

قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء،

دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية*

د. صادق أحمد عبد الله السبئي*

ملخص: 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 (٦٩) مفردة وخلصت إلى 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 ٠,٥٠.

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).

* البحث مدعوم من جامعة نجران برقم ١٨ / ١٢

* أستاذ مساعد في جامعة نجران.

أولاً: الجانب المنهجي

تمهيد

شهدت الصيرفة الاسلامية نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة اثر اهتزاز الثقة الدولية بالآلية المصرفية التقليدية، فيشير استطلاع أجرته (the Banker) أن صناعة المعاملات المالية الاسلامية واصلت بناء نظام قوي وقابل للاستمرار، وغير متأثر بما أصاب الآخرين، وأن معدل النمو السنوي المضاعف للصيرفة الاسلامية بلغ ٢٧,٩% من عام ٢٠٠٦ - ٢٠٠٩م. ففي العام الثاني للأزمة المالية العالمية ٢٠٠٩م بلغ معدل النمو ٢٨,٩% حيث ارتفعت الأصول المملوكة للمصارف التي تعمل وفقا للشريعة الاسلامية من ٦٣٩ عام ٢٠٠٨ الى ٨٢٢مليار دولار عام ٢٠٠٩م. وتحتل المملكة العربية السعودية الترتيب الثاني عالميا في حجم الأصول المالية الاسلامية بعد ايران، حيث بلغت قيمة أصولها المتوافقة مع الشريعة الاسلامية ٢٠٠٩م قرابة ١٢٨ مليار دولار^١.

ومع ذلك فإن المصارف الاسلامية 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، إضافة الى أن المصارف الاسلامية ومن خلال دراسات واستطلاعات سابقة للباحث - تواجه العديد من انتقادات عملائها سيما مايتعلق منها بسعر خدمة بيع المرابحة 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.

إشكالية البحث

يسعى هذا البحث الى: التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال: التعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات التي تقدمها المصارف الاسلامية التي يتعاملون معها.. و معرفة 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:

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

فرضيات البحث:

- ١- أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للمصارف الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة.
- ٢- لا تختلف الأهمية النسبية لآراء عملاء البنوك الاسلامية 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.
- ٣- لا يختلف تقييم عملاء المصارف الاسلامية في المملكة العربية السعودية لجودة الخدمات المصرفية باختلاف: الجنس - العمر - المستوى التعليمي - عدد مرات التعامل- البنك الذي يتعامل معه العميل.

أهداف البحث Research Objectives

تهدف هذه الدراسة الى:

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

منهجية البحث Research Methodology

اعتمد البحث على المنهجين الوصفي والتحليلي كمايلي:

المنهج الوصفي: تم استخدامه لوصف الخدمات المصرفية وخصائصها وطرق قياسها، وذلك من خلال مانشر في الكتب العلمية، والدوريات، والرسائل وغيرها.

المنهج التحليلي: وذلك لقياس وتحليل جودة الخدمات التي تقدمها البنوك المبحوثة، من خلال استبانة عرضت على عينة من عملائها، قسمت هذه الاستمارة 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 - اضافة الى الالتزام الشرعي).

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من عملاء جميع المصارف الاسلامية العاملة في المملكة العربية السعودية، التي تثبت تقاريرها السنوية خلوها من القروض الربوية.

عينة البحث:

لصعوبة إجراء الدراسة على جميع عملاء المصارف الإسلامية العاملة في المملكة فقد اقتصرنا على عملاء أهم المصارف الإسلامية التي لها فروع في أربع مناطق هي (جدة - المدينة المنورة - أبها - نجران) وهي الراجحي - البلاد، وذلك لقرينهم من متناول الباحث وتمكنه من مقابلة المستهدفين.

تم توزيع قرابة ٩٠ 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.

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 رضا العملاء عن مستوى الأداء الشرعي، إضافة الى أنني لم أجد دراسة منشورة تناولت قياس الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية. ومن أهم هذه الدراسات ما يلي:^٢

أولاً: الدراسات العربية

١- دراسة الطالب ٢٠٠٣ م :

هدفت هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الاسلامية 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 (٤٠٠) استمارة على عملاء البنك الإسلامي الأردني والبنك العربي الإسلامي الدولي في مدينتي عمان واريد.

توصلت الدراسة الى ان هناك انطباع ايجابي عن جودة الخدمة المصرفية الاسلامية في جوانب الملموسية والاستجابة والتعاطف مع العميل ، أما مجالي الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة المرضية.

٢- دراسة مديوني ومداح ٢٠١١م:

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.

٣- دراسة الأثوري والمعمري ٢٠٠٧م.

تهدف الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمينية من منظور العملاء باستخدام نموذج servperf ولتحقيق هذا الهدف فقد استعانا الباحثان باستمارة استبيان وزعت على عدد ٣٦٠ 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 اليمينية (اسلامية وتقليدية) والمدركة من قبل العملاء مرتفعة.

٤- دراسة الرازي ٢٠٠٥م.

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 حدما.

٥- دراسة الحدابي ٢٠٠٥م

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 ١٦٠ 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 ٧٥%موافق.

