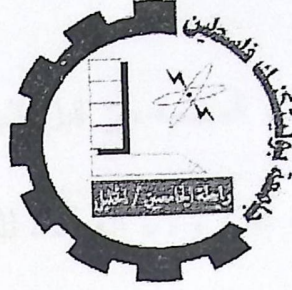


جامعة بوليتكنك فلسطين



كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

بحث تخرج بعنوان:

"مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الاسلامية في مدينة

الخليل وأثره على ولاء العملاء للبنك"

فريق البحث:

روبي وليد بهجت الشريف هنادي روي ابو سارة مها موسى الفسفوس

اشراف:

أ. دينا القدسي

حزيران 2012



بحث تخرج بعنوان :

"مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل
وأثره على ولاء العملاء للبنك"

فريق البحث :

روبي وليد الشريف هنادي روجي أبو سارة مها موسى الفسفوس

إشراف :

أ.دينا القدسي

قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص

إدارة الأعمال المعاصرة في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات في جامعة

بوليتكنك فلسطين.

أيار 2012

شكر وتقدير

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في

كلمات...تتبعثر الأحرف وعبثا أن يحاول تجميعها في سطور

سطورا كثيرة تمر في الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات

وصور تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا.....

فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطواتنا الأولى في غمار الحياة ونخص

بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا وإلى من وقف

على المنابر وأعطى من حصيلة فكرة لينير دربنا

إلى الاساتذة الكرام في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات ونتوجه بالشكر الجزيل

إلى الأستاذة.دينا القدسي

التي تفضلت بالإشراف على هذا البحث فجزاها الله عنا كل خير فلها منا كل التقدير

والاحترام

الدكتور محمد حسونة والأستاذ امجد الننتشة والأستاذ محمد شلالة والأستاذة سعاد

سلطان لمساهماتهم في تحكيم الإستبانة وكذلك نشكر كل من ساعد على إتمام هذا

البحث وقدم لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث .

الإهداء

إلى من بلغ الرسالة وادي الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور

العالمين...

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى الذي اخذ بيدي إلى طريق العلم.... إلى أبي...

إلى التي غمرتني حبا وعطفا... إلى أمي.....

إلى تلك الشموع التي تحترق لتضيء لنا الطريق... إلى مشاعل النور التي تضيء

حلقة الظلام... إلى أساتذتنا الكرام...

إلى الكواكب التي سطعت في سماء فلسطين... إلى الإبرار الذين رفعوا هامات

الأمة.... إلى المشاعل في ليلة الأدهم... إليكم يا من يعجز الصقر الرقي

لمنازلكم... إلى شهدائنا الأبرار... إلى من بعلمهم وجدهم واجتهادهم ستسمو أمتهم

وترتفع... إليكم زملائي في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات،،، إليكن صديقاتي

الغاليات... إليكم أخوتي وأخواتي... نهدي هذا العمل

إلى أمي الغالية.... وإلى أبي العزيز... وإلى عمتي الغالية فاتن..... روبي

إلى من سكن روحي... خطيبي... نشأت... مها

إلى من أسر قلبي.... زوجي وأبني الغالي.... زكريا وزيد..... هنادي

"بلدي فلسطين"

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع	الرقم
أ	شكر وتقدير	*
ب	الإهداء	*
ت	فهرس المحتويات	*
خ	فهرس الجداول	*
ر	فهرس الأشكال	*
ز	المصطلحات الإجرائية	*
س	ملخص الدراسة باللغة العربية	*
الفصل الأول (الإطار العام)		
1	المقدمة	1.1
3	مشكلة الدراسة	1.2
3	أهداف الدراسة	1.3
4	أهمية الدراسة	1.4
4	فرضيات الدراسة	1.5
5	حدود الدراسة	1.6
6	محددات الدراسة	1.7
6	الهيكل التنظيمي لمحتويات الدراسة	1.8

الصفحة	الموضوع	الرقم
	الفصل الثاني (الاطار النظري والدراسات السابقة)	
7	المبحث الأول (الإطار النظري)	2.1
8	تعريف البنوك الإسلامية	2.1.1
8	نشأة المصارف الإسلامية وانتشارها	2.1.2
9	العوامل التي ساعدت على انشاء المصارف الاسلامية	2.1.3
9	أسس المصارف الإسلامية	2.1.4
10	طبيعة وسمات المصارف الاسلامية	2.1.5
10	أهداف المصارف الاسلامية	2.1.6
11	مفهوم الخدمة	2.1.7
11	وظائف وخدمات المصارف الاسلامية	2.1.8
14	كيفية إدارة توقعات العملاء	2.1.9
15	رضا العملاء	2.1.10
18	قياس رضا العملاء	2.1.11
19	الولاء	2.1.12
	المبحث الثاني (الدراسات السابقة)	
24	الدراسات العربية	2.2.1
28	الدراسات الأجنبية	2.2.2
31	التعقيب على الدراسات السابقة	2.2.3

الرقم	الموضوع	الصفحة
الفصل الثالث (إجراءات الدراسة)		
3.1	منهج الدراسة	32
3.2	مجتمع الدراسة	32
3.3	عينة الدراسة	33
3.4	أداة الدراسة	34
3.5	صدق أداة الدراسة	35
3.6	ثبات أداة الدراسة	35
3.7	خطوات تطبيق الدراسة	36
3.8	متغيرات الدراسة	36
3.9	المعالجة الإحصائية	36
الفصل الرابع (تحليل البيانات والنتائج)		
4.1	اسئلة الدراسة	39
4.1.1	السؤال الاول	39
4.1.2	السؤال الثاني	42
4.1.3	السؤال الثالث	44
4.2	فرضيات الدراسة	46
4.2.1	الفرضية الأولى	46
4.2.2	الفرضية الثانية	51

الصفحة	الموضوع	الرقم
51	الفرضية الثالثة	4.2.3
52	الفرضية الرابعة	4.2.4
54	الفرضية الخامسة	4.2.5
57	الفرضية السادسة	4.2.6
62	الفرضية السابعة	4.2.7
الفصل الخامس (النتائج والتوصيات)		
67	نتائج الدراسة	5.1
70	توصيات الدراسة	5.2
المراجع		
71	المراجع العربية	•
74	المراجع الأجنبية	•
الملاحق		
78	ملحق رقم (1) الاستبانة	•
82	ملحق رقم (2) الملخص باللغة الانجليزية	•

فهرس الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
1-3	خصائص العينة الديمغرافية	33
2-3	نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات أداة الدراسة	35
3-3	مفاتيح التصحيح	37
1-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا العملاء عن الخدمات و التعامل، مرتبة حسب الأهمية	39
2-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإسلامية، مرتبة حسب الأهمية	42
4-3	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى ولاء العملاء للبنوك الإسلامية ، مرتبة حسب الأهمية	45
4-4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الاسلامية في مدينة الخليل.	46
4-5	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الاسلامية في مدينة الخليل.	47
4-6	معامل الارتباط بيرسون الذي يوضح العلاقة بين رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي ودرجة ولاءه للبنك .	51
4-7	نتائج اختبارات للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير الجنس العميل	52
4-8	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل	53

53	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل	4-9
54	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي	4-10
55	نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي	4-11
56	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي	4-12
57	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك	4-13
61	نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك	4-14
62	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك	15-4
63	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة	16-4

64	نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة	17-4
65	الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة	18-4

فهرس الأشكال:

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
2-1	خصائص الرضا	16
2-2	العلاقة ما بين رضا العميل ودرجة ولائه للبنك	21

المصطلحات الاجرائية:

- البنك (المصرف): الوسيط الذي يسعى إلى تعبئة المنخرات من المدخرين وإقراضها إلى المستثمرين وذلك تبعاً لركائز المؤسسات المالية. (شكري ، 2004 : 10).
- البنوك الإسلامية: عبارة عن مؤسسة مصرفية لا تتعامل بالفائدة أخذاً أو إعطاء بحيث يتلقى من العملاء نقودهم دون أي التزام أو تعهد مباشر أو غير مباشر بإعطاء عائد ثابت على عوائدهم مع ضمان رد الأصل لهم عند الطلب . (ارشيد ، 2001:14)
- البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل: هي البنك الإسلامي العربي القائم على دوار ابن رشد، والبنك الإسلامي الفلسطيني القائم على دوار الصحة، والبنك الإسلامي الفلسطيني القائم على رأس الجورة.
- رضا العميل: على انه الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها العميل عند الشراء (Ray، 2001، 22).
- ولاء العميل: هو عملية الاحتفاظ بالزبائن لأطول فترة ممكنة . (سالم ومسعود، 2008).

ملخص الدراسة:

نمت البنوك الإسلامية في وقتنا الحاضر وتنوعت خدماتها ونشاطاتها ، وفي ظل المنافسة القوية مع البنوك الأخرى ، تظهر أهمية تحديد درجة رضا العميل لدى البنك الإسلامي عن الخدمات التي تقدمها هذه البنوك والتعرف على العلاقة ما بين رضا العميل وولائه للبنك.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل وأثرها على ولاء العميل، وذلك من خلال استبانته لاستطلاع آراء عملاء البنوك الإسلامية في مدينة الخليل للتعرف على مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية ودرجة ولاءهم للبنك، وتم استخدام الإستبانة أداة أساسية لجمع المعلومات وتم استخدام الكتب والمقالات والدارسات السابقة كأداة ثانوية. لقد تم توزيع الإستبانة على عينة الدراسة، والذي يتكون من 380 عميل في البنوك الإسلامية في مدينة الخليل ، وتم توزيع 380 استبانته على عينة الدراسة، وقد تم تحليل ومعالجة البيانات إحصائياً، فتوصل فريق البحث إلى مجموعة من النتائج، وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة انه كلما زاد رضا العميل زاد ولاءه للبنك والعكس صحيح(العلاقة طردية بين رضا العملاء وولائهم)، وأيضاً توصلت الدراسة إلى انه لا توجد فروق تعزى لمتغيرات جنس وعمر العميل، وتوصلت إلى انه توجد فروق تعزى لمتغير المهنة ومدة التعامل مع البنك والمؤهل العلمي. من أهم التوصيات التي أكدت عليها الدراسة أن يقدم البنك الإسلامي التسهيلات التي من شأنها أن ترفع من درجة ولاء العميل للبنك الإسلامي ، وعدم التمييز بين العملاء على أساس المؤهل العلمي، وان يعطي البنك حوافز للذي مضى على تعاملهم مع البنك فترة طويلة.

