	الثاني
بعد الاستجابة؛ تعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.	0.63	0.23	0.14	3.7226	.64304	.413	الثالث
بعد الاعتمادية؛ وتعني القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.	0.56	0.34	0.10	3.6594	.70577	.498	الرابع
بعد التعاطف: يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.	0.56	0.32	0.12	3.5652	.73960	.547	الخامس
الالتزام الشرعي.	0.50	0.35	0.15	3.5091	.70003	.490	السادس



قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

بالقاء نظرة فاحصة على مكونات الجدول (4) نجد اختلاف الأهمية النسبية لأبعاد الجودة ، إذ حصل بعد الأمان وثقة العملاء بالمصارف الإسلامية على أعلى درجة الجودة بنسبة 84% ومتوسط حسابي قدره (4.09) وانحراف معياري 0.60 ، يليه بعد الملموسية ، ويقصد بها التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للمصرف بنسبة موافقة قدرها 82% ومتوسط حسابي قدره (4.07) وانحراف معياري 0.62 يليه بعد الاستجابة ، ويقصد بها الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة له بنسبة موافقة 0.63 ومتوسط حسابي 3.7 وانحراف معياري 0.64. يليه بعد الاعتمادية ؛ وتعنى القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق بنسبة موافقة 0.56 ومتوسط حسابي (3.7) وانحراف معياري 0.70. يليه بعد التعاطف الذي يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي بالعميل، وذلك بنسبة موافقة 0.56 ومتوسط حسابي قدره (3.6) وانحراف معياري 0.74 ويحتل في المرتبة الأخير بعد الالتزام الشرعي بنسبة موافقة 50% ومتوسط حسابي قدره (3.5) وانحراف معياري 0.70. من هذه النتيجة يتضح أنه رغم أن نسب الرضى عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة بنسب تتراوح بين (0.50 - 0.84) وبمتوسطات حسابية تتراوح بين (3.5 - 4.09) وانحرافات معيارية محدودة جدا إذ تتراوح بين (0.61 - 0.73). إلا أن أهميتها النسبية تتفاوت من بعد لآخر فنجدها في أبعاد الأمان والثقة والجوانب المادية - الملموسية - مرتفعة جدا وهذا حسن ، لكنها بالمقابل لم تعط نفس الاهتمام للجوانب التطبيقية وهي الاستجابة لرغبات العملاء ومساعدتهم وتطوير الخدمة المقدمة لهم، وكذلك الاهتمام الشخصي بالعميل، وأهم من ذلك كله البعد الذي تأسست المصارف الإسلامية من أجله وهو الالتزام الشرعي فقد حصل على أدنى درجة جودة وهي 0.50

القرار:

بناء على ما سبق: فإن القرار رفض الفرضية الأصلية لاختلاف الأهمية النسبية لأراء عملاء البنوك الإسلامية لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم بين بعد وآخر من الأبعاد الستة الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، الالتزام الشرعي. الفرضية الثالثة: لا يختلف تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المصرفية باختلاف: العمر - الجنس - المستوى التعليمي - عدد مرات التعامل - البنك الذي يتعامل معه العميل. سيتم التأكد من صحة هذه الفرضية من خلال تجزئتها الى خمس فرضيات فرعية كما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الإسلامية باختلاف الجنس.

لاختبار صحة الفرضية سوف نلجأ الى اختبار t لتحليل التباين لإجابات العينة الموضحة في الجدول الآتي:

جدول (5) تحليل التباين تبعا للجنس

Sig. (2-tailed)	df	t	Mean Difference	Std. Deviation	Mean	N	الجنس
.002	67	-3.2	-15.5	16.90	116.11	55	ذكر
				12.71	131.64	14	أنثى

تشير نتائج اختبار t في الجدول (5) أعلاه الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس إذ بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة 0.002 وهي أقل من النسبة المعيارية 0.05 التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لرفض فرضية العدم. وذلك لصالح الاناث إذ بلغ متوسط الجودة الكلية لإجابات الاناث 131.64 وانحراف معياري 12.71 مقابل متوسط 116.11 للذكور وانحراف معياري 16.90. ومن خلال تتبعي لأسباب هذه النتيجة ومناقشة بعض الطالبات ممن يتعاملن مع البنوك تبين لي أن الاناث يحظين بمعاملة خاصة. أي أن أسلوب أداء الخدمة واستشعار حاجة الزبون في الفروع النسائية أكثر جودة.

