

2019

فجوة التوقع والإدراك لجودة الخدمة المصرفية الإسلامية : دراسة ميدانية على عملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية

Mohamad Nader Othman

Tishreen University, mohamad.othman@jINAN.edu.lb

Mohamad Ali Maroudi

Jinan University, mohamad.maroudi@jINAN.edu.lb

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/aljINAN>



Part of the [Business Administration, Management, and Operations Commons](#)

Recommended Citation

Othman, Mohamad Nader and Maroudi, Mohamad Ali (2019) "فجوة التوقع والإدراك لجودة الخدمة المصرفية الإسلامية" *الجنان Al Jinan*: Vol. 11 , Article 11. Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/aljINAN/vol11/iss1/11>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in *الجنان Al Jinan* by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarU.edu.jo, marah@aarU.edu.jo, u.murad@aarU.edu.jo.

د. محمد نادر العثمان

كلية الاقتصاد - جامعة تشرين

محمد علي سليم ماوردي

طالب دكتوراه، ادارة، جامعة الجنان

فجوة التوقع والإدراك لجودة الخدمة المصرفية الإسلامية

«دراسة ميدانية على عملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية»

DOI: 10.33986/0522-000-011-011

ملخص الدراسة :

تُعتبر إدارة الجودة من المواضيع المهمة سواء كان ذلك بالنسبة للسَّلع أو الخدمات، وبما أنَّ المنظَّمات التي تعتمد في عملها على الخدمان لا بُدَّ أن تهتمَّ بالجودة بوصفها كأحد الأسباب المهمة لنجاحها وبقائها في سوق العمل. وبما أنَّ البنوك تُعتبر من أهمَّ المنظَّمات التي تعتمد في عملها على الخدمات، ونظراً لما لهذه البنوك من أهمية بالغة في عصرنا الحالي، ومن هنا تناولت هذه الدِّراسة فجوة التَّوقع والإدراك لدى العملاء لجودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، ولتحقيق هدف الدِّراسة تمَّ توزيع استبانة على مئة من عملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، وتمَّت استعادة (٨٣) من الاستبيانات الصَّالحة للدِّراسة، أيَّ بنسبة (٨٣٪)، وتمَّ استبعاد (١٧) استبانة لعدم صلاحيتها للدِّراسة، وهو ما نسبته (١٧٪). وكان من أهمَّ النتائج التي توصَّلت إليها الدِّراسة وجودُ ثبات ومصادقية عالية لدى متغيراتها، حيث بلغت قيمة ألفا كرو نباخ لمتغير الملموسية الخاص بتوقع العملاء لجودة الخدمة المصرفية (٠,٩٤٤)، بينما بلغت قيمته بالنسبة لمتغير الأمان الخاص بإدراك العملاء (٠,٨٤٤) في حيا كانت المتغيرات الأخرى أيضاً أعلى من النسبة المقبولة (٧٠٪). كما أنَّ متوسط توقع عملاء البنوك يفوق متوسط الإدراك، حيث بلغت أعلى نسبة فيما يتعلق ببُعْد الاستجابة للتَّوقع (٤,٥٣٠) وبمتوسط للإدراك (٣,٨٦٤) وذلك بفارق (٠,٦٦٥).

الكلمات المفتاحية: الجودة - جودة الخدمة - جودة الخدمة والبنوك.

مقدمة :

إنَّ التغيّرات العالميّة التي حدثت بطريقة فجائيّة وسريعة تجاوزت قدرات المنظّمات على التكيف مع الواقع، وأدّت إلى عجزها عن مواصلة معدّل أدائها، إذ أنّ تفعيل دور ما سُمّي بالقوى الأرية المتمثلة في المنافسة والزبون والتعقيد والتغيير من جهة، وظهور التكتّلات الاقتصادية والمنظّمات العالميّة فضلاً عن الثّورة الهائلة في المعلوماتيّة والاتصالات من جهة أخرى، كلّ ذلك أدّى إلى إعادة التفكير في المفاهيم والمبادئ التي تأسّست عليها هذه المنظّمات والتي كانت تتناسب مع أحوال العصر القائم آنذاك والبحث عن مناهج حديثة تتناسب مع هذه التغيّرات لمحاولة الوصول إلى حصص سوقية جديدة، معتمدة في ذلك على تحقيق الأسبقيات التنافسيّة. ومن أبرزها أسبقية الجودة^(١). ومن هنا يمكن القول أنّ المنظّمات تنتهج في سبيل تحسين أدائها الإنتاجي الجودة، فهذه الأخيرة أصبحت خلال السّنوات الأخيرة شرطاً ضرورياً للتبادل التجاري، كما أنّها أهمّ استراتيجية تنافسيّة تعتمد عليها معظم المنظّمات، حيث أنّ المنظّمات أصبحت تُسائر تطوّرات الجودة من خلال تبنيها لأنظمة الجودة في تسييرها لكسب رضى الزبائن والبقاء في السوق^(٢). وكما هو معروف فإنّ الجودة تتطلّبها السّلع والخدمات، خاصّة في عصرنا الحالي، والذي أصبحت فيه جودة الخدمة إحدى الرّكائز الأساسيّة التي تعتمد عليها المنظّمات الخدمية لما لها من أهميّة بالغة في تحقيق رضا العملاء. ومن بين هذه المنظّمات البنوك التجارية بشكل عامّ والبنوك الإسلاميّة بشكل خاصّ، وذلك من خلال تبني هذه البنوك للجودة بما يُساهم في تحقيق نقلة نوعيّة تُساعد على الاستمرار وإرضاء عملاء البنوك الإسلاميّة.

مشكلة الدّراسة :

يمكن القول أنّ جودة الخدمة في البنوك الإسلاميّة تُعتبر إحدى المحدّدات الأساسيّة للحكم على خدمة هذه البنوك لما لها من أثر بالغ الأهميّة في استمرار عمل هذه البنوك والبقاء على ركيزة متينة، تمكّنها من المنافسة بقوة من خلال أداء الأعمال بشكل صحيح ودقيق مع مراعاة السّرعة في تقديم الخدمة للعميل. ومن هنا فإنّ مشكلة الدّراسة تكمن في معرفة الفرق بين مستوى توقّع العملاء لجودة الخدمة المصرفيّة في البنوك الإسلاميّة في محافظة اللاذقية ومستوى إدراكهم لها. وذلك وفقاً لأبعاد جودة الخدمة المصرفيّة.

(١) بومدين، يوسف، (٢٠٠٧): «إدارة الجودة الشاملة والأداء المتميز»، مجلة الباحث، الجزائر، عدد ٥٥، ص: ٢٧.

(٢) يحيى، إلهام، (٢٠٠٧): الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة ميدانية بشركة الإسمنت عين التوتة»، مجلة الباحث، عدد ٥٥، ص: ٤٥.

أهمية الدراسة :

تُعتبر جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية من المسائل المأمّة والضرورية في الوقت الحالي، بصفتها تُساعد على تحقيق النمو والتقدم في أعمالها، وهذا يتطلب الكثير من الجهد في سبيل إرضاء رغبات العملاء، ومن هنا جاءت أهمية الدراسة في محاولة قياس الفجوة بين توقع وإدراك العميل للخدمة المقدمة له، وذلك من خلال معرفة ما يدركه العميل فعلياً وبين ما يتوقعه من هذه الخدمة، وذلك للوقوف على جودة الخدمة المقدمة من قبل البنوك الإسلامية.

هدف الدراسة :

يُعتبر الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو قياس الفجوة بين توقع وإدراك العميل لجودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، وذلك من خلال دراسة الفرق بين توقع وإدراك العميل لأبعاد الجودة المختلفة المتمثلة في الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

الدراسات السابقة :

دراسة^(١): هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمدى رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمة المصرفية الإسلامية التي يُقدمها بنك سورية الدولي الإسلامي، والكشف عن المنافع التي يمكن أن يحصل عليها بنك سورية الدولي الإسلامي من وراء قياس جودة خدماته، والعمل على تطويرها وصولاً إلى هدف أساسي ألا وهو زيادة حصته السوقية لتعظيم ربحيته. حيث تمثل مجتمع الدراسة في جميع فروع بنك سورية الدولي الإسلامي العاملة في الجمهورية العربية السورية، وعدد هذه الفروع أحد عشر فرعاً ومكتبان. بينما تمثلت عينة الدراسة في فروع بنك سورية الدولي الإسلامي الواقعة في نطاق مدينة دمشق، وعدد هذه الفروع خمسة فروع ومكتبان. وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنها أثبتت رفض الفرضية البحثية التي تنص على أنه لا يوجد اختلاف بين توقعات العملاء لأبعاد وجودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة وبين إدراكهم لمستوى الأداء الفعلي لتلك الخدمات، في حين قبلت الأبعاد الثلاثة المتمثلة في الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف بعد أن تم تحليل الانحدار المتعدد للأبعاد، وبيّنت نتائج الدراسة أن هناك ضعفاً في اهتمام إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي بالعمل على نشر مبدأ عمل المصارف الإسلامية.