ثانيا: الدراسات الأجنبية

Naser، وآخرون1999:

تهدف الدراسة الى قياس درجة الوعي ورضا عملاء البنوك الاسلامية تجاه الخدمات التي تقدمها المصارف الاسلامية الأردنية، وقد جمعت البيانات بواسطة استبيان وزعت ٣٠٠ استبانة واستعيد منها ٢٠٦ استمارات.

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

Azmi & haron2004

تهدف الدراسة الى قياس جودة خدمة العملاء في المصارف الاسلامية - دراسة حالة بنك اسلام ماليزيا بير هارد.

ثانيا: الاطار النظري

١. 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 وقيمتها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.^٣

٢. خصائص ومميزات الخدمات المصرفية

تتصف الخدمات المصرفية بخصائص عدة أهمها:^٤

- 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 انتاجها 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 حسب درجة التفاعل بين موظف المصرف والعميل.

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

٢. مفهوم جودة الخدمة المصرفية

تعددت التعريفات الموضوعية لمفهوم الجودة بسبب حداثة مفهوم الجودة بصورة عامة وجودة الخدمات خصوصا، غير أن كلها تركز على ارضاء العميل نذكر منها مايلي:^٥

- تعريف EDWARD DEMING ، الجودة بأنها تتوجه لاشباع حاجة المستهلك في الحاضر.
- تعريف Juran and Cryna أن الجودة هي الملائمة للاستعمال.
- تعريف Evans 1993 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.^٦
- إذن فالجودة هي: معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة.^٧ 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.^٨

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

٣. 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 والانطلاق 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:^٩

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

١. الجوانب المادية الملموسة.

٢. الاعتمادية.

٣. الاستجابة.

٤. الأمان والثقة.

٥. التعاطف مع العميل.

حيث يتكون هذا المقياس من مجموعتين تضم (٢٢) عبارة تهدف المجموعة الأولى الى قياس توقعات العملاء لخدمة المنشأة ، بينما تهدف المجموعة الثانية الى قياس أداء المنشأة وكلاهما يستخدم مقياس ليكرت. ويعد 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 استخداما في قياس جودة الخدمة المصرفية وهو ما سنعتمده في دراستنا هذه. 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.

٤. أبعاد جودة الخدمة المصرفية

اعتمادا على ماسبق في الفقرة (٣) يمكن تحديد ستة أبعاد لقياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الاسلامية وهي:

١. الملموسية؛ ويقصد به التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظفين.
٢. الاعتمادية؛ وتعنى القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.
٣. الاستجابة؛ تعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.
٤. الأمان؛ وتعني اعطاء الثقة والأمان للعميل.
٥. التعاطف مع الزبائن؛ و تقدير ظروفهم حيث يهتم هذا البعد بمستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.
٦. الالتزام الشرعي؛ يعنى بمدى التزام المصرف بالضوابط الشرعية في تمويلاته.

ثالثا: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

١- توصيف وتحليل عينة الدراسة

أ. توصيف عينة الدراسة

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 القرية من متناول الباحث وهي (جدة - المدينة المنورة - أبها - نجران) وتمكنه من مقابلة المستهدفين.

تم توزيع ٩٠ 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.. وقد بذل الباحث جهودا مضمينة في توزيع الاستبانة وتجميع اجاباتها استغرقت قرابة السنة استرد خلالها ٦٩ مفردة.

ب. تحليل عينة الدراسة

أظهرت نتائج الخصائص الشخصية للعينة المختارة لهذه الدراسة في مصرف الراجحي وبنك البلاد مايلي:
فيما يتعلق بالجنس فقد جاءت النسب متباينة بين الذكور والإناث بسبب عدم استطاعة الباحث الوصول الى أكبر عدد ممكن من الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور قرابة ٧١% وبلغت نسبة الاناث ٢٩%.
أما بالنسبة للعمر فقد تركزت أعمار العملاء بين ٢١ - ٥٠ سنة حيث بلغت قرابة ٩٨%. موزعة الى ٤٥% من ٢١ - ٣٠ سنة، ٣٧,٧% من ٣١ - ٤٠ سنة.

أما بالنسبة للمؤهل فقد أظهرت النتائج مستويات عالية توزعت بين ١٦% من حملة الدكتوراه ، ٩% من حملة الماجستير ٣٦% من حملة البكالوريوس ، ١٠% من حملة الدبلوم ، ٣٠% ثانوية عامة وهذا سينعكس على ايجابا على التقييم.

أما فيما يتعلق بمدة التعامل مع المصرفين فقد أظهرت النتائج خبرات كبيرة في تعامل المبحوثين مع المصرفين حيث بلغت نسبة من تعاملوا معهما لأكثر من عشر سنوات الراجحي خصوصا ٢٣,٢% ، و ٣٩% من المبحوثين بلغت مدة تعاملهم مع المصرفين بين ٥ - ١٠ سنوات. وقرابة ٣٨% بلغت مدة تعاملهم بين سنة الى ٥ سنوات، وهذه النسب أيضا تشكل ميزة ايجابية تساعد على تقديم اجابات موضوعية.