الفرضية الفرعية الثانية : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الإسلامية باختلاف نوع البنك.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء
"دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

كما في التحليل السابق أيضا لاختبار صحة الفرضية سوف نلجأ الى اختبار t لتحليل التباين لإجابات العينة الموضحة في الجدول الآتي:

جدول (6) تحليل التباين تبعا لنوع البنك

Sig. (2-tailed)	df	t	Mean Difference	Std. Deviation	Mean	N	اسم البنك
.72	66.00	-.36	-1.64	15.32	119.21	48	الراجحي
				20.88	120.85	20	البلاد

تشير نتائج اختبار T في الجدول (6) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير نوع البنك إذ بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة 0.72 وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.05 التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لرفض فرضية العدم ، أي أن اجابات عملاء المصارف الاسلامية عن مستوى جودة الخدمات المصرفية الاسلامية لا تختلف بين بنك الراجحي والبلاد. الفرضية الفرعية الثالثة : لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية باختلاف العمر.

لاختبار صحة الفرضية سوف نلجأ الى اختبار F لتحليل التباين لإجابات العينة الموضحة في الجدول الآتي:

جدول (7) تحليل التباين تبعا للعمر

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	العمر
0.27	1.35	398.29	2.00	796.58	Between Groups
		294.34	66.00	19426.72	Within Groups
			68.00	20223.30	Total

تشير نتائج اختبار f في الجدول (7) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير العمر إذ بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة 0.27 وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.05 التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لرفض فرضية العدم، أي أن اجابات عملاء المصارف الاسلامية عن مستوى جودة الخدمات المصرفية الاسلامية لا تختلف بين باختلاف العمر. الفرضية الفرعية الرابعة : لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية باختلاف المستوى التعليمي.

لاختبار صحة الفرضية سوف نلجأ الى اختبار F لتحليل التباين لإجابات العينة الموضحة في الجدول الآتي:

جدول (8) تحليل التباين تبعا للمؤهل

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	المؤهل
.556	.759	228.9	4	915.5	Between Groups
		301.7	64	19307.8	Within Groups
			68	20223.3	Total

تشير نتائج اختبار f في الجدول (8) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا للمستوى التعليمي إذ بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة 0.556 وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.05 التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لرفض فرضية العدم، أي أن اجابات عملاء المصارف الاسلامية عن مستوى جودة الخدمات المصرفية الاسلامية لا تختلف باختلاف المستوى التعليمي.



قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

الفرضية الفرعية الخامسة : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الإسلامية تبعا لمدة التعامل مع البنك.

لاختبار صحة الفرضية سوف نلجأ الى اختبار F لتحليل التباين لإجابات العينة الموضحة في الجدول الآتي
جدول (9) تحليل التباين تبعا لمدة التعامل

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	مدة التعامل	
.004	5.912	1536.288	2	3072.576	Between Groups	مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء
		259.860	66	17150.728	Within Groups	
			68	20223.304	Total	

تشير نتائج اختبار f في الجدول (9) أعلاه الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير مدة التعامل مع البنك إذ بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة 0.004 وهي أصغر من النسبة المعيارية 0.05 التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لفرض فرضية العدم. وهذا يعني أن اجابات عملاء المصارف الإسلامية عن مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية تختلف باختلاف مدة التعامل مع البنك.