الفصل الأول

الفصل الأول

1.1 المقدمة

المقدمة

مشكلة الدراسة

أهداف الدراسة

اهمية الدراسة

فرضيات الدراسة

حدود الدراسة

الهيكل التنظيمي للدراسة

الفصل الأول

1.1 المقدمة:

تعتبر المؤسسات المالية من القطاعات الهامة في اقتصاديات أي دولة، لما تقدمه من خدمات مالية وما تساهم به في تمويل جل الوحدات الاقتصادية، وذلك بتقديمها القروض والتسهيلات الائتمانية لسير العملية الإنتاجية. (الفرجاني، 2004 : 25).

وبما أن العمليات المصرفية بشكل عام تعتمد علي ركائز وأعراف معينة فإن العمليات المصرفية تطورت مع تطور المصارف منذ إنشائها، إلى أن وصلت عملياتها إلي ما هو عليه اليوم، وقد بنيت تلك الركائز والأعراف أصلا علي مفاهيم ومبادئ مستمدة من حق المدخر المقرض في الحفاظ علي قيمة مدخراته، وجني عوائد منها، والمستثمر المقرض الذي يتم الحصول منه علي فوائد، ويتم تبادل المنفعة بينهما عن طريق المصرف الذي يلعب دور الوسيط الذي يسعى إلى تعبئة المدخرات من المدخرين وإقرانها إلى المستثمرين وذلك تبعا لركائز المؤسسات المالية. (شكري، 2004 : 10).

وتعد المصارف الإسلامية ثمرة من ثمار الصحوة الإسلامية التي عمت أرجاء الوطن الإسلامي وخاصة أن البلاد العربية جربت كل الحلول الغربية واتضح لها عدم ملائمتها. وتسعى المصارف الإسلامية لحل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية التي يعاني منها المجتمع في جميع الدول العربية الإسلامية، مع ملاحظة أننا نعلم المصارف الإسلامية عندما نحملها كل مهام واعباء التنمية الاقتصادية والاجتماعية. (الزعتري، 2011).

فالبنوك الإسلامية هي عبارة عن مؤسسة نقدية مالية تعمل على جذب الموارد النقدية من افراد المجتمع وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل تعظيمها ونموها في اطار القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية وبما يخدم شعوب الأمة ويعمل على تنمية اقتصادياتها. (الخصيري، 1995:17).

يعتبر الرضا لدى العملاء من اهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعتها وخدماتها، لانه يعتبر مصدر ولاء العملاء للمؤسسة، لذلك تسعى ألى العمل على زيادة درجة

الرضا لدى عملاءها للمحافظة على بقائها في السوق. (الدراركة، 2001:183).

وبما ان البنوك الاسلامية تعمل في مدينة الخليل ويتزدد عليها عملاء كثيرون فان طرح موضوع رضا العملاء عن خدمات هذه البنوك وربطها مع درجة ولاء العميل للبنك يعتبر ذو

فائدة واهمية كبيرة.

1.2 مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في الرغبة في معرفة مدى رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية في مدينة الخليل ومعرفة تأثير رضا العملاء على درجة ولاء العملاء للبنك وبذلك ستجيب الدراسة على التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية في مدينة الخليل؟
- 2- ما العلاقة بين رضا العملاء عن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الإسلامية في مدينة الخليل ودرجة ولاء العملاء لهذه البنوك؟
- 3- هل هناك فروق في درجة رضا العملاء عن خدمات البنوك الإسلامية تعزى لمتغيرات تتعلق بالعميل وتشمل (الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والمهنة، ومدة التعامل مع البنك).

1.3 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

- 1- قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل.
- 2- معرفة فيما اذا كان رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي في مدينة الخليل يؤثر على درجة ولاءه للبنك.
- 3-4- معرفة الفروقات في درجة رضا العملاء وفقا لمتغيرات تتعلق بالعميل. (من حيث الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والمهنة، ومدة التعامل مع البنك).

1.4 أهمية الدراسة:

- 1- تتمثل أهمية الدراسة في ابعادها من حيث أنها تتحدث عن رضا العملاء عن الخدمات المصرفية في المصارف الاسلامية العاملة في مدينة الخليل مع ربطها بولاء العملاء للبنك الاسلامي.
- 2- تتبع أهمية الدراسة من أهمية القطاع المصرفي الاسلامي وأهمية خدماته في المجتمع، وكذلك أهمية ربط عوامل الرضا مع درجة الولاء للعميل في البنك .
- 3- مساعدة الإدارة والعاملين في المصارف الاسلامية للمشاركة والاطلاع على نتائج هذه الدراسة التي ستساعدهم في التعرف على مدى رضا العملاء عن خدمات البنك ومدى ولاء العملاء للبنك الاسلامي.

1.5 فرضيات الدراسة:

- 1- هناك رضا عالٍ للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الاسلامية في مدينة الخليل.
- 2- هناك علاقة طردية بين رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي وولائه للبنك.
- 3- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي تعزى لمتغير جنس العميل.
- 4- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي تعزى لمتغير عمر العميل.
- 5- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الاسلامي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

6- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى بمتغير المهنة.

7- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك.

1.6 حدود الدراسة:

- الحدود المكانية : البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل وهي البنك الإسلامي العربي، والبنك الإسلامي الفلسطيني بفرعيه، حيث تجري الدراسة على فروع البنك الإسلامي الفلسطيني المتواجدة في دوار الصحة، والفرع القائم على رأس الجورة، والبنك الإسلامي العربي القائم على دوار ابن رشد.

-الحدود الزمنية: تتراوح الفترة الزمنية لإجراء الدراسة من شهر تشرين أول 2011 وحتى ايار 2012.

-الحدود البشرية: العملاء في البنوك الإسلامية في مدينة الخليل.

-الحدود الموضوعية: التعرف على مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في البنوك الإسلامية المتواجدة في مدينة الخليل وربطها مع درجة ولاء العملاء.

1.7 محددات الدراسة:

- عدم تعاون عملاء ألبنوك الإسلامية في تعبئة الاستبانة، فقد تم الرفض من قبل البعض
- عدم توافر المعلومات المطلوب تدوينها ضمن البحث بشكل صريح، وإنما تم اللجوء إلى كتب بعناوين أخرى وأخذت منها المعلومات.

1.8 الهيكل التنظيمي للدراسة:

حيث تتضمن المواد التمهيديّة، صفحة العنوان، توطئة البحث، الإهداء، قائمة المحتويات، قائمة الجداول، قائمة الأشكال والصور، والمصطلحات الاجرائية.

الفصل الاول: يتضمن هذا الفصل مقدمة الدراسة ومشكلتها واهدافها واهميتها والحدود والفرضيات والهيكل التنظيمي لها.

الفصل الثاني: يتضمن الاطار النظري والدراسات السابقة.

الفصل الثالث: سيتضمن منهجية الدراسة من حيث المنهج الذي سيتبع وكذلك ادوات جمع الادوات والمعلومات ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة والمعالجة الاحصائية للبيانات.

الفصل الرابع: وسيحتوي على تحليل نتائج البحث واستخلاص اهم النتائج.

الفصل الخامس: سيتضمن الاستنتاجات والتوصيات التي سيتوصل اليها فريق البحث بالدراسة.

المصادر والمراجع.

الملاحق.

2.1.1 تعريف البنوك الإسلامية والتشريع:

تعريف البنوك الإسلامية:

الفصل الثاني

في تعريف الشريعة الإسلامية من وجهة نظرنا الإسلامية لا يمكن إغفال أن هناك فئات

التي يمكن أن ينظر من خلالها مفهوم البنوك في ضوء ما فيها من عناصر أو غير عناصر

باعتبارها عنصر في تعريفها. وهذا يعني أن مفهوم البنوك لا يمكن أن يكتفى به

من مبادئها في أنشطة استثمارية أو تجارية حيث لا بد من ولا يتفق أحد مع هذا المفهوم

ويعتبر أن مفهوم الشريعة على أساس الشريعة الإسلامية لا يمكن أن يكتفى به

باعتبارها عنصر في تعريفها.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة.

كما يمكن تعريف البنوك الإسلامية من وجهة نظرنا الإسلامية لا يمكن أن يكتفى به

الاستثمارية والتجارية حيث لا بد من ولا يتفق أحد مع هذا المفهوم

الإسلامي دائما ويعرّفها (الفاضل، 2004: 21)

2.1.2 نشأة البنوك الإسلامية والتشريع:

كما يمكن تعريف البنوك الإسلامية من وجهة نظرنا الإسلامية لا يمكن أن يكتفى به

الاستثمارية والتجارية حيث لا بد من ولا يتفق أحد مع هذا المفهوم

الإسلامي دائما ويعرّفها (الفاضل، 2004: 21)

كما يمكن تعريف البنوك الإسلامية من وجهة نظرنا الإسلامية لا يمكن أن يكتفى به

الاستثمارية والتجارية حيث لا بد من ولا يتفق أحد مع هذا المفهوم

الإسلامي دائما ويعرّفها (الفاضل، 2004: 21)

2.1.1 تعريف البنوك الإسلامية ونشأتها وانتشارها:

تعريف البنوك الإسلامية:

إن التعريف الشائع للبنك الإسلامي هو مؤسسة مصرفية لا تتعامل بالفائدة أخذاً أو عطاءً، فالبنك الإسلامي ينبغي أن يتلقى من العملاء نقودهم دون أي التزام أو تعهد مباشر أو غير مباشر بإعطاء عائد ثابت على ودائعهم، مع ضمان رد الأصل لهم عند الطلب، وحينما يستخدم ما لديه من موارد نقدية في أنشطة استثمارية أو تجارية فإنه لا يقرض ولا يدين أحد مع اشتراط الفائدة، وإنما يقوم بتمويل النشاط على أساس المشاركة فيما يتحقق من ربح، فإذا تحققت خسارة فإنه يتحملها مع أصحاب النشاط الذين قام بتمويلهم. (ارشيد، 2001: 14).