٢. 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 و خصائص الخدمة المصرفية الاسلامية حيث أضيف له بعدا سادسا تعلق بالالتزام الشرعي الذي تم صياغته من خلال سلسلة من المقابلات أجراها الباحث مع عدد من عملاء المصارف الاسلامية، اضافة الى 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، و ذلك على النحو التالي:

- الجنس: و هو على مستويين: ذكر ، أنثى.
- العمر : و هو على خمسة مستويات: أقل من ٢٠ سنة، من ٢١-٣٠ سنة، ٣١-٤٠ سنة، ٤١-٥٠ ، أكثر من ٥٠ سنة.
- المستوى التعليمي: وهو ستة مستويات: أساسي، ثانوي، دبلوم جامعي، بكالوريوس ، ماجستير، دكتوراه.
- اسم البنك الاسلامي؛ الذي يتعامل معه العميل، وفي هذا المتغير اخترنا مصرفين فقط هما الراجحي والبلاد.

القسم الثاني: يمثل المتغيرات التابعة التي تتعلق بالخدمات التي يقدمها المصارف الاسلامية محل الدراسة، وهي ٣٢ عبارة تمثل أبعاد الجودة الستة ، وهي (الملموسية - الاعتمادية - الاستجابة - الأمان - التعاطف - الالتزام الشرعي). و قد ارتبطت العبارات ٣٢ بمقياس ليكرت المكون من ٥ نقاط تراوحت بين رقم(١)، و يعبر عن عدم الموافقة المطلقة على كل عبارة، و الرقم(٥) و يعبر عن الموافقة المطلقة عليها، في حين يعبر الرقم(٣) عن حيادية المقياس.

٣. 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 المتراكمة 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 كالآتي:

أولاً: على المستوى الكلي بلغت النسبة ٩٣,٥%.

ثانياً: على مستوى الأبعاد:

١. البعد الأول الجوانب الملموسة من الخدمة المصرفية وتتكون من أربعة عوامل (١-٤) وتساوي ٦١,٩%.
 ٢. البعد الثاني الاعتمادية من الخدمة المصرفية وتتكون من أربعة عوامل (٥-٨) وتساوي ٦٩,١%.
 ٣. البعد الثالث الاستجابة للخدمة المصرفية وتتكون من سبعة عوامل(٩-١٥) وتساوي ٧٨,٧%.
 ٤. البعد الرابع الأمان في الخدمة المصرفية ويتكون من أربعة عوامل(١٦-١٩) ويساوي ٧٧%.
 ٥. البعد الخامس التعاطف من الخدمة المصرفية ويتكون من خمسة عوامل(٢٠-٢٤) وتساوي ٨٤,٦%.
 ٦. البعد السادس الالتزام الشرعي ويتكون من ثمانية عوامل(٢٥-٣٢) وتساوي ٨٢,٧%.
- 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 (٦٠%).

٤. متغيرات الدراسة:

تألفت الدراسة من نوعين من المتغيرات هما:

- ١- **المتغيرات المستقلة** والتي تكونت من مجموعتين هما:
أ- أبعاد جودة الخدمات المصرفية الاسلامية وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف مع العميل، إضافة الى الالتزام الشرعي.
ب- الخصائص الشخصية للعاملين وهي: الجنس، العمر، المؤهل ، اسم البنك، مدة التعامل.
- ٢- **المتغير التابع** وهو جودة الخدمة المصرفية الاسلامية.

٥. أساليب التحليل الإحصائي التي تم استخدامها

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي

استخدمت أساليب الإحصاء الوصفي للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء ، وقياس اتجاهات إجابات العينة المبحوثة ، وبيان درجة تمركز 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 الإسلامية 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 ٠,٠٥. ودرجة ثقة ٠,٩٥.

وقد استخدمت أساليب الإحصاء الاستدلالي الآتية:

▪ اختبار "ت" لعينة واحدة

للتعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء وذلك بمقارنة قيمة المتوسط الملاحظ - المحسوب - لاجابات أفراد العينة بقيمة المتوسط الاعتبائي للمقياس ، والذي يتم حسابه بضرب عدد العبارات في قيمة البديل المحايد، والتي تساوي (٣) في مقياسنا هذا وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (١) 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 - انثى) 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 ٠,٠٥ ودرجة ثقة ٠,٩٥ .

تحليل الفرضيات

الفرضية الأولى: أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء مرتفعة. **أولاً:** لاثبات صحة أو خطأ الفرضية سنستخدم التحليل الوصفي.