(١) عبود، خالد وكنعان، علي (٢٠١٢): «قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي»، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٨، العدد ٢، ص: ٥٥١-٥٧٢.

دراسة^(١): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية العاملة في فلسطين، وتقييم عملاء المصارف الإسلامية لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم، والكشف عن المنافع التي يمكن أن تحصل عليها البنوك الإسلامية من وراء قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية، واختبار مدى تأثير بعض السمات الشخصية على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم. وقد تم توزيع استبانة على عينة الدراسة البالغة ٦٢٢ عميلاً من البنوك الفلسطينية الثلاثة، وهم بنك الأقصى الإسلامي، الإسلامي العربي، الإسلامي الفلسطيني. ولقد كان من أهم نتائج الدراسة إن تقييم عملاء المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين لمستوى جودة الخدمات المتوقعة كان مرتفعاً، كما إن تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً كان إيجابياً، كما أن الجودة التي يتوقعها العملاء كانت أعلى من الجودة الفعلية للخدمات التي تقدم من المصارف الإسلامية، يومن ثم يوجد فجوة بين الخدمة المتوقعة وبين الخدمة المقدمة فعلياً.

دراسة^(٢): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم عملاء المصارف في قطاع غزة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم سواء من ناحية توقعاتهم أو إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعلياً، بالإضافة إلى اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء. وقد تم توزيع (١٦٦) استبانة شملت عملاء البنوك في قطاع غزة، ولقد كان من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن تفهم توقعات العميل يعتبر مطلباً أساسياً نحو تقديم خدمة مصرفية أفضل للعملاء وتحقيق الرضا لديهم، كما إن عملية قياس جودة الخدمة وإدراك العملاء لهذه الخدمة هو المدخل الرئيس لتطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وتحسينها، وضرورة تقديم الخدمة المصرفية بشكلها الصحيح ومن أول مرة حيث يمكن القيام بذلك من خلال معرفة توقعات العملاء، وأوضح البحث أن هناك علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

دراسة^(٣): هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الأسباب الداعية إلى لاهتمام منظمات تقديم الخدمة باستخدام نظم إدارة الجودة الشاملة، وتوضيح كيفية إدماج مبادئ وأساليب هذا المنهج الإداري الحديث داخل المنظمات الخدمية بما يحقق الأهداف المرجوة من استخدامه، والربط بين

(١) الخالدي، أيمن، (٢٠٠٦): «قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء»، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين، ص. ١-١٥٥.

(٢) أبو معمر، فارس (٢٠٠٥): «قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة»، مجلة الجامعة الإسلامية سلسلة الدراسات الإنسانية، مجلد ١٣، عدد ١، ص. ٧٧-١٠٥.

(٣) عيشاوي، أحمد، (٢٠٠٦): «إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية» مجلة الباحث، عدد ٤، ص. ٧-١٦.

أثر تبني هذه التقنية الإدارية الحديثة وحسن تطبيقها في بناء الميزة التنافسية لمنظمات تقديم الخدم. وتحسينها.

وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن منهج إدارة الجودة الشاملة له أهمية خاصة في جميع المؤسسات الصناعية والخدمية، لكونه من المداخل التطويرية الحديثة التي تحقق الفاعلية المطلوبة في جميع مستويات النشاط بالمنظمة، إن متطلبات الجودة الشاملة لم تعد مسألة فنية تتعلق بالتصنيع أو إنتاج السلع، بل أصبحت تمثل مطلباً إنسانياً مهماً، إذ امتدت التطبيقات إلى منظمات تقديم الخدمة، وحتى إلى المنظمات غير الهادفة للربح، وأيضاً تشكل إدارة الجودة الشاملة عاملاً أساسياً في تطوير وديمومة المنظمات بمختلف أنواعها ذلك لما تشكله من أهمية في امتلاكنا لميزة التنافسية للمنظمات صناعية كانت أم خدمية وتحسينها، والقدرات على مواجهة المنظمات المنافسة الأخرى، علماً أنه الدراسة قد تمتة بشكل نظري.

دراسة^(١): هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة في مدينتي عمان وإربد في المملكة الأردنية الهاشمية، والتحقق من العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من وجهة نظر العملاء بأبعاد الجودة، والكشف عن المنافع التي يمكن أن تحصل عليها البنوك الإسلامية الأردنية من وراء قياس جودة خدماتها والعمل على تطوير هذه الخدمات، وتقديم قاعدة بيانات لإدارات البنوك الإسلامية الأردنية لأجل تصويب أوضاعها فيما يتعلق بجودة الخدمات المقدمة من قبل هذه البنوك. ومن أجل هذه الدراسة تم استخدام (٢١٠) استبانة وزعت على عملاء المصارف الإسلامية الأردنية العاملة في مدينتي عمان وإربد. ولقد كان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الانطباع الإيجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف، أمّا في مجال الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة التي ترضي العملاء عينة البحث، مما يدل على أن البنوك الإسلامية يقع على عاتقها العمل لتحسين هاتين الناحيتين في مجال تقديم الخدمة.

دراسة^(٢): هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من البنوك الإسلامية، وذلك بغرض توضيح تصوّرات العملاء وتوقعاتهم في نطاق الخدمات المقدمة في هذه الأنواع من البنوك، وتحديد الفروق بينها للوصول إلى درجة من الإدراك للعملاء والارتياح تجاه ولائهم، وذلك من خلال تقييم

(١) الطالب، صلاح عبد الرحمن مصطفى، (٢٠٠٣): «قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية»، متاح على الرابط Banks/Kias.doc/Files/fiqh/com.kantakji.www . تاريخ 2011/9/7.

(2) Abedniya, Abed and Zaeim, Majid Nokhbeh, (2011): «Measuring the perceive service Quality in the Islamic Banking System in Malaysia», **International Journal of Business and Social Science**, Vol. 2, No. 13, p:122-135.

أبعاد جودة الخدمة في النظام المصرفي الإسلامي في ماليزيا، وتحديد الفجوة بين توقُّعات العملاء وإدراكهم للخدمة. وقد وزعت (١٠٢) استبانة بغرض تجميع البيانات اللازمة للتحليل، وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أنَّ هناك فرقاً كبيراً بين التَّصوُّر والتَّوقُّع فيما يتعلَّق بالموثوقيَّة، حيث أنَّ العملاء قادرون على استخدام خدمات البنوك في كلِّ مكانٍ بسبب الخدمات الواسعة النُّطاق، وأنَّ هناك فرقاً كبيراً بين التَّصوُّر والتَّوقُّع فيما يتعلَّق بالتعاطف وبالملموسية والاطمئنان من خلال النظر في بعض العناصر مثل المظهر الخارجي، سرعة المعاملات وكفاءتها، ساعات العمل من العمليات، تغييرات إيجابية وتحسين في سلوكيات الموظفين، نصائح المالية، وسهولة الوصول إلى معلومات الحساب للعملاء تؤثر في رضا العملاء.

فرضيات الدراسة :

١. لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين توقع وإدراك العملاء لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدَّمة من البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

منهجية الدراسة :

بعد دراسة الأدبيات ذات الصلة بالموضوع، وتأسيساً على مشكلة الدراسة وتطوير فرضياتها تمَّ تصميم أداة الاستبانة لجمع بيانات من عملاء البنوك الإسلامية، وذلك لمعرفة توقُّعاتهم لجودة الخدمة ومدركاتهم لها، وذلك وفقاً لأبعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد تضمَّن المنهج الآتي:

مجتمع الدراسة وعيَّنتها :

يتمثِّل مجتمع الدراسة في عدد العملاء المتعاملين مع البنوك الإسلامية التاجودة في محافظة اللاذقية، وهما بنك سوريا الإسلامي الدولي، وبنك الشام الإسلامي، بينما تمثَّلت عيِّنة الدراسة من مئة مفردة من العملاء الذين يتردَّدون على البنك، وذلك من خلال توزيع استبانات لهم، وذلك خلال الفترة من (١٠ حتى ٢٠ تموز ٢٠١٣)، وقد تمَّ استرجاع (٨٣) استبانةً صالحةً للدراسة وهو ما نسبته (٨٣٪)، وهي نسبة جيِّدة لإجراء الدراسة، وتمَّ استبعاد (١٧) استبانة، وهو ما نسبته (١٧٪) من عيِّنة الدراسة.