ولمعرفة مصادر الفروق بين مدد التعامل مع البنك تم استخدام اختبار LSD و scheffe للمقارنات البعدية فكانت النتيجة أنه يوجد فروق دالة احصائية في تقدير أفراد العينة تبعا لمتغير سنوات التعامل مع البنك وذلك بين المدة من 1- 5 سنوات ، 6 - 10 سنوات لصالح 6- عشر سنوات فأكثر. ومن خلال المقابلات وجدنا أن العملاء القداماء أكثر رضى من العملاء الجدد وذلك بسبب العلاقات الشخصية التي ربطتهم بموظفي البنوك.. واستجابات أولئك الموظفون السريعة لحاجاتهم ومعالجة مشاكلهم.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

من خلال الدراسة والتحليل يمكن للباحث إجمال النتائج التي توصلت إليها الدراسة بالآتي:

1. أظهرت الدراسة أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء بشكل عام مرتفعة، إذ أن المتوسط المحسوب (119.3) أعلى من المتوسط الاعتيادي (96) وبزيادة قدرها 27.3 ، وهذه النتيجة تتفق الى حد ما مع ما توصلت اليه دراسة الحدابي 2005 ، والأثوري والمعري 2007م عن المصارف الإسلامية اليمنية، وهذا التطابق في النتائج يعكس مدى اهتمام إدارات المصارف الإسلامية عامة في تحقيق مستويات عالية من جودة الخدمة المصرفية بغض النظر عن القطر الذي تعمل فيه.
2. أن الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء تختلف من بعد الى آخر، إذ حصل بعد الأمان وثقة العملاء بالمصارف الإسلامية على أعلى درجة موافقة بنسبة 84% ومتوسط حسابي قدره (4.09) وانحراف معياري 0.60 ، يليه بعد الملموسية بنسبة موافقة قدرها 82% ومتوسط حسابي قدره (4.07) وانحراف معياري 0.62 ، يليه بعد الاستجابة بنسبة موافقة 0.63 ومتوسط حسابي قدره (3.7) وانحراف معياري 0.64 ، يليه بعد الاعتمادية بنسبة موافقة 0.56 ومتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري 0.70 يليه بعد التعاطف وذلك بنسبة موافقة 56% ومتوسط حسابي قدره (3.6) وانحراف معياري 0.74 ويحتل في المرتبة الأخير بعد الالتزام الشرعي بنسبة 50% ومتوسط حسابي قدره (3.5) وانحراف معياري 0.70. من هذه النتيجة نستنتج أنه رغم أن نسب الرضى عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة بنسب تتراوح بين (0.50 - 0.84) كما في الفقرة 1 ، إلا أن أهميتها النسبية تتفاوت من بعد لآخر فنجدها في أبعاد الأمان والثقة والجوانب المادية - الملموسية - مرتفعة جدا وهذا حسن ، لكنها بالمقابل لم تعط نفس الاهتمام للجوانب التطبيقية وهي الاستجابة لرغبات العملاء ومساعدتهم وتطوير الخدمة المقدمة لهم، وكذلك الاهتمام الشخصي بالعميل، وأهم من ذلك كله البعد الذي تأسست المصارف الإسلامية من أجله وهو الالتزام الشرعي فقد حصل على أدنى درجة جودة وهي 0.50 .