كما يمكن تعريف البنك الإسلامي: مؤسسة مصرفية تلتزم في جميع معاملاتها وانشطتها الاستثمارية وادارتها لجميع اعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها وكذلك بأهداف المجتمع الإسلامي داخليا وخارجيا. (الرفاعي، 2004: 21).

2.1.2 نشأة المصارف الإسلامية وانتشارها:

جاءت نشأة المصارف الإسلامية تلبية لرغبة المجتمعات الإسلامية في ايجاد صيغة للتعامل المصرفي بعيدا عن شبهة الربا وبدون استخدام سعر الفائدة. ومن الناحية العملية كانت اول تجربة للقيام بالعمل المصرفي على اسس اسلامية لا تقوم على اساس الفائدة المصرفية في احدى المناطق الريفية في باكستان في اواخر الخمسينيات وهذه التجربة غير معروفة كثيرا، ويرجع السبب في ذلك الى قلة ما كتب عنها باللغة العربية، وتوقفت هذه التجربة عن العمل في اوائل الستينيات من القرن الماضي. (عاشور، 2002).

وقد جاء الاهتمام الحقيقي بإنشاء مصارف إسلامية تعمل طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية في توصيات مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية عام 1974م حيث ورد النص علي ضرورة إنشاء مصرف إسلامي دولي للدول الإسلامية. وتبعاً تم إنشاء مصرف دبي الإسلامي و الذي يتعامل طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية عام 1975م، حيث يقدم المصرف جميع الخدمات المصرفية والاستثمارية للأفراد طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية. (الهييتي ، 1998 : 174).

2.1.3 العوامل التي ساعدت على إنشاء المصارف الإسلامية:

- 1- نضوج الفكرة وتفهمها على مستوى العالم الإسلامي.
- 2- جرأة الكلمة بعد خروج الاستعمار من الديار الإسلامية.
- 3- مؤتمرات دينية وسياسية على مستوى العالم الإسلامي. (العبادي، 1982:153).

2.1.4 أسس المصارف الإسلامية:

- 1- استبعاد التعامل بالفائدة.
- 2- تقرير العمل كمصدر للكسب بديلاً عن اعتبار المال للكسب بديلاً عن اعتباره تصدراً وجيداً للكسب.
- 3- تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع كخادم لمصالحه وليس سيداً يتحكم في البشر. (العبادي، 1982:174).

2.1.5 طبيعة وسمات المصارف الإسلامية:

- 1- المصرف الإسلامي مصرف عقائدي.
- 2- أنها مصارف تمويل بالمشاركة.
- 3- أنها تربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية. (نصر الدين، 1985:14).

2.1.6 اهداف البنوك الإسلامية:

- 1- ممارسة الاعمال المصرفية بما يتفق مع احكام الشريعة، وان يجد البديل الاسلامي للمعاملات المحرمة، من اجل رفع الحرج على المسلمين. (جبر، 2001:73).
- 2- الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية في أوجه النشاط والعمليات المختلفة التي تقوم بها واتباع قاعدة الحلال والحرام في ذلك.
- 3- توفير الاموال اللازمة لأصحاب الأعمال بالطرق الشرعية بغرض دعم المشروعات الاقتصادية والاجتماعية النافعة.
- 4- تشجيع الاستثمار ومحاربة الاكتناز من خلال ايجاد فرص وصيغ عديدة للاستثمار تتناسب مع الافراد والشركات.
- 5- تحقيق تضامن بين اصحاب الفوائض المالية واصحاب المشروعات المستخدمين لتلك الفوائض.
- 6- تنمية القيم والاخلاق الإسلامية في المعاملات وتثبيتها لدى العاملين والمتعاملين معها.
- 7- تطوير عادات التوفير والاستثمار في المجتمع. (المصري، 2005:64)

2.1.7 مفهوم الخدمة:

للخدمة عدة تعاريف نذكر منها:

تعرف الخدمة على انها: "أي نشاط أو انجاز أو منفعة يقدمها طرف ما الى طرف اخر، وتكون اساسا غير ملموسة، ولا تنتج عنها أي ملكية، وان انتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون. (الضمور، 2005:18).

2.1.8 وظائف وخدمات المصارف الإسلامية:

تقسم الخدمات المقدمة بالمصارف الإسلامية الى نوعين هما:

- 1- خدمات مصرفية تتضمن عمليات ائتمانية.
- 2- خدمات مصرفية لا تتضمن عمليات ائتمانية. (البلتاجي، 2009).

• الخدمات التي تتضمن عمليات ائتمانية:

1- قبول الودائع: تعتبر من اهم مصادر الاموال لأي مصرف، وهناك نوعان منها:

- أ- الودائع الائتمانية (غير الاستثمارية): وهي الاموال التي يودعها اصحابها في المصرف على شكل امانة بغرض حفظها وليس لغرض الاستثمار.
- ب- الودائع الاستثمارية: وهي الاموال التي يودعها اصحابها في المصرف بغرض الاستثمار بطريقة شرعية. (شيخون، 2002).

2- التمويل: ومن أهم صيغ التمويل ما يلي:

- أ- المضاربة: حيث يقدم المصرف المال والعميل العمل ، وتوزع الارباح حسب الاتفاق والخسارة على المصرف.

ب- المرابحة للأمر بالشراء: وتسمى أيضا المرابحة المركبة، وهي بيع المؤسسة الى عميلها سلعة بزيادة محددة على ثمنها او تكلفتها بعد تحديد تلك الزيادة (ربح المرابحة) في الوعد وتسمى المرابحة المصرفية.

ت- البيع التاجيري: ويسمى الإجارة المنتهية بالتملك. (هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية:2004).

3- الاستثمار: تقوم المصارف الاسلامية باستثمار الاموال بأساليب عدة منها : شراء الاوراق المالية، والاتجار بالذهب والفضة والسلع، طالما يتسمى ذلك مع الشريعة الاسلامية.

4- تقديم خدمات اجتماعية وثقافية وتعليمية، مثل الوقوف الى جانب المتعاملين معها، القرض الحسن، وصندوق الزكاة. (ارشيد:2001).

• الخدمات المصرفية الاسلامية التي لا تتضمن عمليات ائتمانية:

1- الاعتمادات المستندية: تعد من اهم الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف بصفة عامة، حيث تعد اساس الحركة التجارية في كافة انحاء العالم والتي تنفذ من خلال شبكة المراسلين حول العالم.(البلتاجي:2009)

2- خطابات الضمان : تعد خطابات الضمان من الانشطة المصرفية الهامة، حيث اصبحت اداة للتعامل لاقتصادي الداخلي والخارجي على حد سواء وخاصة في مجال التعاقدات والمقاولات، وتعرف على انها " تعهد كتابي يصدر من المصرف بناء على طلب المتعامل بدفع مبلغ نقدي معين او قابل للتعين مجرد ان يطلب المستفيد ذلك من المصرف خلال مدة محددة ويجوز امتداد الضمان لمدة اخرى وذلك قبل انتهاء المدة الاولى.(البلتاجي:2009)

3- الاورق المالية: يقصد بها الاسهم والسندات ، والسهم يحصل صاحبه على عائد سنوي، اما السند يحصل صاحبه على فائدة ثابتة، وذلك فان المصارف الاسلامية لا تتعامل بالسندات.

4- الاوراق التجارية: تستخدم (الكمبيالة، السند الاذني، الشيك) بصفة عامة في الاعمال التجارية كسند يثبت فيه المدين تعهدا للدائن بدفع مبلغ معين اما بنفسه او عن طريق شخص اخر في تاريخ معين. وتستخدم الاوراق التجارية اداة للوفاء بالديون مقابل الغير بحيث يمكن تحويل المديونية من شخص الى اخر. (البلتاجي:2009).

5- الصرف الاجنبي: هي كل عملة لدولة يتم تداولها خارج نطاق تلك الدولة، وتعتبر من العمليات الجائزة شرعا. (البلتاجي:2009).

6- السحب على الكشوفات: أي أن تقوم المصارف الاسلامية بالسماح لعملائها بالسحب النقدي من حساباتهم الشخصية مقابل فائدة معينة، وهذه الخدمة لا تجوز بالمصارف الاسلامية، ولكن في حالة كشف حساب المتعامل بمبلغ معين من المال مقابل مديونية فيعد هذا من قبل القرض الحسن، وذلك لمدة معينة. (البلتاجي:2009).

7- تأجير الخزائن: تقدم للعملاء لحفظ ممتلكاتهم من المجوهرات او المستندات الهامة او العقود ويحتفظ المتعامل بمفتاح خاص لهذه الخزينة لا يفتح الا بمعرفته ومندوب. (البلتاجي:2009).

8- بطاقات الفيزا: تعتبر بديلا عصريا عن حمل النقود، لما لها من مزايا امنية للتعامل، اضافة الى سهولة استخدامها وقبلوها دوليا من كافة المؤسسات التجارية والخدمية. (البلتاجي:2009).

9- الحوالات: أي اجراء تحويل الاموال داخل البلد الواحد او الى بلاد خارجية.

10- الحسابات الجارية: يتيح الحساب الجاري للعميل حفظ امواله في المصرف مع امكانية سحبها او سداد أي التزام مالي عليه في أي وقت. (البلتاجي:2009).