متغيِّرات البحث وطُرا قياسها :

سيتمُّ قياس متغيِّرات الدراسة المتمثلة في إدراك جودة الخدمة من خلال المقياس الذي استخدمه أحد الباحثين^(١)، والذي تبين صدقه وصحَّته في الدراسة التي أجريت، وحيث شملت

(١) الخالدي، أيمن، (٢٠٠٦): مرجع سبق ذكره، ص. ١٠٥-١٠٥.

الدراسة الحالية خمسة متغيرات متعلّقة بأبعاد جودة الخدمة والمتمثلة⁽¹⁾ في:

١. الملموسية Tangible : وتمّ قياسها من خلال المرافق الماديّة، والمعدّات، والمظهر الخاص بالموظفين، وذلك وفقاً لتوقّعات العملاء وإدراكهم.
٢. الموثوقية Reliability : وتمّ قياسها من خلال القدرة على أداء الخدمة الموعودة بثقةٍ وبدقّة، وذلك وفقاً لتوقّعات العملاء وإدراكهم.
٣. الاستجابة Responsiveness : وتمّ قياسها من خلال مدى الاستعداد لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة السريعة، وذلك وفقاً لتوقّعات العملاء وإدراكهم.
٤. الأمان Assurance : وتمّ قياسها من خلال المعرفة والمجاملة من قِبَل الموظفين وقدرتهم على إشاعة الثقة والاعتماد لدى العميل، وذلك وفقاً لتوقّعات العملاء وإدراكهم.
٥. التعاطف Empathy : وتمّ قياسها من خلال مدى توفير الرعاية، والاهتمام الفردي الذي يمكن أن توفّره الشركة، وذلك وفقاً لتوقّعات العملاء وإدراكهم.

أداة الدراسة :

تمثّلت أداة الدراسة في تصميم استبانة وتوزيعها على عيّنة عملاء البنوك الإسلامية محلاً للدراسة، وذلك من أجل الحصول على البيانات الأولية وتحليلها.

طريقة جمع البيانات :

تمّ الاعتماد في هذه الدراسة على جانبين أساسيين لجمع البيانات، الأول الجانب النظري والمتمثّل في الكتب والمراجع والدوريات العلمية المرتبطة بالدراسة، أمّا الجانب الثاني فتمثّل بالقيام بدراسة مسحية تمّ خلالها توزيع استبانة على عيّنة عملاء البنوك الإسلامية محلّ الدراسة، وذلك من أجل الحصول على البيانات الأولية وتحليلها.

الإطار النظري للدراسة :

المبحث الأول: جودة الخدمة المصرفية

المطلب الأول: الجودة

المقصد الأول: مفهوم الجودة

تطرّق العديد من الكتاب والباحثين إلى الجودة باعتبارها من الوسائل المهمّة التي تستطيع

(1) Parasuraman,A, et. Al.,(1988):" SERVQUAL: A Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *journal of Retailing*, Vol.64, No.1,p:23.

المنظمة تحقيق ذاتها والتفوق على المنافسين جرّاء توظيفها للجودة بما يضمن تحقيق ذلك، ومن هنا يُتداول مفهوم الجودة على أنّه^(١) ملائمة المُنتَج للاستعمال في الغرض المخصّص له بدرجة تُرضي المستهلك. بينما تمّ تداول الجودة على أنّها^(٢) تطابق خصائص المُنتج وسماته أو الخدمة مع المتطلبات الموضوعية لذلك المنتج، متضمناً المعولية، والصيانة وسلامة الاستخدام.

ولأغراض هذا البحث قام الباحثان بتعريف الجودة بأنّهن تطابق سمات الخدمة البنكيّة وخصائصها مع مستوى توقعات العميل لها.

المقصد الثاني: قياس جودة الخدمة

يمكن القول أنّ هناك أسلوبين يتمّ الاعتماد عليهما في قياس جودة الخدمة، الأول^(٣) مقياس SERVQUAL والذي يستند إلى توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم لها، فأساس هذا النموذج هو الفجوة بين إدراك العميل لمستوى الخدمة وتوقعاته لها، ومن ثمّ تعتمد هذه الفجوة على طبيعة الخدمة وتصميمها وتقديمها. والمقياس الثاني هو SERVPERF والذي يركّز على الأداء الفعلي للخدمة المقدّمة للعميل على اعتبار أنّ جودة الخدمة يتمّ التعبير عنها بأنّها نوعاً من الاتجاهات. ويلاحظ الباحثان مما تقدّم أنّه سيتمّ الاعتماد على المقياس الأول، وذلك لمعرفة الفجوة بين توقع وإدراك العميل لجودة الخدمة المقدّمة، وحيث إنّ^(٤) العملية الإدراكية بحدّ ذاتها تحتوي على مزيج معقّد ومتداخل من الاختيارات، والتفسيرات والأحاسيس، وتختلف درجات الإدراك باختلاف خبرة الأفراد ومستوى تعليمهم وحالتهم الصحية والنفسية وحجم ونوع المعلومات المتوافرة أمامهم عن الشيء محل الإدراك، ويُعتبر الإدراك أحدى وسائل الإتصال (اتصال الفرد) بالبيئة المحيطة وفهمهم لها. بينما يمكن القول بأنّ التوقع يعبر عن^(٥) التفكير في حدوث أمر ما في المستقبل بناءً على شواهد وأدلة في الحاضر.

(١) نايف، محسن، (٢٠٠٧): «إستراتيجية نظام الجودة في التعليم»، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، ص: ١٣.

(٢) قدار، طاهر رجب، (١٩٩٧): «المدخل إلى إدارة الجودة الشاملة والأيزو ISO 9000»، دار الحصاد للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص: ٧٠.

(٣) محارمة، ثامر محمد، (٢٠٠٥): «قياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك الوطنية التجارية القطرية دراسة ميدانية»، مجلة الإدارة العامة، مجلد ٤٥، عدد ٣، ص: ٥٢٣.

(٤) حنفي، عبد الغفار، (٢٠٠٧): «السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية»، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص: ٦٤.

(٥) الغامدي، محمد أحمد، (٢٠١٠): «ملخص الوحدة الثامنة من كتاب مهارات التفكير العلمي»، متاح على الرابط <http://category/com.wordpress.bustudents/2013/6/22> تاريخ 2013/6/22.

المقصد الثالث: أبعاد جودة الخدمة

يمكن القول أنَّ^(١) الضغوط التنافسية القويّة التي تتعرّض لها البنوك الخاصّة بشكل عامّ والإسلامية بشكل خاصّ جعلتها تهتمّ بجودة الخدمة المصرفية المقدّمة للعميل، ومن ثمّ توجيه استراتيجيّتها نحو زيادة جودة الخدمة، الأمر الذي يعزّز مستوى رضا العميل من خلال تحسين جودة الخدمة المقدّمة، وأكثر ما يعبر عن ذلك الأبعاد التي تعتمد عليها جودة الخدمة، والتي يمكن اعتبارها محدّدات رئيسية تساهم في تحقيق البنك للأهداف ونذكر أهمّ هذه الأبعاد^(٢):

١. الملموسية: وتمثّل الجوانب المتعلّقة بالخدمة، مثل: مباني المصارف، والتقنيات الحديثة المستخدمة فيها، والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، لإضافة إلى مظهر الموظفين.

٢. الاعتمادية: وتُعبّر عن قدرة المصرف من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت الذي يطلبها العميل وبدقّة تُرضي طموحه، وكذلك تُعبّر عن مدى وفاء البنك بالتزاماته تجاه العملاء.

٣. الاستجابة: وهي القدرة على التعامل الفعّال مع متطلّبات العملاء كلها، والاستجابة للشكاوى والعمل على حلّها بسرعة وكفاءة، وذلك بما يُقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل البنك الذي يتعاملون معه، إضافةً لذلك فإنّ الاستجابة تُعبّر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قِبَل الموظفين بصدقٍ ورحب.

٤. الأمان: وهو الاطمئنان بأنّ الخدمة المقدّمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك، شاملاً الاطمئنان النفسي والمادي.

٥. التعاطف: وهو إبداء روح الصداقة والحرص على العميل وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة بحسب حاجاته.