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

جدول (٢) نسب الموافقة وعدم الموافقة والحياد والمتوسطات

م	العبارة	مجموع الموافقة		محايد		مجموع عدم الموافقة	
		ن	%	ن	%	ن	%
١	مباني البنك ومرافقه ملائمة وجذابة للعملاء.	62	89.9%	5	7.2%	2	2.9%
٢	التصميم الداخلي للبنك منظم ومريح للعملاء.	46	66.7%	12	17.4%	11	15.9%
٣	يستخدم البنك أحدث التقنيات في عملياته المصرفية.	57	82.6%	8	11.6%	4	5.8%
٤	مظهر موظفي البنك مرتب ولائق.	60	87.0%	8	11.6%	1	1.4%
٥	يعتبر البنك خدمة العميل من أهم أولوياته.	40	58.0%	22	31.9%	7	10.1%
٦	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة.	36	52.2%	29	42.0%	4	5.8%
٧	ينجز موظفو البنك الخدمة بصورة صحيحة من أول مرة وبدون أخطاء.	43	62.3%	19	27.5%	7	10.1%
٨	أنا على ثقة أن البنك يحتفظ بسجلات وملفات دقيقة مرتبة وخالية من الأخطاء.	35	50.7%	22	31.9%	12	17.4%

3.86	%17.4	12	%7.2	5	%75.4	52	فترات الدوام في البنك مناسبة لي.	٩
3.55	%20.3	14	%26.1	18	%53.6	37	أشعر بحسن استقبال للعميل في البنك.	١٠
3.49	%10.1	7	%37.7	26	%52.2	36	يتفهم موظفو البنك احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها.	١١
3.83	%11.6	8	%20.3	14	%68.1	47	يجيب الموظفون على استفساراتي فوراً.	١٢
3.54	%11.6	8	%39.1	27	%49.3	34	يسارع موظفو البنك بتلبية طلب العملاء فوراً وبدون تأخير.	١٣
3.88	%7.2	5	%17.4	12	%75.4	52	أشعر أن الموظفين يفهمون طلبي بسهولة.	١٤
3.91	13.0%	9	15.9%	11	71.0%	49	يوفر البنك خدمة الاستفسار عن العمليات عبر الهاتف.	١٥
4.16	%2.9	2	%7.2	5	%89.9	62	أشعر بثقة وأمان في التعامل مع البنك.	١٦
4.10	%5.8	4	%7.2	5	%87.0	60	أشعر بثقة تامة في تعاملي مع موظفي البنك.	١٧
3.83	%7.2	5	%23.2	16	%69.6	48	يتمتع موظفو البنك بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	١٨
4.29	%0.0	0	%10.1	7	%89.9	62	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بالعميل بسرية تامة.	١٩
3.42	%17.4	12	%29.0	20	%53.6	37	تولي إدارة البنك اهتمام ورعاية خاصة بكل عميل.	٢٠
3.52	%8.7	6	%43.5	30	%47.8	33	يبيد العاملون في البنك روح الصداقة والود للعملاء.	٢١
3.57	%8.7	6	%36.2	25	%55.1	38	يقوم موظفو البنك بتكثيف الخدمة لتلبية طلبي.	٢٢
3.51	%14.5	10	%33.3	23	%52.2	36	يمكن الاعتماد على موظفي البنك في حل مشكلتي.	٢٣
3.81	%15.9	11	%14.5	10	%69.6	48	يقدم البنك لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	٢٤
3.68	%10.1	7	%39.1	27	%50.7	35	أرباح الودائع في البنك غير ثابتة، وغير محددة ابتداءً، فهي تخضع لمبدأ المضاربة الشرعية بالربح والخسارة.	٢٥
3.62	%11.6	8	%30.4	21	%58.0	40	البنك لا يعطي العميل نقوداً، وإنما يشتري له سلعة فقط.	٢٦
3.71	%10.1	7	%30.4	21	%59.4	41	البنك يمتلك السلعة باسمه أولاً ثم يعيد	٢٧

							بيعها للعميل.	
3.46	%11.6	8	%40.6	28	%47.8	33	يحدد البنك الزيادة مقابل الأجل في المربحة بعد شرائه للسلعة.	٢٨
3.77	%11.6	8	%29.0	20	%59.4	41	البنك لا يعيد شراء السلعة من العميل بعد بيعها له.	٢٩
3.20	%21.7	15	%40.6	28	%37.7	26	لا يفرض البنك غرامات تأخير على العميل المعسر الذي لا يستطيع الوفاء بديونه.	٣٠
3.68	%8.7	6	%37.7	26	%53.6	37	لا يلزم البنك العميل بشراء السلعة إذا كانت لا توافق المواصفات المطلوبة.	٣١
2.94	%34.8	24	%31.9	22	%33.3	23	يصدر البنك بطاقات - فيزا- لعملائه، بدون أي عمولات أو رسوم تأخر عن السداد.	٣٢
٣,٧	المتوسط الحسابي المرجح لجميع بنود الاستبانة							

يهدف تحليل بيانات الجدول (٢) لإثبات صحة أو خطأ الفرضية الأولى تم تحديد موقع مصطلح مرتفع الوارد في الفرضية في سلم الوسط الحسابي كما يلي:

بما أن المقياس خماسي فإن المدى يساوي ٤ وبالتالي فإن البعد أو العبارة ذات الجودة المرتفعة هي التي يقع متوسطها الحسابي بين (٣,٤٠ - ٤,٢٠) والجودة المرتفعة جدا هي التي يقع متوسطها الحسابي بين (٤,٢٠ - ٥).