2.1.9 كيفية إدارة توقعات العملاء:

تستطيع منظمات الخدمات إدارة توقعات عملائها بشكل فعال من خلال الالتزام بالوعد التي تقطعها على نفسها لهم حول خدماتها، وكذلك الاعتماد على الاتصال الفعال معهم وهذا يحتاج منها التأكيد على العوامل التالية (الضمور، 2005 : 374).

١- التأكيد من أن الوعد واقعية:

أي على المنظمة أن لا تغالي في وعودها أو أن لا تعطي وعودا خلابة لا تعكس ما تقدمه المنظمة في الواقع، فالوعد المغالي بها والتي لا تتمكن المنظمة من تحقيقها للعميل سوف تؤدي إلى خلق عدم الثقة بينه وبينها، وحتى يمكن أن يتوافق أداء الخدمة الفعلي مع الوعد المعطاة من قبل المنظمة للعملاء، فلا بد على إدارة التسويق مراعاة ما يلي:

** التعرف على ردة الفعل تجاه أي حملة ترويجية قبل القيام بها وذلك من قبل مجموعة من العملاء، ويكون الهدف من ذلك هو التأكيد من صحة الوعد التي سوف تطلقها هذه الحملة.

** القيام ببحوث دورية تهدف إلى تقييم تأثير المزيج التسويقي للمنظمة على مستويات توقعات العملاء، مثل التعرف على تأثير الأسعار على هذه المستويات.

٢- التأكيد على عامل الثقة في تقديم الخدمة:

إن أداء الخدمة بشكل صحيح لأول مرة يمكن العملاء الاعتماد على المنظمة وخدماتها، مما يساهم في تمايز الخدمة، وذلك لأن العملاء يعطون أهمية كبيرة لمعيار الثقة في الخدمة عند تقييم جودة الخدمة، كما أن وجود درجة عالية من الثقة لدى العميل بخدمات المنظمة سيقبل من حاجته لعملية معالجة أخطاء ومشاكل الخدمة.

٣-الاتصال الدائم مع العملاء:

يجب على المنظمة أن تعمل دائما على الاتصال مع العملاء، فالخدمة ما هي إلا تفاعل مع العميل، ولو قامت المنظمة بالاتصال الدائم مع العميل لاستطاعت أن تتجنب العديد من المشاكل المحتمل أن تتعرض لها عند تقديم الخدمة، والاتصال مع العملاء في الوقت المناسب يعد احد الطرق الفعالة في إدارة توقعاتهم، فالإتصال في الوقت المناسب بالعميل يشعره بأنه شريك وليس مجرد عميل، ومثل هذا الشعور هو الذي يبحث عنه العميل عند التعامل مع مقدمي الخدمة. وحتى يمكن للمنظمة أن تقدم خدمات تفوق مستواها المستوى الذي يتوقعه العملاء فإن عليها أن تقوم بالتالي:

١- التميز في تسليم الخدمة.

٢- استثمار عملية علاج أخطاء الخدمة (الضمور، 2005).

2.1.10 رضا العملاء :

يعتبر الرضا لدى العملاء من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعتها وخدماتها، لأنه يعتبر مصدر ولاء العملاء للمؤسسة ، لذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى عملاءها للمحافظة على بقاءها في السوق . لذلك سنتعرف على مفهوم الرضا وخصائصه.

مفهوم الرضا:

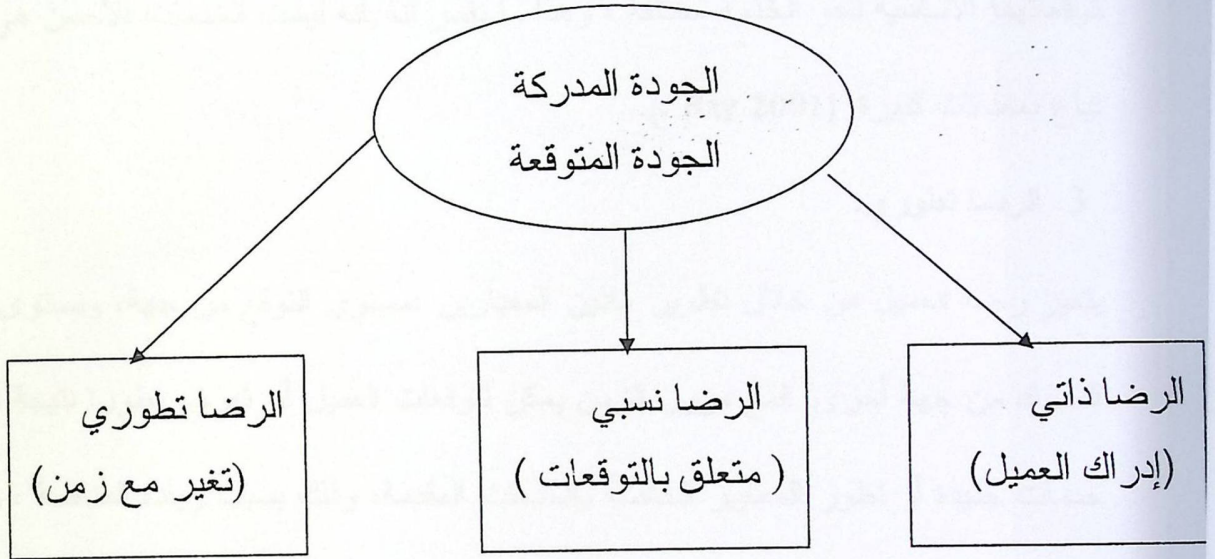
توجد العديد من التعاريف الخاصة برضا العميل ونذكر منها:

يعرف على انه الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها العميل عند

الشراء (Ray، 2001، 22).

خصائص الرضا:

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاث الموضحة في الشكل التالي:



الشكل رقم (1-2) خصائص الرضا. (Daniel Ray , 2001,P24):

وتتمثل خصائص الرضا في التالي:

1-- الرضا ذاتي:

يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى.

إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدمية، أي جعل العناصر المعنوية للخدمة ملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية، ومن أجل إظهار

الرضا الخفي لدى العميل (Ray 2001).

2- الرضا نسبي:

لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظرته لمعايير السوق . فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع ، ففي حالة عميلان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة ، وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة. (Ray 2001).

3. الرضا تطوري:

يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين :مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى. فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة ، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطورا خلال عملية تقديم الخدمة.

إن قياس رضا العميل، أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة. (Ray 2001:24-30).

2.1.11 قياس رضا العملاء:

إن معايير الإيزو 9000 طبعة 2000 الجديدة أولت اهتمام كبير لرضا العملاء والشركاء الآخرين للمؤسسة فيما يخص مسعاها نحو الجودة ، لذلك فإن قياس ومعرفة رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها.

يعتبر قياس رضا العميل الأداة أو الوسيلة التي تعتمد عليها المؤسسة من أجل معرفة درجة رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها. فبحوث رضا العميل تعمل على تلبية توقعات العملاء من خلال الإجابات عن الأسئلة المطروحة خلال إجراء هذه البحوث، فإذا لم تأخذ المؤسسة توقعات العملاء بعين الاعتبار فإنها سوف تخلق نوعاً من الحرمان عند العملاء ، مما سيؤدي إلى عدم رضاهم عن الخدمات التي تقدمها بشكل أكبر من السابق ، وبالتالي تقع في مشكلة عدم مصداقية البحوث التي تقوم بها نتيجة انخفاض معدل الإجابة عن الأسئلة بشكل صحيح ، وهذا ما يفسر عدم قيام المؤسسة بتحسين الخدمات التي تقدمها. (Monin , 2001: 125- 129).

ويعتبر الرضا لدى العملاء من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعها وخدماتها، لأنه يعتبر مصدر ولاء العملاء للمؤسسة، لذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى عملاءها للمحافظة على بقائها في السوق. (الدراركة، 2001:183).

إن من أهم مرتكزات تقديم الخدمة هو عملية ارضاء العميل، وللوصول إلى ذلك ينبغي الفهم الكامل والعمل الشاق من أجل تقديم خدمة عالية الجودة وتزويد عمال يقدمه المنافسون بكفاءة جمة ونظرة شاملة لحاجاته ورغباته المستقبلية.

يرغب العميل في أن يتم الاقتراب منه، وأن تقدم له خدمات نافعة غير متوقعة، ويحب العميل الاتصال المباشر به ويحب أيضاً المعلومة المجانية غير مدفوعة الأجر ويحب الدعاية، وشعوره بأن المؤسسة تحافظ عليه وتحفظ به كزبون دائم شعور رائع يدفعه إلى التحدث مع الآخرين عن مصرفه وخدماته مما يعني زيادة ولائه للمؤسسة. (الشريف، 2007:57)

2.1.12 الولاء :

مفهوم الولاء:

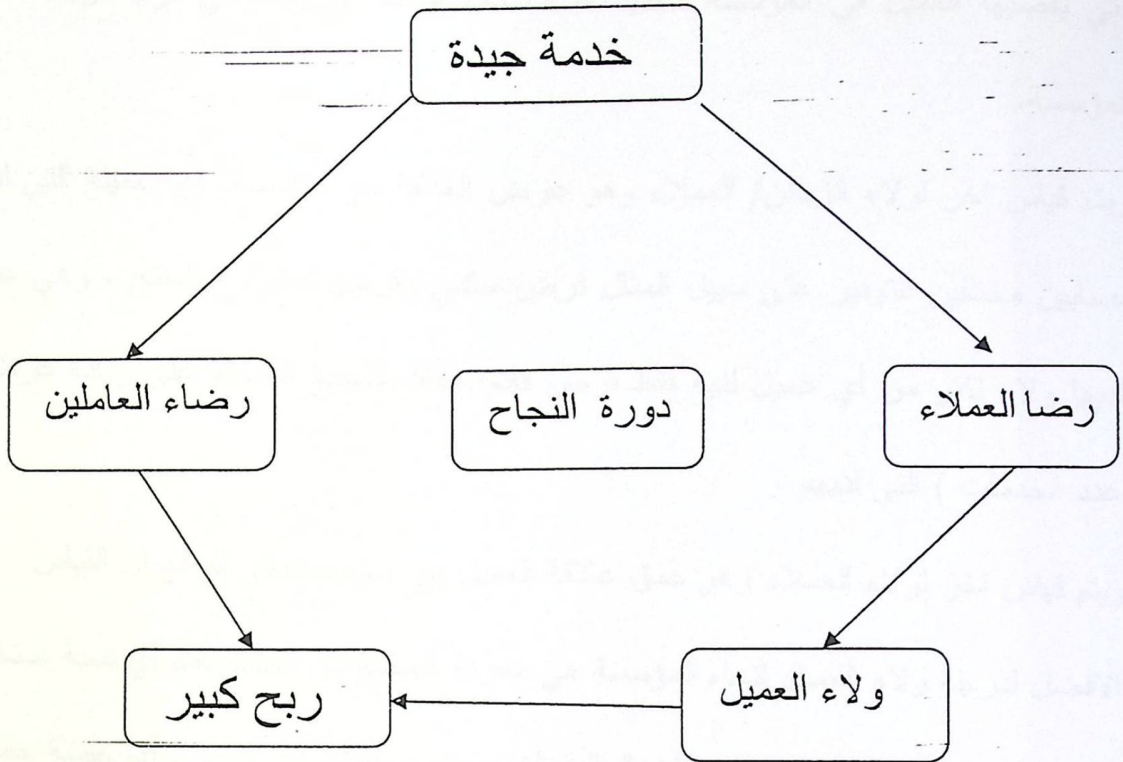
يتضمن مفهوم الولاء مجموعة مختلفة من الأفكار والتي تقبل جميعها فكرة أن الولاء هو عملية الاحتفاظ بالزبائن لأطول فترة ممكنة. (سالم ومسعود، 2008). ويعود الاهتمام بولاء الزبائن بسبب الفوائد الناجمة عنه وتأثيره المباشر على ربحية الشركة، فقد أثبتت الدراسات السابقة بأن تكلفة الحصول على زبون جديد هي خمسة أضعاف تكلفة الحفاظ على الزبون الحالي . كما ينقل الزبائن الموالون أرباح أخرى للشركة، أولها أن هؤلاء الزبائن يعملون على توفير في التكاليف كونهم على معرفة بمواصفات العلامة التجارية وعلى دراية بكيفية التعامل مع الشركة، كما أن لديهم فعالية أكبر في استخدام مصادر الشركة، كما أن هؤلاء الزبائن الموالين لا يترددون في توصية أقاربهم وأصدقائهم للتعامل مع الشركة. وهناك تأثير إيجابي لهؤلاء الزبائن وهو إيمانهم بالعلامة التجارية. مما يجعلهم يتقدمون بشكوى للشركة عند مواجهة مشكلة في العلامة التجارية وليس رفض المنتج، كما أنهم يتجاوبون مع عمليات الشراء البديلة مثل الإنترنت وهو إحدى الطرق التي توفر تكاليف البيع. كما يقوم الزبائن الموالون بشراء المنتج بشكل متكرر لان ذلك فيه توفير للجهد والوقت اللازمين للبحث عن العلامات التجارية البديلة ، كما أنهم أقل تأثراً بالأسعار مقارنة مع الزبائن العاديين. (سالم ومسعود، 2008).

الحفاظ على ولاء العملاء:

- تأكد من كافة عمليات الاتصال تتم من جانب كل من الطرفين: فلا يجب ان تكون من بين الشركات التي تتحدث ولا تتصت الى عملائها .امنح العميل فرصة ليستجيب.
- اجعل العمل أمرا ينطوي عليه بعض المرح والمتعة : باتباعك اسلوب ايجابي ومساعد سوف يجعل العمل معك امرا ممتعا .
- كافي عملاءك على ولائهم لك وللعمل الذي تقوم به: اذا اردت ان يستمر عملاؤك في العودة الى العمل معك، وجه لهم الشكر وكافئهم على ولائهم.(نوتس كويك،2006)

العلاقة ما بين رضا العميل ودرجة ولائه للبنك:

ان ولاء الزبائن يأتي بعد الرضا عن خدمات البنك، حيث ان الزبون الراضي يكون اكثر مواليا للبنك بمجرد انه راضي عنها. حيث أن دورة الخدمة الجيدة تمكن المنظمة من الحفاظ على العاملين المميزين نتيجة لقدرتهم على تقديم خدمة مميزة ومن ثم الحفاظ على العملاء ،والشكل التالي يوضح ما سبق:



الشكل (2-2): العلاقة ما بين رضا العميل ودرجة ولائه للبنك. (حواوره وآخرون، 2011)

قياس درجة الولاء:

السلوك الأساسي (ولاء ثلاثي الأبعاد):

لقياس درجة الولاء، يجب قياس السلوك الفعلي لعملية التجديد / إعادة الشراء للعملاء. إلى جانب متابعة نسب الاحتفاظ بالزبائن/العملاء يجب على المؤسسات مراقبة الأبعاد الثلاثة لولاء العملاء: الطول (طول الفترة أو المدة)، العرض (مدى الخدمات وعددها)، والعمق (حصه المؤسسة من إجمالي الخدمات التي يحصل عليها العميل).

حيث أن قياس الطول هو متوسط عدد السنوات التي استفاد خلالها العميل من خدمات المؤسسة. إذا كان متوسط الفترة التي يقضيها العميل مع المؤسسة هي سنتين، يمكن مراقبة طول الفترة

التي يقضيها العميل في المؤسسة لتحديد ما اذا كان هنالك أي زيادة في درجة ولائه اتجاه المؤسسة.

ويتم قياس اخر لولاء الزبائن/ العملاء وهو عرض العلاقة مع المؤسسة، ان العميلة التي لديها حسابين مختلفين للتوفير على سبيل المثال قرض سكني وقرض لمشروع المنتج ، وهي عميلة لديها ولاء اكثر من أي عميل لديه فقط قرض قائم، وذلك تشجيع العملاء على زيادة عرض (عدد الخدمات) التي لديهم.

ويتم قياس اخر لولاء العملاء وهو عمق علاقة العميل مع المؤسسة، في الواقع ان القياس الافضل لدرجة ولاء العميل اتجاه المؤسسة هي معرفة الحصة من المشتريات أي نسبة استخدام العميل لمؤسستك من مجموع الخدمات المالية التي يستخدمها/يشتريها العميل، أي حصة حصول العميل على الخدمات من المؤسسة يجب الاخذ بعين الاعتبار عدد من النقاط، على سبيل المثال بالنسبة للادخار ما هي نسبة ادخارات او موجودات / اصول العميل التي يحتفظ فيها لدى مؤسستك وبالنسبة للقروض هل لدى العميل ديون قائمة لدى جهات مقرضة أخرى. (تشرتشل و هالبرن، 2001)

السلوك الثانوي:

فهناك طريقتان لقياس هذا السلوك الثانوي :

الطريقة الأولى: من خلال مراقبة عدد العملاء الجدد الآتين من قبل عملاء قائمين ومتى تمت، ان الزبائن/العملاء الذين يقومون بترشيح عملاء اخرين بصورة دورية يجب تصنيفهم كأشخاص داعمين ذوي مستوى رفيع من الولاء ، اما الاشخاص الداعمين الذين توقفوا عن ترشيح الزبائن/العملاء قد يكونوا عانوا من تجربة سيئة مع المؤسسة فأصبحوا اقل حماسا مما كانوا

عليه في السابق اتجاه المؤسسة من خلال متابعة مصادر الترشيح يمكن تحديد الاشخاص الذين قل حماسهم ومحاولة تصحيح الوضع.

أما الطريقة الأخرى لقياس السلوك الثانوي من خلال استخدام دراسات الزبائن/العملاء لسؤال ما إذا كانوا ينصحون أصدقاءهم وجيرانهم بالاستفادة من مؤسستك، إن الإجابة على هذا السؤال هو مؤشر جيد للولاء . (تشرتشل و هالبرن، 2001).

2.2 المبحث الثاني: (الدراسات السابقة):

2.2.1 الدراسات العربية

دراسة فارس محمود ابو معمر (2005). قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء.

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء، من ناحية توقعاتهم وإدراكهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعليا، أيضا استهدفت الدراسة التوصل إلى أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة المصرفية في قطاع غزة، وتقييم مدى قدرة هذه المقاييس على تفسير التباين في جودة الخدمة المدركة، وتحديد الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة لجودة الخدمات المصرفية، واختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود اختلاف في الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة، وقد جاء بُعد الاعتمادية في المرتبة الأولى يليه بُعد الأمان، ثم بُعد التجسيد ويليه بعد الاستجابة، بينما بُعد التعاطف احتل الترتيب الأخير في الأهمية النسبية. ومقياس الأداء ومن نتائج الدراسة أيضا أن هناك اختلافات بين مقياس التوقعات من حيث القدرة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية، وأوضحت الدراسة وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة، وأشارت نتائج الدراسة أيضا إلى أن تقييم العملاء لجودة الخدمات الفعلية ايجابيا وجيدا وأشارت انه لا يصل إلى مستوى توقعاتهم، مما يعني أن هناك فرص لتحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة من المصارف، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن

- دراسة صلاح عبد الرحمن مصطفى الطالب (2003)، قياس جودة الخدمات

المصرفية الإسلامية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في الأردن:

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية وهي البنك العربي الإسلامي الدولي والبنك الإسلامي الأردني من خلال توزيع 1400 استبانة على عملاء البنكين في مدينة عمان وأربد، حتى تتمكن إدارتها من معرفة موقعها التنافسي في بيئتها بهدف مساعدة تلك الإدارات على الانطلاق لرفع مستوى هذه الخدمات بقصد زيادة حصتها السوقية التي تقود إلى تعظيم ربحيتها. وتم استخدام خمسة متغيرات تعبر عن أبعاد الخدمات المصرفية الإسلامية في الأردن.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي الانطباع الايجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف، أما في مجال الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة التي ترضي العملاء.