المطلب الثاني: الخدمة المصرفية وطريقة عمل البنوك الإسلامية:

المقصد الأول: الخدمة المصرفية

قد يخلط البعض بين السّلع والخدمات، ولكن هناك فرق واضح بين السّلع والخدمات^(٣) يَكْمُن

(1) Kumar, Arun, et.al.,(2010): «An Empirical Study: Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Retail Banking», SRM Management Digest Journal, Vol. 8, p:195.

(٢) محارمة، ثامر محمد، (٢٠٠٥): مرجع سبق ذكره، ص: ٥٢٤.

(٣) عبد القادر، بريس، (٢٠٠٦): «جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك»، مجلة اقتصاديات شمال

في أنّ الخدمة ليست شيئاً مادياً ملموساً، ولا يمكن تملكها، فعلى سبيل المثال عند استئجار غرفة في فندق لا يتم أخذ شيءٍ مادي عند ترك الفندق، وإنما يتم الحصول على درجةٍ من الإشباع، وهي الخدمة وهي شيء غير ملموس، وكذلك البنك عندما يتقدم العميل لإجراء عملية تحويل مبلغ من المال لطرف آخر فإنه لا يتلقى شيئاً مادياً ملموساً وإنما يحصّ على الإشباع والرضى من خلال تحويل المبلغ. برغم الاتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمات فإنّ الملاحظ أنّ هناك اختلافاً على الخصائص المميزة للخدمات المصرفية، نظراً لطبيعة النشاط المصرفي وخصوصيته من ناحية، ومن ناحية أخرى نظراً لطبيعة الخدمات المصرفية وتعدّدها وتنوعها وخضوعها لتغيراتٍ مستمرة.

المقصد الثاني: طريقة عمل البنوك الإسلامية

تقوم البنوك الإسلامية بممارسة أعمالها بطرقٍ ومسمّياتٍ تختلف عن البنوك التجارية، خاصةً فيما يتعلّق بالتمويل والاستثمار، ومنها^(١):

١. المضاربة: وهي عبارة عن عقدٍ يُقدّم فيه صاحب المال ماله، وذلك مقابل جهدٍ وعملٍ يقوم به البنك في توظيف هذه الأموال على أن يتم تقسيم الربح بينهما، وذلك وفقاً لشرطٍ أو اتفاقٍ بين البنك والمضارب.

٢. المراجعة للأمر الشراء: وهي أنّ يطلب العميل من البنك شراء سلعة أو استيراد سلعةٍ معيّنة من الخارج، وعند اقتناع البنك بحاجة السوق لهذه السلعة يقوم بشرائها، ويحدّد مسبقاً السعر الذي يجب أن تُباع فيه متضمنةً المصاريف والتكاليف مضافاً إليها مبلغٌ معيّن من الربح.

٣. الإيجار المنتهي بالتمليك: وهي عبارة عن عقد من عقود الإيجارات، والتي تنتهي بتملك العميل السلعة، وذلك مع إكمال حصول البنك على كامل الثمن، أي هو عقد يتفق بموجبه الطرفان على تمكين أحدهما من الانتفاع بشيءٍ معيّن مقابل أجرٍ مدّةٍ محدودةٍ تعود ملكيته بعد انتهاء المدّة المستأجرة للمستأجر نفسه.

وإذا ما تحدّثنا عن الودائع في البنوك الإسلامية فإنّها على^(٢) خلاف البنوك التقليدية، والتي

أفريقيا، عدد ٣، ص: ٢٥٣.

(١) عربيات، وائل، (٢٠٠٦): «المصارف الإسلامية والمؤسسات الاقتصادية»، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: ٢١-٢٧.

(٢) المالقي، عائشة الشرقاوي، (٢٠٠٠): «البنوك الإسلامية التجربة بين الفقه والقانون والتطبيق»، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ص: ٢٣٠.

يقوم فيها العميل بإيداع مبلغ من المال مقابل متفق عليه من الفائدة، بينما في البنوك الإسلامية يقوم العميل بإيداع المبلغ في البنك، والذي يعتبره البنك ديناً في زمته، ويضمنه للعميل بالسداد وقت الطلب دون المشاركة في الربح أو الخسارة.

ويلاحظ الباحثان ممّا سبق اختلاف المسميات التي تحكم عمل البنوك التقليدية عن الإسلامية، ويعود ذلك إلى الأنظمة والقوانين التي تتبعها البنوك الإسلامية في سير عملها، ومن هنا يمكن القول أنّه يقع على عاتق البنوك الإسلامية مسؤوليات اقتصادية واجتماعية كبيرة نظراً^(١) للصعوبات التي تواجهها في عملها، ونظراً لظروف المنافسة مع البنوك التقليدية، فالبنوك الإسلامية وسيلة مأمّنة لتصحيح وظيفة رأس المال بأنّه وظيفة جماعية واجتماعية، خادّ للمصالح وليس متحكّماً، فالعمل من عناصر الإنتاج، وليس رأس المال فقط، على أنّ يتمّ تشغيل رأس المال واستثماره بحسب الأصول والقواعد التي تحدّدتها البنوك الإسلامية في نظامها الداخلي، وبحسب الأصول الشرعية المتعارف عليها، لا ضرر ولا ضرار، وقاعدة الغنم بالغرم.

المطلب الثالث: العلاقة بين جودة الخدمة والبنك؛

تتّضح جوانب العلاقة بين الجودة والخدمة والبنوك فيما^(٢) يُسمّى بجودة الخدمة المصرفية، والتي تشير إلى المستوى المرغوب من الخدمات المصرفية، والذي يعكس ما يريد عميل البنك، كما أنّه يوضح مستوى الخدمة المصرفية الكافي والمقياس الذي يرغب العميل بقبوله ومستوى الخدمة المصرفية المأمول تقديمها. فجودة الخدمة^(٣) ذات بنية معنوية كبيرة مقارنة بالسلع، حيث تسيطر الجوانب الفنية للجودة عليها، لذلك فإنّ مفاهيم جودة الخدمة تبدأ بمعالجة التوقّعات المعنوية الموجودة لدى العملاء فيما يخص الجودة، والعملاء تبعاً لذلك يُقوّمون جودة الخدمة المصرفية بدرجة مطابقة ما يرونه من تقديم الخدمة لتوقعاتهم الأساسية. وبذلك فإنّ الخدمة التي يُنظر إليها على أنّها ذات مستوى متوسط قد يُنظر إليها على أنّها ذات جودة عالية مقارنة بتوقعات متدنيّة، ولكنها ذات جودة منخفضة مقارنة بتوقعات عالية الأمر الذي يحدّده إدراك العميل لهذه الخدمة. ففي الخدمات المصرفية العميل^(٤) يُكوّن أحكامه حول جودة

(١) الوادي، محمود حسين وسمحان، حسين محمد، (٢٠٠٧): «المصارف الإسلامية الأسس النظرية والتطبيقات العملية»، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: ٣٧.

(٢) الصرن، رعد حسن، (٢٠٠٧): «عولة جودة الخدمة المصرفية»، دار التواصل العربي، دمشق، سوريا، ص: ٩٩.

(٣) دعبول، محمد زاهر وأيوب، محمد، (٢٠٠٣): «مبادئ تسويق الخدمات»، دار الرضا للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص: ٢٩٧.

(٤) الطالب، غسان والخطيب، حازم، (٢٠١١): «العلاقة المنطقية بين جودة الخدمة بالإدراك ورضا المستفيد دراسة تحليلية عن الخدمات المصرفية»، متاح على الرابط، com.labograndmaghreb.www، تاريخ ٢٠/٦/٢٠١٣.

الخدمة على أساس جودة عملية تقييم الخدمة، بالإضافة إلى الأساس المستند على المنافع النهائية التي يجنيها المستفيد من الخدمة المصرفية. ومن ثمَّ فإنَّ البنك كي يحقق مستوى جودة خدمة يستطيع من خلالها إرضاء عملائه يمكنه القيام بالعديد من الأعمال، منها^(١):

١. تحديد عمق متطلبات العميل واتساعها من خلال تحديد جميع الخدمات والأنشطة المصرفية للتعرف على توقعات الزبائن وتصوراتهم واحتياجاتهم.

٢. القيام بتقييم علاقة البنك مع العميل من ناحية التعاملات الفردية، وتحديد المصادر المناسبة للمعلومات المصرفية.

٣. تحليل البيانات لتحديد مستويات الأداء، وتحديد أولويات العميل، إذ يجب على البنك معرفة كيفية إنجاز هذا التحليل بالعلاقة مع منافسيه وأولويات العميل، حيث أنَّ بعضاً من هذه الأولويات قد يكون غير معروف بالنسبة للبنك.