وبالقاء نظرة فاحصة على مكونات الجدول (٢) نجد مايلي :

١. أن متوسط ٢٨ عبارة من عدد ٣٢ عبارة تقع ضمن درجة جودة كبيرة أو مرتفعة.

٢. 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.

٣. أن العبارتين اللتين حصلتا على درجة جودة أقل من مرتفع هما العبارة ٣٠ ، والعبارة ٣٢ المتعلقة برسوم التأخير، وقد حصلتا على درجة متوسط مما يعني أن كثير من عملاء المصارف الاسلامية لم يتعرض لغرامات تأخير وأن المسألة استثنائية وليست قاعدة عامة. ورغم ذلك سيكون لها أثر سلبي على رضى العملاء الذين يتعاملون مع المصارف الاسلامية بدافع عقدي لاعتقادهم بعدم شرعيتها. وهذا ما لمس الباحث من خلال مقابلة كثير من العملاء.

٤. وخلاصة الأمر يظهره المتوسط الحسابي المرجح لجميع بنود الاستبانة حيث يبلغ ٣,٧ وهذه النسبة ضمن درجة جودة كبيرة أو مرتفعة.

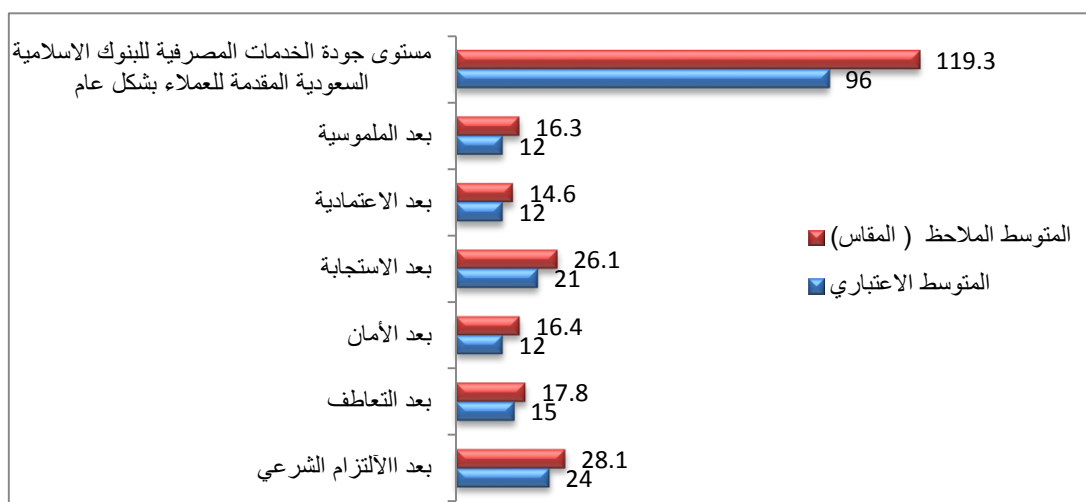
ثانياً: للتأكد من صحة أو خطأ الفرضية سنستخدم التحليل الاستدلالي اختبار "ت" لعينة واحدة للتأكد من مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء وذلك بمقارنة قيمة المتوسط الملاحظ لإجابات أفراد العينة بقيمة المتوسط الاعتبائي للمقياس ، والتي يتم حسابها بضرب عدد العبارات في قيمة البديل المحايد، والتي تساوي (٣) ، كما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول (٣) متوسط الجودة الكلية وأبعادها وانحرافات المعيارية ومستوى دلالتها

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

* جميع ابعاد الجودة دالة عند مستوى ٠,٠٥

N مجموع العينة المستجيبة = ٦٩



شكل (١) متوسط الجودة الكلية وأبعادها وانحرافات المعيارية ومستوى دلالتها

نلاحظ من الجدول (٣) والشكل (١) أن:

- ١- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء بشكل عام مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (١١٩,٣) أعلى من المتوسط الاعتباري (٩٦) وازيادة قدرها ٢٧,٣ ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مقابل لقيمة (ت) البالغة (١٣,١٣).
- ٢- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الملموسية مرتفعة، حيث أن المتوسط المحسوب (١٦,٣) أعلى من المتوسط الاعتباري (١٢) وازيادة قدرها ٤,٣ ، وهذا الفرق دال احصائيا حيث بلغت قيمة (ت) ١٤,٤ عند مستوى دلالة (٠,٠٥).
- ٣- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الاعتمادية مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (١٤,٦) أعلى من المتوسط الاعتباري (١٢) وازيادة قدرها ٢,٦ ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مقابل لقيمة (ت) البالغة (٧,٨).
- ٤- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الاستجابة مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (٢٦,١) أعلى من المتوسط الاعتباري (٢١) وازيادة قدرها ٥,١ ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مقابل لقيمة (ت) البالغة (٩,٣).
- ٥- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الأمان مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (١٦,٤) أعلى من المتوسط الاعتباري (١٢) وازيادة قدرها ٤,٤ ، وهذا الفرق دال احصائيا، حيث بلغت قيمة (ت) ١٥,٢ عند مستوى دلالة (٠,٠٥).
- ٦- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد التعاطف مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (١٧,٨) أعلى من المتوسط الاعتباري (١٥) وازيادة قدرها ٢,٨ ، وهذا الفرق دال احصائيا، حيث بلغت قيمة (ت) ٦,٣ عند مستوى دلالة (٠,٠٥).
- ٧- مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء والمتعلقة ببعد الالتزام الشرعي مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (٢٨,١) أعلى من المتوسط الاعتباري (٢٤) وازيادة قدرها ٤,١ ، وهذا الفرق دال احصائيا، حيث بلغت قيمة (ت) ٦ عند مستوى دلالة (٠,٠٥).