و من أهم التوصيات التي أوصت بها الدراسة:

- ضرورة الاستعانة بالأساليب والتوجهات التسويقية الحديثة في التعامل مع العملاء التي تستدعي اخذ وجهات نظر العملاء بنظر الاعتبار لتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية التي تقدمها البنوك الإسلامية الأردنية.

- ضرورة اهتمام البنوك الإسلامية الأردنية بالاستجابة السريعة وتلبية مطالب العملاء كعوامل تؤثر في جودة الخدمات المصرفية.

- دراسة احمد أبو عبيد ، (2000) ، المصارف الإسلامية ودورها في تعزيز القطاع المصرفي .

وفي هذه الدراسة عرف البحث بالمصارف الإسلامية ونشأتها وفلسفة عملها، وتناول تحليلاً لمصادر أموال المصارف الإسلامية وأوجه استخداماتها، ثم تطرق إلي دراسة مدي تكامل الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية، وبحث في طبيعة العلاقة بين المصارف الإسلامية من جهة و كل من المصارف المركزية و المصارف التجارية من جهة أخرى .

كما عرف بالمخاطر التي تواجه عمل المصارف الإسلامية و قدم مجموعة توصيات منها:

أ- تطوير و تحديث سوق السندات " الصكوك " الإسلامية باعتبارها أداة مالية مقبولة شرعاً لحشد المدخرات ، الأمر الذي من شأنه أن يساهم في تعزيز عمل المصارف الإسلامية وتوظيف السيولة الفائضة لديها و تقليل المخاطر ، وتأهيل الأسواق المالية في الدول الإسلامية بما يكفل نجاح سوق الصكوك الإسلامية.

ب- قيام الحكومات باستخدام الصكوك الإسلامية في تمويل المشاريع العامة.

ج- وضع وتبني مؤشرات ومعايير خاصة بقياس أداء المصارف الإسلامية وربط نجاحها وكفاءتها بأكثر من عنصر مثل: جودة الخدمات و المنتجات المالية و المصرفية الإسلامية المقدمة، ونوعية العاملين ومدى كفاءتهم وخبرتهم في مجال العمل المصرفي الإسلامي.

2.2.2 (الدراسات الأجنبية) :

- **Contributions of Islamic Banks to the Palestinian Banking Activity (Journal Article ، Tareq Al-Haj and Ghassan Da'as:2003)**

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى مساهمة المصارف الإسلامية في النشاط المصرفي الفلسطيني، من خلال بيان سياسات المصارف الإسلامية والمصارف التجارية من حيث الموجودات، والتسهيلات، والودائع، والتوظيفات الخارجية. ولتحقيق ذلك تم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام مقياس ولكس لامبدا، وتوصل البحث إلى عدم وجود اختلاف بين سياسات المصارف الإسلامية وسياسات المصارف التجارية من حيث توظيف الودائع والتسهيلات الائتمانية، واقترح مجموعة من التوصيات من شأنها أن تعزز مكانة المصارف الإسلامية في فلسطين.

- **Islamic Banking in Palestine Challenges and Prospects(Hisham Jabr: Journal Article:2003)**

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل للتحديات التي تواجه البنوك الإسلامية العاملة في فلسطين، والتوقعات المستقبلية لها. فأعطت الدراسة لمحة تاريخية عن تاريخ العمل المصرفي الإسلامي في فلسطين. حيث يعمل حالياً في فلسطين أربعة بنوك إسلامية، تملك اثني عشر فرعاً، بلغت موجوداتها حوالي 261 مليون دولاراً بنهاية آذار 2001، كما بينت الدراسة حصة البنوك الإسلامية من السوق المصرفي الفلسطيني، والتي لم تتجاوز النصف بالمائة، وكيفية توزيع استثماراتها على القطاعات الاقتصادية المختلفة، حيث تركزت استثمارات البنوك الإسلامية في قطاع النقل والتجارة والانشاءات والصناعة. كما بينت الدراسة التحديات التي واجهتها هذه

البنوك ومنها: أنها تعمل في ظل قانون البنوك الأردني لعام 1966 والذي يخلو من بيان العلاقة بين سلطة النقد والبنوك الإسلامية، كما أنها مقيدة بالعمل حسب الشريعة الإسلامية، وعليها أن تتنافس مع بنوك لا تتقيد بالشريعة الإسلامية، وتعاني من مشكلة عدم الوعي بالعمل المصرفي الإسلامي، وتجد صعوبة في إيجاد بدائل استثمارية، الأمر الذي جعل معظم استثماراتها تتركز في مجال المرابحة بصورة رئيسة. وانتهت الدراسة ببعض التوصيات التي يمكن لها أن تساعد هذه البنوك لتنمو وتتطور، ومنها الحاجة إلى القيام بجهود تسويقية لتعريف موظفيها بالعمل المصرفي الإسلامي قبل تسويق ذلك للجمهور، وتعريف الجمهور بطبيعة عملها، وتوصي الدراسة بتعديل قانون البنوك ليأخذ بالاعتبار طبيعة البنوك الإسلامية، وتوصي الدراسة بأن تأخذ سلطة النقد الفلسطينية بالاعتبار عند إنشاء هيئة للرقابة على البنوك الإسلامية أن تتضمن خبرات في مجال البنوك والتمويل بالإضافة إلى الخبرات الشرعية، والتعامل مع البنوك الإسلامية فيما يتعلق بنسبة الاحتياطي النقدي والسيولة بصورة مختلفة عن تلك التي يتم التعامل بها مع البنوك التقليدية، وذلك بما يتلاءم مع طبيعة البنوك الإسلامية، وإيجاد وسيلة لرقابة المودعين على أعمال البنوك الإسلامية.

- **Comparative service quality: German and American ratings across service setting (wikowski and wolfinarge 2002)**

استهدفت الدراسة مقارنة جودة الخدمة من خلال تقديم الخدمة في كل من أمريكا والمانيا وذلك باستخدام ابعاد جودة الخدمة، وهي الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان، حيث تمت الدراسة على خمس شركات خدمية وهي البنوك، مؤسسات العناية، و بيع الملابس، البريد، المطاعم

حيث تم استخدام مقياس فقرة (بند) وبلغت عينة الدراسة 575 عميل في المانيا، و 455 عميل في امريكا تم اختيارهم بطريقة عشوائية من عملاء المؤسسات.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ان بعد الاعتمادية احتل المرتبة الاولى بين الابعاد من حيث اهمية الابعاد في كل من امريكا و المانيا وكانت ترتيب اهمية الابعاد في امريكا كالتالي بعد الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان، والجوانب الملموسة، اما ترتيب اهمية الابعاد في المانيا كانت كالتالي بعد الاعتمادية، التعاطف، الامان، الاستجابة للجوانب الملموسة.

• Adopting and measuring customer service quality in Islamic banks : A case study in Kuwait finance house.(Othman and owen:2000)

تهدف هذه الدراسة الى تكييف وقياس جودة خدمات العملاء في البنوك الاسلامية ، كدراسة حالة عن بيت التمويل الكويتي، وتشير الى الاهمية التي تتميز بها البنوك الاسلامية من حيث طبيعتها واعتمادها على الشريعة الاسلامية مما يميزها عن البنوك التجارية وجب تكييفها مع جودة الخدمة المقدمة.

ومن أهم توصيات هذه الدراسة انه اقترح الباحثان بوضع مخطط سيناريو لبيت التمويل الكويتي لتكييف جودة الخدمات واظهار اهمية التدريب لتحقيق ذلك، وتم توزيع 500 استبانة للعملاء واعتمدت الدراسة على مقياس التسجيد، الاعتمادية، الاستجابة، وتم إضافة بعد الامتثال التعاطف، الأمان، حيث أصبح هناك 6 ابعاد لقياس جودة الخدمات.

والنتيجة التي توصلت اليها الدراسة هي ان بعد الملموسية هو الاعتمادية من أهم الابعاد والتعاطف كان اخر اهمية.

2.2.3 تعقيب على هذه الدراسات السابقة ودراساتنا الحالية من حيث رضا العملاء عن خدمات البنوك الإسلامية وربطها مع ولاء العميل:

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة التي تم استعراضها بتركيز هذه الدراسة على رضا العميل لخدمات البنك الإسلامي ودراسة اثر رضا العميل على درجة ولائه للبنك

(الطريقة والإجراءات)

الفصل الثالث

منهج الدراسة

مجتمع الدراسة

عينة الدراسة

إجراءات الدراسة

الفصل الثالث

(الطريقة والإجراءات).

يتناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً عن طريقة إجراءات الدراسة التي قام بها فريق البحث لتنفيذ هذه الدراسة وشمل وصف منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، إجراءات الدراسة، والتحليل الإحصائي.

3.1 منهج الدراسة

استخدم فريق البحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة في الوقت الحاضر، كما هي في الواقع، وهو المنهج المناسب والأفضل لمثل هذه الدراسات.

3.2 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء البنوك الإسلامية في مدينة الخليل وتشمل البنك الإسلامي العربي القائم على دورا ابن رشد، والبنك الإسلامي الفلسطيني القائم على دوار الصحة، والبنك الإسلامي الفلسطيني القائم على رأس الجورة، وقد بلغ عدد مجتمع الدراسة 30800، حسب الأرقام التي زودنا بها كل بنك للعملاء، وكان عدد عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني القائم على دوار الصحة 16800، وكان عدد عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني القائم على رأس الجورة 7000، وعدد عملاء البنك الإسلامي العربي 7000.