٤. إعادة تقييم علاقة العميل بالبنك دورياً، لأنَّ برنامج جودة الخدمة المصرفية يتضمَّن جميع فعاليات وأقسام البنك.

ويلاحظ الباحثان ممَّا سبق أنَّه وبَّ على البنوك الإسلامية أنَّ تقوم بدراسة توقعات عملائها، وأيضاً مراجعة أعمالها للوقوف على الجوانب السلبية والإيجابية، والنظر باستمرار في علاقتها مع العملاء، كلُّ ذلك يساهم في تحسين جودة الخدمة، ويجعل البنك يقترب شيئاً فشيئاً من مقاربة جودة الخدمة الفعلية مع المتوقعة من جانب العميل.

الدراسة الميدانية

المبحث الثاني

المطلب الأول

المقصد الأول: التكرارات الخاصة بقياس المتغيرات الديمغرافية:

جدول رقم (١) التكرارات الخاصة بقياس المتغيرات الديمغرافية				
رقم المتغير	اسم المتغير	بيان المتغير	التكرارات	النسبة المئوية

(١) الصرن، رعد حسن، (٢٠٠٧): مرجع سبق ذكره، ص: ٢١٠.

١	الجنس	مذكر	٦٠	%٧٢,٣
		مؤنث	٢٣	%٢٧,٧
٢	العمر	١٨ أقل من ٣٠	٢٢	%٢٦,٥
		٣١ أقل من ٤٠	٣٥	%٤٢,٢
		٤١ أقل من ٥٠	٢٢	%٢٦,٥
		٥١ أقل من ٦٥	٤	%٤,٨
٣	الحالة الاجتماعية	عزب	٤٣	%٥١,٨
		متزوج	٤٠	%٤٨,٢
٤	المؤهل العلمي	أقل من ثانوية عامة	١١	%١٣,٣
		ثانوية عامة	٣٥	%٤٢,٢
		دبلوم	١٧	%٢٠,٥
		بكالوريوس	١٤	%١٦,٩
		ماجستير	٥	%٦
		دكتوراه	١	%١,١
٥	المهنة	تاجر	٢٦	%٣١,٣
		موظف حكومي	٢٣	%٢٧,٧
		موظف قطاع خاص	٣٤	%٤١
٦	عدد سنوات التعامل مع البنك	من سنة أقل من ٣ سنوات	٦٥	%٧٨,٣
		٤ سنوات أقل من ٦ سنوات	١٨	%٢١,٧
٧	الدخل	١٠٠٠٠ أقل من ٣٠٠٠٠	٣٥	%٤٤,٦
		٣١٠٠٠ أقل من ٥٠٠٠٠	٢٥	%٣٠,١
		٥١٠٠٠ أقل من ٧٠٠٠٠	١١	%١٣,٣
		٧١٠٠٠ أقل من ١٠٠٠٠٠	٥	%٦
		١٠٠٠٠٠ فأكثر	٥	%٦

يوضّح الجدول التكرارات الخاصة بالمتغيّرات الديمغرافية، حيث بلغت نسبة الذكور المتعاملين

مع البنكيين ٢, ٧٣٪ (١)، بينما بلغت نسبة الإناث ٧, ٢٧٪. في حين بلغت نسبة أعمار المتعاملين مع البنك من ١٨ حتى ٣٠ (٥, ٢٦٪)، وحيث بلغت أعلى نسبة للمتعاملين مع البنك من حيث العمر ٢١ أقل من ٤٠ بـ (٢, ٤٢٪)، بينما بلغت نسبة أعمار المتعاملين مع البنكيين من ٤١ حتى ٥٠ (٥, ٢٦٪)، وكانت أقل نسبة بين ٥١ حتى ٦٥ حيث بلغت ٨, ٤٪، ويتّضح أنّ عيّنة البحث شملت كلّ الفئات العمرية، وإنّ كانت بنسب متفاوتة. بينما كانت نسبة عدد المتعاملين مع البنكين للمتزوجين أقل من عدد غير المتزوجين (عزب ٨, ٥١٪ ومتزوج ٢, ٤٨٪)، في حين كانت أكبر فيما يخص نسبة المؤهل العلمي للمتعاملين مع البنكين هي ثانوية عامة، حيث بلغت نسبتها ٢, ٤٢٪، بينما كانت أقل نسبة للدكتوراه حيث بلغت (١, ١٪)، وتوضّح نسبة المؤهل العلمي أنّ غالبية المتعاملين مع البنوك الإسلامية يتمتعون بمؤهل علمي، حيث بلغت النسبة من ثانوية إلى دكتوراه (٧, ٨٧٪) وهي نسبة مرتفعة. وفيما يخص متغير المهنة والدخل فقد أجري أيضاً اختبار (crosstabs)، وذلك لاختبار مدى وجود علاقة بينهما:

جدول رقم (٢) اختبار crosstabs						
المهنة	الدخل					إجمالي
	أقل من ١٠ ألف	٣١ أقل من ٥٠ ألف	٥١ أقل من ٧٠ ألف	٧١ أقل من ١٠٠ ألف	١٠٠ ألف فأكثر	
تاجر	١	٥	١١	٥	٤	٢٦
موظف حكومي	١٨	٥	٠	٠	٠	٢٣
موظف قطاع خاص	١٨	١٥	٠	٠	١	٣٤
إجمالي	٣٧	٢٥	١١	٥	٥	٨٣

وقد تبين من التحليل أنّ المتغيرين غير مستقلين، أي يوجد تأثير للمهنة في الدخل، وذلك بمستوى معنوي (٠, ٠)، ومن ثم فإنّ النسبة المرتفعة من المتعاملين مع البنوك من القطاع الخاص (٤١٪) تبرر نسبة دخل المتعاملين مع البنوك الإسلامية من (١٠-٣٠ ألف) بعدد (١٨) و(٣١-٥٠ ألف) بعدد (١٥) من العملاء، ويمكن أنّ يستخلص الباحثان من هذه النسبة والاختبار الذي تمّ أنّ المنظمات في القطاع الخاص تعتمد على موظفيها أكثر في مراجعة البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

(١) ملاحظة: في المجتمع الشرقي تكثر فيه تعامل الرجل مع المنظمات أكثر من الإناث وذلك حسب العادات والتقاليد.

المقصد الثاني: اختبار الثبات والموثوقية لتوقعات وإدراك العميل لجودة الخدمة:

جدول رقم (٣)					
اختبار ثبات القياس باستخدام معامل ((Cronbach's Alpha					
قيمة Cronbach's Alpha ألفا كرو نباخ لإدراك العميل لجودة الخدمة			قيمة Cronbach's Alpha (ألفا كرو نباخ لتوقعات العميل لجودة الخدمة		
رقم العبارة	اسم العبارة	قيمة Cronbach's Alpha (ألفا كرو نباخ	رقم العبارة	اسم العبارة	قيمة Cronbach's Alpha (ألفا كرو نباخ
1	الملموسية	0.944	1	الملموسية	0.821
2	الاعتمادية	0.905	2	الاعتمادية	0.841
3	الاستجابة	0.887	3	الاستجابة	0.798
4	الأمان	0.891	4	الأمان	0.844
5	التعاطف	0.873	5	التعاطف	0.830
المجموع		0.944	المجموع		0.914

يبين الجدول السابق قيمة Cronbach's Alpha بالنسبة لتوقعات وإدراك العميل لجودة الخدمة المصرفية، وذلك للتحقق من ثبات أداة القياس المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، حيث بلغت أعلى قيمة لمعامل ألفا كرو نباخ بالنسبة للمتغيرات الخاصة بتوقعات العميل لجودة الخدمة (الملموسية) بنسبة بلغت (٩١،٤)٪، بينما بلغت إجمالي قيمة ألفا كرو نباخ لمتغيرات توقعات العميل لجودة الخدمة (٩٤،٤)٪ وهي نسبة تعتبر مرتفعة إذا ما تمّت مقارنتها بالنسبة المقبولة ٧٠٪، في حين بلغت أعلى نسبة لمعامل ألفا كرو نباخ لإدراك العميل لمتغيرات الخدمة متغير الأمان بنسبة بلغت (٨٤،٤)٪، أمّا إجمالي قيمة ألفا كرو نباخ لمتغيرات إدراك العميل لجودة الخدمة المصرفية (٩١،٤)٪، وهي نسبة مرتفعة إذا ما تمّ قياسها بالنسبة المقبولة (٧٠)٪.