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

- ففي بعد الاستجابة ، أظهرت اجابات العملاء ضعف اهتمام موظفو المصارف الاسلامية محل الدراسة (الراجحي - البلاد) باحتياجاتهم والسعي لتحقيقها وحسن استقبالهم وكذا المسارعة في تلبية طلباتهم. فقد حصلت عبارة أشعر بحسن استقبال للعميل في البنك على نسبة موافقة قدرها 53.6% ، كما حصلت عبارة يفهم موظفو البنك احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها على نسبة موافقة قدرها 52.2% فقط.
- وفي بعد التعاطف الذي يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي بالعميل، أظهرت اجابات العملاء ضعف اهتمام ادارة البنوك بالعميل وابداء روح الصداقة والود لهم وتكثيف الخدمة وفقا لاحتياجاتهم ومساعدتهم في حل مشاكلهم. فمثلا حصلت عبارة: يبدي العاملون في البنك روح الصداقة والود للعملاء. على نسبة موافقة قدرها 47.8% فقط.
- أما بعد الالتزام الشرعي الذي حصل على أقل نسبة رضى أو موافقة فيرجع ذلك الى عدة أسباب استنتجها الباحث من خلال المقابلات مع العملاء.
- فن خلال المقابلات التي أجراها الباحث مع كثير من العملاء، في أربع مناطق مختلفة في المملكة العربية السعودية هي (المدينة المنورة - جدة - أبها - نجران) وجدناهم متشككون من بعض الخدمات المصرفية الاسلامية سيما التورق المصرفي. ومتذمرون من ارتفاع أسعار - أرباح - البيوع الآجلة وأنها أكبر من أسعار البنوك التقليدية.
- أيضا متشككون من شرعية عمولة أو رسوم التأخير - رغم محدوديتها - عن سداد الدين في بطاقة الائتمان والمراوحة، وتشككهم من امتلاك البنك للسلعة.
3. أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية ترجع الى العمر، المستوى التعليمي، نوع البنك المتعامل معه، وبناء على هذه النتيجة والنتيجة في الفقرة 1 نستنتج أن هناك رضى عام عن مستوى الخدمة المصرفية من جميع شرائح العملاء.
4. أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية ترجع الى الجنس لصالح الاناث. ومن خلال تتبعي لأسباب هذه النتيجة ومناقشة بعض الطالبات سيما الدارسات في برنامج المصارف ويتعاملن مع البنوك تبين لي أن الاناث يحظين بمعاملة خاصة.. أي أن أسلوب أداء الخدمة واستشعار حاجة الزبون في الأقسام النسائية أكثر جودة.
5. أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية ترجع الى مدة التعامل لصالح 6- عشر سنوات فأكثر. ويرجع ذلك التباين الى أن العملاء القدماء أكثر رضى من العملاء الجدد بسبب العلاقات الشخصية التي تربطهم بموظفي البنوك.. واستجاباتهم السريعة لحاجاتهم ومعالجة مشاكلهم.

ثانيا: التوصيات

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، ونتيجة للمنافسة القوية التي تواجهها المصارف الاسلامية من البنوك التقليدية (الوطنية - الدولية) ذات الخبرة الطويلة والمراكز المالية القوية سيما التي تقدم المنتجات والخدمات المالية الإسلامية، يمكن للباحث تقديم التوصيات التالية:
- 1- ضرورة اهتمام إدارة البنوك الاسلامية بتدريب موظفيها على مزيد من التميز في الأداء سيما فيما يتعلق في كيفية استقبال العملاء والرد على استفساراتهم والاهتمام باحتياجاتهم والسعي لتحقيقها والمسارعة في تلبية طلباتهم دون تأخير.
 2. ضرورة الالتزام بالضوابط الشرعية سيما تلك المتعلقة بالبيوع والديون و تقليص الاعتماد على صيغ المراوحة للأمر بالشراء والتورق المصرفي وزيادة الاعتماد على صيغ المشاركة البديل الشرعي السليم من كل شبهات الربا، لتبني للناظر بوضوح الفرق بينها وبين المصارف التقليدية وتساهم مساهمة فعالة في تحقيق أهدافها التنموية.
 3. اقامة مراكز تدريب واعلام، لتدريب الموظفين وتوعية العملاء والجمهور بصورة عامة عن الربا وصوره وأضراره للفرد والمجتمع ، والصيغ أو العقود الشرعية وأهميتها وضوابطها، والأرباح الشرعية.



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

الهوامش والمراجع:

- ¹ المصرفية الإسلامية ، مجلة مصرفية صادرة عن المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق ، العدد (8)، ديسمبر 2009م، ص43،42
- ¹ صلاح الطالب، قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية) بحث غير منشور.
- مديوني جميلة ومداح عرايبي الحاج، قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية باستخدام نموذج (Servqual) تجربة المصارف الاسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، بحث مقدم للملتقى الدولي الأول الذي يقيمه معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير بغرافية الجزائر، بعنوان الاقتصاد الاسلامي الواقع ورهانات المستقبل 24 فيفري 2011م ،
- جميل الأثوري وعبد الملك المعمرى ، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية من منظور العملاء، أكتوبر 2007م
- فارس أبو معمر، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الاسلامية، مج13 ، ع1 ، ص85
- ¹ جميل الأثوري وعبد الملك المعمرى، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية من منظور العملاء، أكتوبر 2007، ص7، نقلا عن معلا 2001 ص34.
- ¹ عوض بدير حداد، التسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة الطبعة الأولى، 1999، ص336 ، محسن الخضيرى، التسويق المصرفي، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الانجلو المصرية 1982 ، ص21 – 26.
- ¹ على السلمي، إدارة التميز، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2002م ص 128. و محمود الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان 2010م 1431هـ، ص19،20
- ¹ زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، حالة بنك الفلاحة والتنمية، بحث مقدم للحصول على درجة الدكتوراه، فرع التخطيط، جامعة الجزائر 2004 – 2005، ص98
- ¹ عوض حداد، مصدر سابق ، ص236.
- ¹ حمود فؤاد حسان، قياس جودة الخدمة في شركات التأمين بالتطبيق على شركات لقطاع العام(مصر، الشرق الأهلية)، مجلة آفاق جديدة، جامعة المنوفية، السنة9، العدد3، 1997، ص83.
- ¹ وفاء المبيريك ، جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية ، بحث مقدم في الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي (الواقع وآفاق التطوير) المنظمة العربية للتنمية الادارية ، الشارقة 15 – 16 أكتوبر 2002