3.3 عينة الدراسة:

تتكون العينة من (380) عميل وكانت عينة حصصية غير عشوائية وذلك لصعوبة الوصول لبيانات العملاء وكانت حصة كل من البنك الاسلامي العربي 23% وكان عدد عينة هذا البنك 87 استبانة، والبنك الاسلامي الفلسطيني القائم على رأس الجورة 23% وكان عدد عينة هذا البنك 87 استبانة ، وكانت حصة البنك الاسلامي الفلسطيني القائم على دوار الصحة 54% وكان عدد عينة هذا البنك 206 من عدد الاستبانات التي تم توزيعها، والجدول رقم (3-1) يبين خصائص العينة الديمغرافية:

جدول رقم (3-1)

خصائص العينة الديمغرافية

القيم الناقصة	النسبة	العدد	مستويات المتغير	المتغير
1	55.7	211	ذكر	الجنس
	44.3	168	أنثى	
10	21.6	80	أقل من 20	العمر
	44.1	163	20 - أقل من 30	
	20.8	77	30 - أقل من 40	
	9.5	35	40 - أقل من 50	
	4.1	15	50 فأكثر	
3	8.8	33	ما دون الثانوية العامة	المؤهل العلمي
	8.2	31	ثانوية عامة	
	27.3	103	دبلوم متوسط	
	44.6	168	بكالوريوس	
9	32.9	122	أقل من سنة	عدد سنوات التعامل

	26.1	97	سنة - أقل من 3 سنوات	مع البنك
	20.8	77	3 - أقل من 6 سنوات	
	12.4	46	6 - أقل من 9 سنوات	
	7.8	29	9 سنوات فأكثر	
-	47.6	181	طالب/ة	المهنة
	7.1	27	تاجر	
	28.2	107	موظف/ة	
	4.2	16	صاحب شركة	
	7.4	28	أعمال حرة	
	5.5	21	غير ذلك	

3.4 أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من خلال الاستفادة من مشرفة الدراسة ودراسات سابقة، وقد كانت الاستبانة مكونة من ثلاثة مجالات حيث تكون المجال الأول (18) فقرة وتتحدث عن الخدمات والتعامل في البنوك الإسلامية والثاني من (12) فقرة ويتحدث عن الخدمات البنكية الإسلامية و الثالث من (8) فقرات ويتحدث عن ولاء العملاء وكان مجموع الفقرات النهائي (32) فقرة تشترك جميعها بقياس مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل و أثرها على ولاء العملاء للبنك، وبعد عرضها على المحكمين وإجراء التعديلات اللازمة من إضافة و حذف تم اعتمادها بصيغتها النهائية .

3.5 صدق أداة الدراسة:

تم التحقق من صدق أداة الدراسة بعرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والتخصص، والذين أبدوا بعض الملاحظات حولها أنظر ملحق رقم (3)، وبناءً عليه تم إخراج الاستبانة بشكلها الحالي.

3.6 ثبات أداة الدراسة:

تم حساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معادلة الثبات كرونباخ ألفا وذلك كما هو موضح في الجدول (3-2).

جدول رقم (3-2): نتائج معامل كرونباخ ألفا لثبات أداة الدراسة

البيان	عدد الفقرات	قيمة ألفا
الخدمات و التعامل	18	0.88
الخدمات البنكية الإسلامية	12	0.87
ولاء العملاء	8	0.91
الدرجة الكلية	32	0.94

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى ارتفاع معدلات الثبات عند جميع

المجالات حيث كان الثبات عند الدرجة الكلية 0.94% ، وبذلك تتمتع الاستبانة بدرجة عالية من

الثبات وقابلة لاعتمادها لتحقيق أهداف الدراسة.

3.7 خطوات تطبيق الدراسة:

1. بعد التأكد من صدق أداة الدراسة قام فريق البحث بتوزيع 380 استبانة على عملاء البنوك الإسلامية.
2. قام عملاء البنوك الإسلامية بتعبئة الاستبانة بما هو مطلوب منهم وبعد ذلك قام فريق البحث بجمعها منهم وقد بلغت الاستبيانات المسترجعة 380 استبانة.
3. قام فريق البحث بتسليم الاستبيانات إلى المحلل الإحصائي والذي قام بدوره بإدخالها إلى جهاز الحاسوب لتحليل النتائج باستخدام برنامج الرزم الإحصائي spss .

3.8 متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك، المهنة.
المتغير التابع: رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل وولاء العملاء للبنك.

3.9 المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة، قام فريق البحث بمراجعتها وذلك تمهيداً لإدخالها للحاسوب، لعمل المعالجة الإحصائية للبيانات، وقد تم إدخالها وذلك بإعطائها أرقاماً معينة، حيث أعطي كل مستوى من مستويات درجة الموافقة درجة معينة، فأعطيت موافق جداً 5 درجات، موافق 4 درجات، محايد 3 درجات، معارض درجتان، معارض جداً درجة و احده، بحيث كلما زادت الدرجة كلما زادت مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل و أثرها على ولاء العملاء للبنك.

وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط بيرسون ، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا، اختبار (ت)، اختبار تحليل التباين الأحادي، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS.

تصحيح المقياس:

جدول (3-3): مفاتيح التصحيح

الدرجة	المتوسط الحسابي
منخفضة	2.33 - 1.00
متوسطة	3.67 - 2.34
مرتفعة	5.00 - 3.68

الفصل الرابع

تحليل نتائج الدراسة

يتضمن هذا الفصل تحليلاً إحصائياً للبيانات الناتجة عن الدراسة، وذلك من أجل الإجابة على أسئلتها وفرضياتها.

4.1 اسئلة الدراسة

4.1.1 السؤال الأول: ما مدى رضا العملاء عن الخدمات و التعامل؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لمدى رضا العملاء عن الخدمات والتعامل وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (1-4).

جدول (1-4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا العملاء عن الخدمات و

التعامل، مرتبة حسب الأهمية

الفقرة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعيار
Q4	يتمتع موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه بمظهر انيق وحسن	4.09	0.86	مرتفع
Q8	يملك موظفو البنك الاسلامي المعرفة التامة بالاجابة على اسئلة واستفسارات عملاء البنك	3.80	1.03	مرتفع
Q12	يحفظ البنك الاسلامي بسجلات دقيقة عن الحركات والمعاملات لحسابات عملائها	3.77	1.01	مرتفع
Q6	عندما يواجه عميل البنك الاسلامي مشكلة ما فان	3.68	1.06	مرتفع

الفصل الرابع

تحليل نتائج الدراسة

المعيار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرة
			موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه يبدون اهتماما صادقا لحله	
متوسط	1.03	3.66	تقدم البنوك الاسلامية خدماتها بالسرعة المناسبة	Q1
متوسط	1.01	3.66	يتفهم موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه مصلحة الاحتياجات المحددة لعملائها	Q7
متوسط	1.16	3.65	يقدم البنك الاسلامي عروضاً مناسبة للقروض الحسنة تشجع الافراد على التوجه اليه	Q18
متوسط	1.05	3.59	يقوم موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه بتقديم خدمات البنك بالمواعيد المتفق عليها	Q10
متوسط	1.10	3.56	المظهر العام للبنك الاسلامي الذي تتعامل معه جذابا	Q3
متوسط	1.05	3.48	البنك الاسلامي يوفر ساعات عمل ملائمة لظروف كل العملاء	Q13
متوسط	1.14	3.46	يتمتع موظفو البنك الاسلامي باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع عملاء البنك	Q9
متوسط	1.07	3.39	يولي موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه عملاء اهتماما شخصيا	Q5
متوسط	1.06	3.38	يقوم المصرف بابتكار وتطوير خدمات جديدة تواكب التطور في حاجات العملاء	Q11
متوسط	1.15	3.35	شبكة الصراف الالي منتشرة والوصول اليها سهل	Q15
متوسط	1.18	3.29	اشعر بالراحة اثناء انتظاري لتلقي الخدمة	Q2

المعيار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرة
متوسط	1.21	3.25	اعطال الصراف الآلي قليلة	Q16
متوسط	1.13	3.22	يتم التعامل مع الشكاوي المقدمة من العملاء بكفاءة	Q17
متوسط	1.09	3.13	يقوم البنك الإسلامي باخذ آراء العملاء حول الخدمات التي تقدمها واخذها بعين الاعتبار	Q14
متوسط	0.62	3.52	الدرجة الكلية	

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن مدى رضا العملاء عن الخدمات والتعامل قد جاء بالدرجة الكلية بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.52 مع انحراف معياري 0.62، وهذا لا يثبت صحة الفرضية الأولى والتي هي: يوجد رضا عال عند الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية، و كان أهم البنود التي شكلت رضا عالٍ لعملاء البنك هي: يتمتع موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن. بمتوسط حسابي 4.09 مع انحراف معياري 0.86، تلاها البند: يمتلك موظفو البنك الإسلامي المعرفة التامة بالاجابة عن اسئلة واستفسارات عملاء البنك الإسلامي بمتوسط حسابي 3.80 مع انحراف معياري 1.03، تلاه البند: يحتفظ البنك الإسلامي بسجلات دقيقة عن الحركات والمعاملات لحسابات عملائها بمتوسط حسابي 3.77 مع انحراف معياري 1.01 و كان اقل البنود اهمية في رضا العميل: يقوم البنك الإسلامي باخذ آراء العملاء حول الخدمات التي تقدمها واخذها بعين الاعتبار بمتوسط حسابي 3.13 مع انحراف معياري 1.09، ويليهما البند: يتم التعامل مع الشكاوي المقدمة من العملاء بكفاءة، ويليهما البند: اعطال الصراف الآلي قليلة، وهذا قد يدل على سعي البنوك الإسلامية الجاد لتحقيق رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي ولكن العميل لا

زال يشعر برضا اقل بسبب كثرة اعطال الصراف الآلي وعدم التعامل مع الشكاوي بطريقة كفؤة وعدم قيام البنك الاسلامي باخذ آراء العملاء حول الخدمات التي يقدمها ، حيث ان العميل بالوقت الحالي هو ركيزة حاسمة في نجاح المؤسسات ويجب إعطاؤه اهمية كبرى في تحديد الخدمات وخصائصها.