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 لآراء 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 (٤) نسب الموافقة وعدم الموافقة والحياد والمتوسطات للأبعاد

الترتيب حسب المتوسطات	التباين	الانحراف المعياري	المتوسطات	نسبة عدم الموافقة	نسبة الحياد	نسبة الموافق	البعد
الأول	.360	.60040	4.0942	٠,٠٤	٠,١٢	٠,٨٤	بعد الأمان: وتعني اعطاء الثقة والأمان للعميل.
الثاني	.379	.61552	4.0725	٠,٠٦	٠,١٢	٠,٨٢	بعد الملموسية، ويقصد به التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظف.
الثالث	.413	.64304	3.7226	٠,١٤	٠,٢٣	٠,٦٣	بعد الاستجابة؛ تعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.
الرابع	.498	.70577	3.6594	٠,١٠	٠,٣٤	٠,٥٦	بعد الاعتمادية؛ وتعني القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.
الخامس	.547	.73960	3.5652	٠,١٢	٠,٣٢	٠,٥٦	بعد التعاطف: يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.
السادس	.490	.70003	3.5091	٠,١٥	٠,٣٥	٠,٥٠	الالتزام الشرعي.

بالحفاظ نظرة فاحصة على مكونات الجدول (٤) نجد اختلاف الأهمية النسبية لأبعاد الجودة ، حيث حصل بعد الأمان وثقة العملاء بالمصارف الاسلامية على أعلى درجة الجودة بنسبة ٨٤% ومتوسط حسابي قدره (٤,٠٩) وانحراف معياري ٠,٦٠ ، يليه بعد الملموسية، ويقصد بها التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للمصرف بنسبة موافقة قدرها ٨٢% ومتوسط حسابي قدره (٤,٠٧) وانحراف معياري ٠,٦٢ ، يليه بعد الاستجابة ، ويقصد بها الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة له بنسبة موافقة ٦٣% ومتوسط حسابي ٣,٧ وانحراف معياري ٠,٦٤ . يليه بعد الاعتمادية ؛ وتعني القدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق بنسبة موافقة ٥٦% ومتوسط حسابي (٣,٧) وانحراف معياري ٠,٧٠ . يليه بعد التعاطف الذي يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي بالعميل، وذلك بنسبة موافقة ٥٦% ومتوسط حسابي قدره (٣,٦) وانحراف معياري ٠,٧٤ ويحتل في المرتبة الأخير بعد الالتزام الشرعي بنسبة موافقة ٥٠% ومتوسط حسابي قدره (٣,٥) وانحراف معياري ٠,٧٠ .

من هذه النتيجة يتضح أنه رغم أن نسب الرضى عن جودة الخدمات المصرفية الاسلامية مرتفعة بنسب تتراوح بين (٠,٥٠ - ٠,٨٤) وبمتوسطات حسابية تتراوح بين (٣,٥ - ٤,٠٩) وانحرافات معيارية محدودة جدا حيث تتراوح بين

٠,٦١ - ٠,٧٣ . الا 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 الاسلامية من أجله وهو الالتزام الشرعي فقد حصل على أدنى درجة جودة وهي ٠,٥٠

القرار:

بناء على ماسبق: فإن القرار رفض الفرضية الأصلية لاختلاف الأهمية النسبية لآراء عملاء البنوك الاسلامية 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 الاسلامية 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 : لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية باختلاف الجنس.

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

جدول (٥) تحليل التباين تبعا للجنس

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

تشير نتائج اختبار t في الجدول (٥) أعلاه الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس حيث بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة ٠,٠٠٢ وهي أقل من النسبة المعيارية ٠,٠٥ التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لرفض فرضية العدم.

وذلك لصالح الاناث حيث بلغ متوسط الجودة الكلية لإجابات الاناث ١٣١,٦٤ وانحراف معياري ١٢,٧١ مقابل متوسط ١١٦,١١ للذكور وانحراف معياري ١٦,٩٠. 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 : لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في تقييمات العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية باختلاف نوع البنك.