اختبار الصدق الظاهري:

ومن أجل هذا الاختبار تمّ عرض الاستبانة على ثلاثة من أعضاء الهيئة التدريسية المختصين في هذا المجال، ووُضعت أيضاً على أربعة من أفراد عينة الدراسة لمعرفة آرائهم بخصوص وضوح العبارات التي تتضمنها الاستبانة ودقتها ومدى صلتها بمتغيرات الدراسة. وقد تمّ تعديلها حتى أصبحت بهذا الشكل بعد أخذ اقتراحاتهم وتوصياتهم، وبهذا يمكن القول إنّ هذه الأداة تتّسم بالصدق الظاهري.

المطلب الثاني: اختبار تي لعينتين غير مستقلتين واختبار عينتين مستقلتين

المقصد الأول: اختبار تي لعينتين غير مستقلتين Paired Samples T.test

في هذه الدراسة تم استخدام اختبار تي لعينتين غير مستقلتين، وذلك لاختبار فرضية الدراسة المتمثلة في توقع وإدراك العميل لجودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

جدول رقم (٤) Samples T.test							
اختبار تي لعينتين غير مستقلتين Paired							
المتغير قم	اسم المتغير	الحلوي سطر	الانحراف المعياري	الفرق في الوسط الحسابي	الفرق في الانحراف المعياري	قيمة (t)	Df درجة حرية
X1	الملموسية (الخاصة بتوقع العميل)	4.3163	0.594	0.596	0.077	8.487	82
Y1	الملموسية (الخاصة بإدراك العميل)	3.7199	0.517				
X2	الاعتمادية (الخاصة بتوقع العميل)	4.409	0.515	0.486	0.033	6.736	82
Y2	الاعتمادية (الخاصة بإدراك العميل)	3.922	0.482				
X3	الاستجابة (الخاصة بتوقع العميل)	4.530	0.475	0.665	0.014-	8.964	82
Y3	الاستجابة (الخاصة بإدراك العميل)	3.864	0.489				
X4	الأمان (الخاصة بتوقع العميل)	4.424	0.520	0.331	0.028 -	3.585	82
Y4	الأمان (الخاصة بإدراك العميل)	4.093	0.548				

0.00	82	6.179	0.001	0.493	0.532 0.531	4.388 3.894	X5 Y5
0.00	82	8.099	0.085	0.514	0.471 0.386	4.413 3.899	X Y

من الجدول السابق يتبين أنَّ المتوسط الحسابي لتوقع العملاء في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية الخاص ببعء الملموسية (٤,٣١٦)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣)، وهذا ما تم تأكيده أيضاً^(١). بينما بلغ المتوسط الحسابي للعملاء لهذا البعد (٣,٧١٩)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠,٥٩٦) يقابل انحرافاً معيارياً (٠,٠٠٧).

وللتحقُّق من أنَّ هذا الفرق لا يرجع إلى الصدفة، وأنَّه فرق ذو معنى تمَّ استخدام اختبار (t) للفرق بين متوسطي التوقع والإدراك لبعء الملموسية، وتعني أنَّ قيمة (t) المحسوبة (٨,٤٨٧) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقع العملاء لبعء الملموسية يفوق إدراكهم لها، وهذا ما يجب أن تنتبّه إليه البنوك الإسلامية بأنَّ عملاءهم ينتظرون منهم ملموسية أعلى ممَّا يقدمونها لهم.

١. بينما كان الوسط الحسابي لتوقع العملاء الخاص ببعء الاعتمادية (٤,٤٠٩)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣). بينما بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العملاء (٣,٩٢٢)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠,٤٨٦) يقابل انحرافاً معيارياً (٠,٠٣٣)، بينما بلغت قيمة (t) المحسوبة (٦,٧٣٦) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقع العملاء لبعء الاعتمادية يفوق إدراكهم لها، وهذا ما يجب أن تنتبّه إليه البنوك الإسلامية بأنَّ عملاءهم ينتظرون منهم مستوى أعلى من الاعتمادية.

(١) استخدم الباحثان اختبار one sample test لعينة مستقلة وتبين من الاختبار أن كل أبعاد جودة الخدمة المصرفية للبنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية المستخدمة في الدراسة ذات فروق معنوية وذلك عند مستوى بلغ (٠,٠٠).

٢. أما الوسط الحسابي لتوقع العملاء الخاص ببعد الاستجابة (٤,٥٣٠)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣). بينما بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العملاء لهذا البعد وفقاً لاختبار تي لعينتين غير مستقلتين (٣,٨٦٤)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠,٦٦٥) يقابل انحرافاً معيارياً (٠,١٤). في حين بلغت قيمة (t) المحسوبة (٨,٩٦٤) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقع العملاء لبعد الاعتمادية يفوق إدراكهم لها، وهذا ما يجب أنَّ تتنبَّه إليه البنوك الإسلامية بأنَّ عملاءهم ينتظرون منهم مستوى من الاستجابة أعلى مما يتمَّ تقديمه. أمَّا الوسط الحسابي لتوقع العملاء الخاص ببعد الأمان (٤,٤٢٤)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣). في حين بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العملاء لهذا البعد وفقاً لاختبار تي لعينتين مستقلتين (٤,٠٩٣)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠,٣٣١) يقابل انحرافاً معيارياً (٠,٢٨)، في حين بلغت قيمة (t) المحسوبة (٣,٥٨٥) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠١)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقع العملاء لبعد الأمان يفوق إدراكهم له.

٣. أمَّا الوسط الحسابي لتوقع العملاء الخاص ببعد التعاطف (٤,٥٣٠)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣). بينما بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العملاء لهذا البعد (٣,٨٩٤)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد وبفارق (٠,٤٩٣)، يقابل انحرافاً معيارياً (٠,٠٠١) في حين بلغت قيمة (t) المحسوبة (٦,١٧٩) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقع العملاء لبعد التعاطف يفوق إدراكهم له.

٤. أمَّا فيما يخصُّ إجمالي الوسط الحسابي لتوقع العملاء (٤,٤١٣)، وهذا يشير إلى أنَّ العملاء يتوقعون توافر هذا المقياس بدرجة تفوق متوسط المقياس المعياري (٣). بينما بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العملاء لهذا البعد وفقاً لاختبار تي لعينتين مستقلتين (٣,٨٩٩)، وهذا يعني أنَّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠,٥١٤) يقابل انحرافاً معيارياً (٠,٠٨٥)، في

حين بلغت قيمة (t) المحسوبة (٨,٠٩٩) عند درجة حرية (٨٢) ومستوى معنوية (٠,٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمَّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنَّ توقُّع العملاء بالنسبة لإجمالي الأبعاد يفوق إدراكهم لها، وهذا ما يجب أن تتنبَّه إليه البنوك الإسلامية في محافظة اللادقية بأنَّ عملاءهم ينتظرون منهم مستوى أعلى من الخدمات التي يقدمونها بشكل عام.

المقصد الثاني: اختبار عيَّتين مستقلتين Independent Samples Test

اختبار عيَّتين مستقلتين وفقاً لتغير الجنس							
رقم المتغير	اسم المتغير	الجنس	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t)	درجة حرية (Df)	Sig. مستوى المعنوي
X1	الملموسية	مذكر	4.254	0.601	1.549-	81	0.721
		مؤنث	4.478	0.558	1.601-	42.722	
X2	الاعتمادية	مذكر	4.343	0.535	2.027-	81	0.121
		مؤنث	4.591	0.415	2.268-	51.171	
X3	الاستجابة	مذكر	4.483	0.493	-1.457	81	0.146
		مؤنث	4.652	0.411	-1.581	47.589	
X4	الأمان	مذكر	4.375	0.545	1.413-	81	0.284
		مؤنث	4.554	0.437	1.567-	50.051	
X5	التعاطف	مذكر	4.337	0.574	1.419-	81	0.053
		مؤنث	4.521	0.383	1.689-	59.643	
X	إجمالي	مذكر	4.358	0.4868	-1.765	81	0.478
		مؤنث	4.559	0.4036	-1919	43.832	
Y1	الملموسية	مذكر	3.837	0.550	1.282	81	0.618
		مؤنث	3.675	0.498	1.220	36.307	
Y2	الاعتمادية	مذكر	3.982	0.568	0.696	81	0.181
		مؤنث	3.900	0.448	0.626	33.056	

0.410	81	1.575	0.583	4	مذكر	الاستجابة	Y3
	32.196	1.394	0.442	3.8125	مؤنث		
0.373	81	1.742	0.566	4.260	مذكر	الأمان	Y4
	37.841	1.699	0.533	4.029	مؤنث		
0.278	81	1.716	0.568	4.054	مذكر	الأمان	Y5
	36.226	1.631	0.507	3.833	مؤنث		
0.094	81	-1.894	0.3407	3.8500	مذكر	الإجمالي	Y
	31.207	-1.642	0.4719	4.0270	مؤنث		