ⁱ المصرفية الإسلامية ، مجلة مصرفية صادرة عن المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق ، العدد (8)، ديسمبر 2009م ، ص43،42

ⁱⁱ صلاح الطالب، قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية) بحث غير منشور.

مديوني جميلة ومداح عرايبي الحاج، قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية باستخدام نموذج (Servqual) تجربة المصارف الاسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، بحث مقدم للملتقى الدولي الأول الذي يقيمه معهد العلوم الاقتصادية



قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الاسلامية السعودية"

- التجارية وعلوم التسيير بغرافية الجزائر، بعنوان الاقتصاد الاسلامي الواقع ورهانات المستقبل 24 فيفري 2011م ،
جميل الأثوري وعبد الملك المعمرى ، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمينية من منظور العملاء،
أكتوبر 2007م
فارس أبو معمر، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الاسلامية،
مج 13 ، 1ع ، ص 85
- iii جميل الأثوري وعبد الملك المعمرى، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمينية من منظور العملاء،
أكتوبر 2007م، ص7، نقلا عن معلا 2001ص34.
- iv عوض بدير حداد، التسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر، القاهرة الطبعة الأولى، 1999،
ص336 ، محسن الخضيري، التسويق المصرفي، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الانجلو
المصرية 1982 ، ص 21 – 26.
- v على السلمي، إدارة التميز، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، 2002م ص 128. و محمود
الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان
2010م 1431هـ، ص20، 19
- vi زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، حالة بنك الفلاحة والتنمية، بحث مقدم للحصول على
درجة الدكتوراه، فرع التخطيط، جامعة الجزائر 2004 – 2005، ص98
- vii عوض حداد، مصدر سابق ، ص236.
- viii حمود فؤاد حسان، قياس جودة الخدمة في شركات التأمين بالتطبيق على شركات لقطاع العام
(مصر، الشرق الأهلية)، مجلة أفاق جديدة، جامعة المنوفية، السنة9، العدد3، 1997، ص83.
- ix وفاء المبيريك ، جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية ، بحث مقدم في الملتقى
الأول للتسويق في الوطن العربي (الواقع وآفاق التطوير) المنظمة العربية للتنمية الادارية ، الشارقة
15 – 16 أكتوبر 2002م ، ص 244 ، 245.



**Measure the quality of Islamic banking customer perspective,
Empirical Study on some Islamic banks Arabia**

Abstract:

This study aims to identify the level of quality of Islamic banking services in the Kingdom of Saudi Arabia. It also investigates the importance of the various dimensions of the quality of banking services. The sample of the study included 69 clients of Al Rajhi Bank and Al-Bilad Bank. The study concluded that the overall level quality of services that Islamic banking offer is high. However, their relative importance varies from one dimension to another. The security, confidence and physical aspects are very high which this is a good point. On the other hand, the application aspects do not get the same importance. These aspects include the customer's wishes, helping them to improve the services offered to them, and the personal attention of the customer. The most important dimension the Islamic banks have been established to offer is legitimate commitment has got the lowest degree of quality (0.50).

Key word/ Quality , Islamic Banking