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

جدول (٦) 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	مستوى
				20.88	120.85	20	البلاد	الجودة الكلية

تشير نتائج اختبار T في الجدول (٦) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير نوع البنك حيث بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة ٠,٧٢ وهي أكبر من النسبة المعيارية ٠,٠٥ التي اخترناها كحد أقصى للخطأ المكن 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 (٧) تحليل التباين تبعا للعمر

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	العمر	
0.27	1.35	398.29	2.00	796.58	Between	مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعلاء
					Groups	
					Within	
		294.34	66.00	19426.72	Groups	
			68.00	20223.30	Total	

تشير نتائج اختبار f في الجدول (٧) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير العمر حيث بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة ٠,٢٧ وهي أكبر من النسبة المعيارية ٠,٠٥ 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 : لا توجد 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 (٨) تحليل التباين تبعا للمؤهل

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	المؤهل	
.556	.759	228.9	4	915.5	Between Groups	مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء
		301.7	64	19307.8	Within Groups	
			68	20223.3	Total	

تشير نتائج اختبار f في الجدول (٨) أعلاه الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا للمستوى التعليمي حيث بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة ٠,٥٥٦ وهي أكبر من النسبة المعيارية ٠,٠٥ 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.

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

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

جدول (٩) 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 الاسلامية السعودية المقدمة للعملاء
		259.860	66	17150.728	Within Groups	
			68	20223.304	Total	

تشير نتائج اختبار f في الجدول (٩) أعلاه الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات أفراد العينة تبعا لمتغير مدة التعامل مع البنك حيث بلغت الدلالة الاحصائية للعينة المحسوبة ٠,٠٠٤ وهي أصغر من النسبة المعيارية ٠,٠٥ التي اخترناها كحد أقصى للخطأ الممكن قبوله لفرض فرضية العدم. وهذا يعني أن اجابات عملاء المصارف الاسلامية عن مستوى جودة الخدمات المصرفية الاسلامية تختلف باختلاف مدة التعامل مع البنك.

ولمعرفة مصادر الفروق بين مدد التعامل مع البنك تم استخدام اختبار scheffe و LSD للمقارنات البعدية فكانت النتيجة أنه يوجد فروق دالة إحصائية في تقدير أفراد العينة تبعا لمتغير سنوات التعامل مع البنك وذلك بين المدة من ١-٥ سنوات ، ٦ - ١٠ سنوات لصالح ٦- عشر سنوات فأكثر. ومن خلال المقابلات وجدنا أن العملاء القدماء أكثر رضى من العملاء الجدد وذلك بسبب العلاقات الشخصية التي ربطتهم بموظفي البنوك.. واستجابات أولئك الموظفين السريعة لحاجاتهم ومعالجة مشاكلهم.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

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

١. أظهرت الدراسة أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء بشكل عام مرتفعة ، حيث أن المتوسط المحسوب (١١٩,٣) أعلى من المتوسط الاعتباري (٩٦) وازيادة قدرها ٢٧,٣ ، وهذا الفرق دال احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠٥) مقابل لقيمة (ت) البالغة (١٣,١٣). وهذه النتيجة تتفق الى حدما مع ماتوصلت اليه دراسة الحدابي ٢٠٠٥ ، والأثوري والمعمري ٢٠٠٧م.

وعلى مستوى الأبعاد أيضا مرتفعة حيث ظهرت النتيجة بين مرتفعة ٣,٥٠ من ٥ ومرتفة جدا تقريبا ٤,٠٩.

٢. أن الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية المقدمة للعملاء تختلف من بعد الى آخر، حيث حصل بعد الأمان وثقة العملاء بالمصارف الإسلامية على أعلى درجة موافقة بنسبة ٨٤% ومتوسط حسابي قدره (٤,٠٩) وانحراف معياري ٠,٦٠ ، يليه بعد الملموسية بنسبة موافقة قدرها ٨٢% ومتوسط حسابي قدره (٤,٠٧) وانحراف معياري ٠,٦٢ ، يليه بعد الاستجابة بنسبة موافقة ٦٣,٠٠ ومتوسط حسابي قدره (٣,٧) وانحراف معياري ٠,٦٤ ، يليه بعد الاعتمادية بنسبة موافقة ٥٦,٠٠ ومتوسط حسابي (٣,٦٥) وانحراف معياري ٠,٧٠ يليه بعد التعاطف وذلك بنسبة موافقة ٥٦% ومتوسط حسابي قدره (٣,٦) وانحراف معياري ٠,٧٤ ويحتل في المرتبة الأخير بعد الالتزام الشرعي بنسبة ٥٠% ومتوسط حسابي قدره (٣,٥) وانحراف معياري ٠,٧٠.

من هذه النتيجة يتضح أنه رغم أن نسب الرضى عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة بنسب تتراوح بين (٠,٥٠ - ٠,٨٤) وبمتوسطات حسابية تتراوح بين (٣,٥ - ٤,٠٩) من ٥ وانحرافات معيارية محدودة جدا حيث تتراوح بين (٠,٦١ - ٠,٧٣) . الا 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 ٠,٥٠ .