يبين الجدول السابق أنّ المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة الخاصة بتوقع العملاء كانت أعلى بالنسبة للإناث منها عند الذكور، فمثلاً بلغت قيمة المتوسط الحسابي لبعد الملموسية (٤,٢٥٤)، وذلك بانحراف معياري (٠,٦٠١) ولبين مدى معنوية هذا الفرق بين اختبار عيّنتين مستقلتين أنّ قيمة (t) تساوي (-١,٦٠١) بدرجة حرية (٨١) وبمستوى معنوي (٠,٧٢١). بينما كانت المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة الخاصة بإدراك العملاء بالنسبة للذكور أعلى منها عند الإناث، حيث بلغت بالنسبة لبعد الملموسية (٢,٨٧٣) وبانحراف معياري (٠,٥٥٠) الخاص بمتغير الملموسية لإدراك العملاء لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، ولبين معنوية الفرق تبين من اختبار عيّنتين مستقلتين أنّ قيمة (t) بلغت (١,٢٨٢) عند درجة حرية (٨١) وبمستوى معنوي (٠,٦١٨)، ومما سبق يمكن القول إنّ نتيجة زيادة التوقع لدى الإناث بالنسبة لأبعاد جودة الخدمة المقدمة لدى عملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية كان له الأثر في أن تكون متوسطات الإدراك لجودة الخدمة لدى الإناث أقل منها عند الذكور، الأمر الذي يجب أن تنتبه إليه البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، من خلال العمل أكثر على وجود ثقافة تنظيمية داخل هذه البنوك تمكنهم من التقرب إلى العملاء أكثر، ومن ثم التعرف إلى وجهات نظرهم فيما يخص جودة الخدمة ومحاولة خلق معرفة لدى العملاء للخدمات المقدمة، الأمر الذي قد ينعكس إيجاباً على البنوك الإسلامية.

المطلب الثالث: اختبار المتغيرات الديمغرافية لعملاء البنوك الإسلامية لجودة الخدمة المصرفية

لقد تمّ استخدام تحليل التباين (ANOVA) لاختبار تأثير المتغيرات الديمغرافية في توقع وإدراك العميل لجودة الخدمة في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، وذلك لمعرفة

إنَّ كان هناك فروق معنوية بين توقعات العملاء طبقاً للمتغيرات الديمغرافية (الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع البنك، الدخل). وهذا الإجراء أُسقط على تَوْقُّع عينة أبعاد الجودة، والأمر ذاته تمَّ تنفيذه على إدراك العملاء لتلك الأبعاد.

جدول رقم (٦) اختبار تحليل التباين وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية						
المتغيرات الخاصة بتوقع العميل	الملوسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	1.315	0.001	0.355	1.628	1.765	0.944
Sig. مستوى المعنوي	0.255	0.2972	0.553	0.206	0.188	0.334
المتغيرات الخاصة بإدراك العميل	الملوسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	3.700	2.562	0.404	1.434	0.659	0.347
Sig مستوى المعنوي	0.058	0.113	0.527	0.235	0.419	0.897

من الجدول السابق يتَّضح عدم وجود فروق معنوية بالنسبة للحالة الاجتماعية، وذلك طبقاً لتوقعات وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

اختبار تحليل التباين وفقاً لمتغير المؤهل العلمي						
المتغيرات الخاصة بتوقع العميل	الملوسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	2.869	0.362	1.040	1.893	0.951	1.514
Sig. مستوى المعنوي	0.020	0.873	0.401	0.105	0.453	0.195
المتغيرات الخاصة بإدراك العميل	الملوسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	0.508	1.826	0.898	1.972	2.427	1.720
Sig. مستوى المعنوي	0.769	0.118	0.487	0.092	0.018	0.140

يتَّضح من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بالنسبة للمؤهل العلمي، وذلك طبقاً لتوقعات وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، باستثناء البعد الخاص بالملوسية والخاص بتوقع العميل، وذلك عند قيمة (f) بلغت (٢,٨٦٩)،

وبمستوى معنوي (٠,٠٢٠)، والبعد الخاص بالتعاطف الخاص بإدراك العميل، وذلك عند قيمة (f) بلغت (٢,٤٢٧)، وبمستوى معنوي (٠,٠١٨).

جدول رقم (٧) اختبار تحليل التباين وفقاً لمتغير المهنة						
المتغيرات الخاصة بتوقع العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	1.762	0.318	1.062	0.870	1.360	0.990
Sig. مستوى المعنوي	0.178	0.728	0.351	0.441	0.423	0.373
المتغيرات الخاصة بإدراك العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	1.360	1.411	0.468	0.276	0.120	0.391
Sig مستوى المعنوي	0.263	0.250	0.618	0.759	0.887	0.678

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بالنسبة لمتغير المهنة، وذلك طبقاً لتوقعات وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

جدول رقم (٨) اختبار تحليل التباين وفقاً لعدد سنوات التعامل مع البنك						
المتغيرات الخاصة بتوقع العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	0.007	0.392	0.091	0.033	0.00	0.085
Sig. مستوى المعنوي	0.932	0.533	0.763	0.857	0.998	0.771
المتغيرات الخاصة بإدراك العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	0.022	1.206	0.610	0.075	0.003	0.330
Sig. مستوى المعنوي	0.881	0.275	0.437	0.784	0.959	0.567

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بالنسبة لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك، وذلك طبقاً لتوقعات وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية.

جدول رقم (٩) اختبار تحليل التباين وفقاً لمتغير الدخل						
المتغيرات الخاصة بتوقع العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	0.790	0.218	1.530	0.770	1.075	2.419
Sig. مستوى المعنوي	0.535	0.928	0.202	0.545	0.374	0.483
المتغيرات الخاصة بإدراك العميل	الملموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	إجمالي
F قيمة	2.419	2.461	0.534	0.580	0.875	1.398
Sig. مستوى المعنوي	0.056	0.044	0.711	0.483	0.242	0.242

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق معنوية بالنسبة لمتغير الدخل، وذلك طبقاً لتوقعات وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية. باستثناء المتغير الخاص بالاعتمادية باعتباره أحد أبعاد جودة الخدمة الخاصة بإدراك العميل، وذلك عند قيمة (f) بلغت (٢,٤٦١)، وبمستوى معنوي (٠,٠٤٤)، ونظراً لأن إدراك الاعتمادية من قبل العملاء لدى البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية يختلف باختلاف الدخل لذلك استخدم الباحثان اختبار (LSD) بين المجموعات، وتبين أن هذا الفرق يرجع للفرق بمستويات الدخل (١٠-٣٠ ألف) بمستوى معنوي (٠,٠١١) و(٥١-٧٠ ألف) وبمستوى معنوي (٠,٠٤٢) و(١٠٠ ألف فأكثر) وذلك عند مستوى معنوي (٠,٠٢٧).

الاستنتاجات:

١. بيّنت الدراسة أن تحليل crosstabs كشف وجود علاقة بين المتغيرات الديمغرافية الخاصة بالدخل والمهنة، وذلك عند مستوى معنوي (٠,٠٠).

٢. أوضحت الدراسة وجود ثبات ومصداقية عالية لدى متغيراتها، حيث بلغت قيمة ألفا كرو نباخ لمتغير الملموسية الخاص بتوقع العملاء لجودة الخدمة المصرفية (٠,٩٤٤)، بينما بلغت قيمته بالنسبة لمتغير الأمان الخاص بإدراك العملاء (٠,٨٤٤)، في حين كانت المتغيرات الأخرى أيضاً

أعلى من النسبة المقبولة (٧٠٪) وهذا ما يعزّز ثبات وموثوقية متغيّرات الدراسة.