- 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 ٥٣,٦% ، كما حصلت عبارة يتفهم موظفو البنك احتياجات العملاء ويسعون لتحقيقها على نسبة موافقة قدرها ٥٢,٢% فقط.
- وفي بعد التعاطف الذي يهتم بمستوى العناية والاهتمام الشخصي بالعميل، أظهرت اجابات العملاء ضعف اهتمام ادارة البنوك بالعميل وابداء روح الصداقة والود لهم وتكليف الخدمة وفقا لاحتياجاتهم ومساعدتهم في حل مشاكلهم. فمثلا حصلت عبارة: يبدي العاملون في البنك روح الصداقة والود للعملاء. على نسبة موافقة قدرها ٤٧,٨% 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.
- فمن 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. ومنتذرون 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.
٣. أظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية الاسلامية ترجع الى العمر، المستوى التعليمي ، نوع البنك المتعامل معه.
٤. 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.
٥. أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية ترجع الى مدة التعامل لصالح ٦- عشر سنوات فأكثر. ويرجع ذلك التباين الى أن العملاء القداماء أكثر رضى من العملاء الجدد بسبب العلاقات الشخصية التي تربطهم بموظفي البنوك.. واستجاباتهم السريعة لحاجاتهم ومعالجة مشاكلهم.

ثانياً: التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة ، ونتيجة للمنافسة القوية التي تواجهها المصارف الإسلامية من البنوك التقليدية (الوطنية - الدولية) ذات الخبرة الطويلة والمراكز المالية القوية سيما التي تقدم المنتجات والخدمات المالية الإسلامية، يمكن للباحث تقديم التوصيات التالية:

- ١- ضرورة اهتمام إدارة البنوك الإسلامية بتدريب موظفيها على كيفية استقبال العملاء والرد على استفساراتهم والاهتمام باحتياجاتهم والسعي لتحقيقها والمساعدة في تلبية طلباتهم دون تأخير .
فهناك رغبة وحاجة للخدمات المصرفية الإسلامية لدى العديد من عملاء البنوك التقليدية إلا أن طريقة استقبال العميل وأسلوب تقديم الخدمة هي من الأسباب التي تقف عائقاً أمام العملاء في التعامل مع المصارف الإسلامية.
٢. العناية والاهتمام الشخصي بالعميل، وابداء روح الصداقة والود لهم وتكييف الخدمة وفقاً لاحتياجاتهم ومساعدتهم في حل مشاكلهم وتقديم المعلومات اللازمة عن كل خدمة جديدة.
٣. ضرورة الالتزام بالضوابط الشرعية سيما تلك المتعلقة بالبيع والديون و تقليص الاعتماد على صيغ المرابحة للآمر بالشراء والتورق المصرفي وزيادة الاعتماد على صيغ المشاركة البديل الشرعي السليم من كل شبهات الربا ، لتبني الناظر بوضوح الفرق بينها وبين المصارف التقليدية وتساهم مساهمة فعالة في تحقيق أهدافها التنموية.
٤. اقامة مراكز تدريب واعلام ، تدريب للموظفين وتوعية واعلام للعملاء والجمهور بصورة عامة عن الربا وصوره وأضراره للفرد والمجتمع ، والصيغ أو العقود الشرعية وأهميتها وضوابطها ، و الجزاءات والأرباح الشرعية.

الهوامش والمراجع:

- ^١ المصرفية الإسلامية ، مجلة مصرفية صادرة عن المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق ، العدد (٨) ، ديسمبر ٢٠٠٩م ، ص ٤٢،٤٣
- ^٢ صلاح الطالب، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية) بحث غير منشور .
- مديوني جميلة ومداح عرابي الحاج، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج (Servqual) تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، بحث مقدم للملتقى الدولي الأول الذي يقيمه معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير بقرادبية الجزائر، بعنوان الاقتصاد الإسلامي الواقع ورهانات المستقبل ٢٤ فيفري ٢٠١١م ،
- جميل الأثوري وعبدالملك المعمرى ، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية من منظور العملاء، أكتوبر ٢٠٠٧م
- فارس أبو معمر، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الإسلامية، مج ١٣ ، ١٤ ، ص ٨٥
- ^٣ جميل الأثوري وعبدالملك المعمرى، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية من منظور العملاء، أكتوبر ٢٠٠٧م، ص ٧، نقلا عن معلا ٢٠٠١ ص ٣٤.
- ^٤ عوض بدير حداد، التسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر، القاهرة الطبعة الأولى، 1999، ص ٣٣٦ ، محسن الخضيرى، التسويق المصرفى، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٢ ، ص ٢١ - ٢٦ .
- ^٥ على السلمي، إدارة التميز، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، مصر ، ٢٠٠٢م ص ١٢٨ . و محمود الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان ٢٠١٠م
- ١٩٤٣١هـ، ص ٢٠، ١٩
- ^٦ زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفى، حالة بنك الفلاحة والتنمية، بحث مقدم للحصول على درجة الدكتوراه، فرع التخطيط، جامعة الجزائر ٢٠٠٤ - ٢٠٠٥، ص ٩٨
- ^٧ عوض حداد، مصدر سابق ، ص 236.
- ^٨ حمود فؤاد حسان، قياس جودة الخدمة في شركات التأمين بالتطبيق على شركات لقطاع العام(مصر، الشرق الأهلية)، مجلة آفاق جديدة، جامعة المنوفية، السنة 9، العدد 3، 1997، ص 83.
- ^٩ 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 ١٥ - ١٦ أكتوبر ٢٠٠٢م ، ص ٢٤٤ ، ٢٤٥ .