٣. كشفت الدراسة أنّ المتوسطات الحسابية الخاصة بتوقع وإدراك العميل لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية جميعها تفوق متوسط المقياس (٣)، حيث بلغ الفارق في المتوسط الحسابي لبعد الملموسية وفقاً لاختبار تي لعينتين غير مستقلتين (٥٩٦، ٠)، وذلك عند قيمة (t) المحسوبة (٨، ٤٨٧) ومستوى معنوية (٠، ٠٠)، أي إنّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنّ توقع العملاء لبعد الملموسية يفوق إدراكهم لها. وفيما يتعلق ببعد الاعتمادية فإنّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٤٨٦، ٠)، وذلك عند قيمة (t) المحسوبة (٦، ٧٣٦) ومستوى معنوية (٠، ٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنّ توقع العملاء لبعد الاعتمادية يفوق إدراكهم لها. وفيما يتعلق بالاستجابة فإنّ توقعهم يفوق إدراكهم لهذا البعد وبفارق (٠، ٦٦٥) يقابل قيمة (t) المحسوبة (٨، ٩٦٤) ومستوى معنوية (٠، ٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنّ توقع العملاء لبعد الاعتمادية يفوق إدراكهم لها. أمّا فيما يتعلق ببعد الأمان فإنّ توقع العملاء يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٠، ٣٣١) يقابل قيمة (t) المحسوبة (٣، ٥٨٥) ومستوى معنوية (٠، ٠٠١)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنّ توقع العملاء لبعد الأمان يفوق إدراكهم له.

بينما بيّنت الدراسة بالنسبة لبعد التعاطف أنّ توقع العملاء يفوق إدراكهم لهذا البعد، وبفارق (٤٩٣، ٠)، في حين بلغت قيمة (t) المحسوبة (٦، ١٧٩) ومستوى معنوية (٠، ٠٠)، وهذا ما يمكن الباحثين من رفض الفرض العدم القائل بعدم وجود فرق معنوي بين المتوسطين، ومن ثمّ يمكن للباحثين تأييد الفرضية البديلة بأنّ توقع العملاء لبعد التعاطف يفوق إدراكهم له.

٤. أوضحت الدراسة أيضاً من خلال اختبار one sample test لعينة مستقلة أنّ جميع أبعاد جودة الخدمة المصرفية للبنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية المستخدمة في الدراسة ذات فروق معنوية، وذلك عند مستوى معنوي بلغ (٠، ٠٠)، وهذا ما يؤكّد رفض الفرضية العدمية القائلة بعدم وجود فرق معنوي بين توقع وإدراك العميل لجودة الخدمة المصرفية، وتبنّي الفرضية البديلة.

٥. بيّنت الدراسة من خلال استخدام اختبار عينتين مستقلتين لمتغير الجنس Independent

Samples Test وجود فروق معنوية بين الذكور والإناث بالنسبة لتوقع وإدراك جودة الخدمة المصرفية، حيث بلغت نسبة متوسط الإناث للتوقع أعلى منها بالنسبة للذكور، حيث بلغت أعلى قيمة للمتوسط الحسابي لبعدها الموسمية (٤, ٢٥٤)، وذلك عند قيمة (t) تساوي (-١, ٦٠١) وبمستوى معنوي (٠, ٧٢١). بينما كانت المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة الخاصة بإدراك العملاء بالنسبة للذكور أعلى منها عند الإناث، حيث بلغت بالنسبة لبعدها الموسمية (٣, ٨٧٢) لإدراك العملاء لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية عند قيمة (t) بلغت (١, ٢٨٢) وبمستوى معنوي (٠, ٦١٨).

٦. أوضحت الدراسة بالنسبة للمتغيرات الديمغرافية عدم وجود فروق معنوية بالنسبة للمتغيرات الخاصة بالحالة الاجتماعية، والمهنة، وعدد سنوات التعامل مع البنك، باستثناء المتغيرات الخاصة بالمؤهل العلمي والدخل، فقد بينت الدراسة وجود فروق معنوية بالنسبة لبعدها الموسمية الخاص بتوقع العميل وبمستوى معنوي (٠, ٠٢٠)، وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، وأيضاً بالنسبة لمتغير التعاطف الخاص بإدراك العميل وبمعنوية بلغت (٠, ٠١٨). أما فيما يخص متغير الدخل أيضاً فبينت الدراسة وجود فروق معنوية بالنسبة لبعدها الاعتمادية الخاص بإدراك العميل، وذلك بمعنوية بلغت (٠, ٠٤٤).

الخاتمة:

يرجو الباحثان أن يكونا قد حققا إضافة حقيقية في مجال تناولهما لموضوع جودة الخدمة المقدمة من البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، تستطيع من خلالها البنوك تسليط الضوء أكثر ومراجعة الخدمات المقدمة من قبلها، وذلك بما يحقق رضا العملاء لديها، لما لموضوع جودة الخدمة المصرفية من أهمية بالغة في عصرنا الحالي.

المراجع:

المراجع العربية:

١. بومدين، يوسف، (٢٠٠٧): «إدارة الجودة الشاملة والأداء المتميز»، مجلة الباحث، الجزائر، عدد ٥، ص: ٢٧.
٢. يحيوي، إلهام، (٢٠٠٧): «الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة ميدانية بشرية الإسمنت عين التوتة»، مجلة الباحث، عدد ٥، ص: ٤٥.

٣. عبود، خالد وكنعان، علي (٢٠١٢): «قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي»، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٨، العدد ٢. ص. ص: ٥٥١-٥٧٢.
٤. الخالدي، أيمن، (٢٠٠٦): «قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء»، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة، فلسطين، ص. ص: ١-١٥٥.
٥. أبو معمر، فارس، (٢٠٠٥): «قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة»، مجلة الجامعة الإسلامية سلسلة الدراسات الإنسانية، مجلد ١٢، عدد ١، ص. ص: ٧٧-١٠٥.
٦. عيشاوي، أحمد، (٢٠٠٦): «إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية» مجلة الباحث، عدد ٤، ص. ص: ٧-١٦.
٧. الطالب، صلاح عبد الرحمن مصطفى، (٢٠٠٢): «قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية»، متاح على الرابط www.kantakji.com/fiqh/Files/Banks/Kias.doc . تاريخ ٢٠١١/٩/٧.
٨. نايف، محسن، (٢٠٠٧): «إستراتيجية نظام الجودة في التعليم»، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، ص: ١٣.
٩. قدار، طاهر رجب، (١٩٩٧): «المدخل إلى إدارة الجودة الشاملة والأيزو ISO 9000»، دار الحصاد للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص: ٧٠.
١٠. محارمة، ثامر محمد، (٢٠٠٥): «قياس جودة الخدمات المصرفية للبنوك الوطنية التجارية القطرية دراسة ميدانية»، مجلة الإدارة العامة، مجلد ٤٥، عدد ٣، ص: ٥٢٣.
١١. حنفي، عبد الغفار، (٢٠٠٧): «السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية»، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص: ٦٤.
١٢. الغامدي، محمد أحمد، (٢٠١٠): «ملخص الوحدة الثامنة من كتاب مهارات التفكير العلمي»، متاح على الرابط <http://category/com.wordpress.bustudents/>، تاريخ ٢٠١٣/٦/٢٢.
١٣. عبد القادر، بريش، (٢٠٠٦): «جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية

- للبنوك»، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، عدد ٣، ص: ٢٥٣.
١٤. عربيات، وائل، (٢٠٠٦): «المصارف الإسلامية والمؤسسات الاقتصادية»، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: ٢١-٢٧.
١٥. المالقي، عائشة الشرقاوي، (٢٠٠٠): «البنوك الإسلامية التجربة بين الفقه والقانون والتطبيق»، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، المغرب، ص: ٢٣٠.
١٦. الوادي، محمود حسين وسمحان، حسين محمد، (٢٠٠٧): «المصارف الإسلامية الأسس النظرية والتطبيقات العملية»، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: ٣٧.
١٧. الصرن، رعد حسن، (٢٠٠٧): «عولة جودة الخدمة المصرفية»، دار التواصل العربي، دمشق، سوريا، ص: ٩٩.
١٨. دعبول، محمد زاهر وأيوب، محمد، (٢٠٠٣): «مبادئ تسويق الخدمات»، دار الرضا للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ص: ٢٩٧.
١٩. الطالب، غسان والخطيب، حازم، (٢٠١١): «العلاقة المنطقية بين جودة الخدمة بالإدراك ورضا المستفيد دراسة تحليلية عن الخدمات المصرفية»، متاح على الرابط، www.com.labograndmaghreb، تاريخ ٢٠/٦/٢٠١٣.

المراجع الإنكليزية:

1. Majid Nokhbeh,(2011): «Measuring the perceive service Quality in the Islamic Banking System in Malaysia», International Journal of Business and Social Science, Vol. 2, No. 13,p.p:122-135.
2. Parasuraman,A, et. Al.,(1988): «SERVQUAL: A Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality», journal of Retailing, Vol.64, No.1,p:23.
3. Kumar, Arun, et.al.,(2010): «An Empirical Study: Influence of Service Quality on Attitudinal Loyalty in Retail Banking», SRM Management Digest Journal, Vol. 8, p:195.