4.1.2 السؤال الثاني: ما مدى رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإسلامية؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإسلامية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (2-4).

جدول (2-4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا العملاء عن الخدمات

البنكية الإسلامية، مرتبة حسب الأهمية

الفقرة	البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعيار
Q24	هناك مرونة في عملية الايداع او سحب الاموال من البنك الاسلامي	3.75	1.05	مرتفع
Q29	يقدم البنك الاسلامي خدمة المرابحة كبديل شرعي عن القروض الربوية	3.72	1.06	مرتفع
Q19	يوزع البنك الاسلامي نسبة من ارباح الاستثمار لعملائه المودعين بناء على مبلغ المودع والارباح المتحققة	3.64	1.01	متوسط
Q26	يطور البنك الاسلامي برامج لتقسيط عبئ تكاليف تملك المسكن على فترات متناسبة مع دخل العميل	3.61	0.98	متوسط
Q25	يقدم البنك الاسلامي برامج لتنظيم موارد العملاء المالية	3.57	1.02	متوسط

المعيار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرة
			والادخار التدريجي للمتعاملين معهم للتغلب على الصعوبات التي تواجههم	
متوسط	1.01	3.57	يساهم البنك الاسلامي لذوي الدخل المحدود او الاشخاص عديمي الدخل بتوفير ما يدعى بنظام القرض الحسن دون احتساب أي زيادة عليهم	Q27
متوسط	1.07	3.53	تقدم البنوك الاسلامية خدمات بنكية اسلامية تنافس خدمات البنوك الاخرى	Q21
متوسط	1.09	3.53	يقدم البنك الاسلامي حسابات جارية معفاة من الفوائد لتلبية احتياجات المتعاملين معهم	Q22
متوسط	0.92	3.51	يوزع البنك الاسلامي ارباح الاستثمار بناء على الفترة الزمنية المتفق عليها (شهري ، نصف سنوي ، سنوي)	Q20
متوسط	1.11	3.48	تقوم البنوك الاسلامية بمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية	Q30
متوسط	1.17	3.45	يقدم البنك الاسلامي خدماته وفق بنود الشريعة الاسلامية	Q23
متوسط	1.05	3.43	يوفر البنك الاسلامي برامج التمويل للعملاء دون اضافة أي عمولات ورسوم	Q28
متوسطة	0.66	3.56	الدرجة الكلية	

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن مدى رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإسلامية قد جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.56 مع انحراف معياري 0.66 ، وهذا لا يثبت صحة الفرضية الاولى والتي تنص: يوجد راض عالٍ

عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الاسلامية، و كان أهم البنود: هناك مرونة في عملية الايداع اوسحب الاموال من البنك الاسلامي بمتوسط حسابي 3.75 مع انحراف معياري 1.06، تلاها البند: يقدم البنك الاسلامي خدمة المرابحة كبديل شرعي عن القروض الربوية بمتوسط حسابي 3.72 مع انحراف معياري 1.06، تلاه البند : يوزع البنك الاسلامي نسبة من ارباح الاستثمار لعملائه المودعين بناء على المبلغ المودع والارباح المتحققة بمتوسط حسابي 3.64 مع انحراف معياري 1.01 و كان أقل الفقرات أهمية البند: يوفر البنك الاسلامي برامج التمويل للعملاء دون اضافة أي عملاء ورسوم بمتوسط حسابي 3.43 مع انحراف معياري 1.05، ويليه البند: يقدم البنك الاسلامي خدماته وفق بنود الشريعة الاسلامية، ويليه البند: تقوم البنوك الاسلامية بمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية، ويلاحظ ان البنوك الاسلامية من وجهة نظر العملاء لا تواكب بدرجة كبيرة كل جديد بتطوير خدماتها المصرفية وان العميل غير مقتنع بدرجة كبيرة بان البنك الاسلامي يقدم خدماته وفق الشريعة الاسلامية وهذا ربما يدل على ان البنوك الاسلامية بحاجة لايضاح آلية عملها للعملاء بدرجة كبيرة حتى يقتنع العميل بان البنك الاسلامي يعمل وفق الشريعة الاسلامية.

4.1.3 السؤال الثالث: ما مدى ولاء العملاء للبنوك الإسلامية؟

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى رضا ولاء العملاء للبنوك الإسلامية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (3-4).

جدول (3-4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى ولاء العملاء للبنوك

الإسلامية ، مرتبة حسب الأهمية

المعيار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرات
متوسط	1.07	3.62	أنصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك	Q32
متوسط	1.16	3.57	اشعر بولاء عالٍ للبنك الاسلامي بسبب تميز خدماته	Q31
متوسط	1.21	3.54	افضل التعامل مع البنك الاسلامي بسبب التعود على التعامل مع نفس الموظفين	Q34
متوسط	1.23	3.53	اشعر بالارتياح في التعامل مع البنك	Q38
متوسط	1.15	3.53	سأدفع عن البنك الاسلامي عند ذكره بسوء حتى بعد ترك التعامل معه	Q33
متوسط	1.16	3.50	يتمتع البنك بمصداقية بالنسبة الي	Q37
متوسط	1.22	3.49	اشعر بالولاء للبنك الاسلامي بسبب الاستعداد الدائم لتلبية اي طلبات او توقعات للعملاء	Q36
متوسط	1.14	3.35	اشعر بالولاء للبنك بسبب اهتمام البنك العالي بالعميل	Q35
متوسطة	0.92	3.51	الدرجة الكلية	

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أن مدى ولاء العملاء

للبنوك الإسلامية جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.56 مع انحراف معياري 0.92 و كان أهم البنود: انصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك بمتوسط حسابي 3.62 مع انحراف معياري 1.07، تلاها البند: اشعر بولاء عالٍ للبنك الاسلامي بسبب تميز خدماته بمتوسط حسابي 3.57 مع انحراف معياري 1.16، تلاه البند: افضل التعامل مع البنك الاسلامي بسبب التعود على التعامل مع نفس الموظفين بمتوسط حسابي 3.54 مع انحراف معياري 1.21

و كان أقل البنود أهمية البند: اشعر بالولاء للبنك الاسلامي بسبب اهتمام البنك العالي بالعميل بمتوسط حسابي 3.35 مع انحراف معياري 1.14، تلاها البند: اشعر بالولاء للبنك الاسلامي بسبب الاستعداد الدائم لتلبية أي طلبات او توقعات للعملاء ، تلاها البند : يتمتع البنك الاسلامي بمصداقية بالنسبة الي، وهذا يدل على ان العميل سينصح زملائه بالتعامل مع البنك الاسلامي بينما نجد ان اقل البنود اهمية هي ان العميل لا يشعر بولاء عال للبنك بسبب قلة اهتمام البنك بالعميل. وهذا يدل على ان البنوك الاسلامية بحاجة الى تعزيز علاقتها واهتمامها بالعميل وجعله محور اهتمامها وذلك لاهمية رضا العميل على ولاءه وارتباطه بالبنك.

4.2 فرضيات الدراسة:

4.2.1 الفرضية الأولى: هناك رضا عالٍ للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل.

جدول (4-4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل.

المعيار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسط	0.63	3.50	رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل و أثرها على ولاء العملاء للبنك وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (4-5).

جدول (4-5) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لرضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل و اثرها على ولاء العملاء للبنك.

المعايير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرات
مرتفعة	0.86	4.09	يتمتع موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن	Q4
مرتفعة	1.03	3.80	يمتلك موظفو البنك الإسلامي المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات عملاء البنك	Q8
مرتفعة	1.01	3.77	يحتفظ البنك الإسلامي بسجلات دقيقة عن الحركات والمعاملات لحسابات عملائها	Q12
مرتفعة	1.05	3.75	هناك مرونة في عملية الايداع او سحب الاموال من البنك الاسلامي	Q24
مرتفعة	1.06	3.72	يقدم البنك خدمة المرابحة كبديل شرعي عن القروض الربوية	Q29
مرتفعة	1.06	3.68	عندما يواجه عميل البنك الإسلامي مشكلة ما فإن موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه يبدون اهتماما صادقا لحلها	Q6
متوسطة	1.03	3.66	تقدم البنوك الإسلامية خدماتها بالسرعة المناسبة	Q1
متوسطة	1.01	3.66	يتفهم موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه مصلحة	Q7

المعايير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرات
			الاحتياجات المحددة لعملائها	
متوسطة	1.16	3.65	يقدم البنك الاسلامي عروضاً مناسبة للقروض الاسلامية تشجع الافراد على التوجه اليها	Q18
متوسطة	1.01	3.64	يوزع البنك الاسلامي نسبة من ارباح الاستثمار لعملائه المودعين بناء على المبلغ المودع والارباح المتحققة	Q19
متوسطة	1.07	3.62	أنصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك	Q32
متوسطة	0.89	3.61	يطور البنك الاسلامي برامج لتقسيم عبئ تكاليف تملك المسكن على فترات متناسبة مع دخل العميل	Q26
متوسطة	1.05	3.59	يقوم موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معهم بتقديم خدمات البنك بالمواعيد المتفق عليها	Q10
متوسطة	1.16	3.57	يقوم البنك الإسلامي بأخذ آراء العملاء حول الخدمات التي تقدمها وأخذها بعين الاعتبار	Q31
متوسطة	1.02	3.57	يقدم البنك الاسلامي برامج لتنظيم موارد العملاء المالية والادخار التدريجي للمتعاملين معهم للتغلب على الصعوبات التي تواجههم	Q25
متوسطة	1.01	3.57	يساهم البنك الاسلامي لذوي الدخل المحدود او الاشخاص عديمي الدخل بتوفير ما يدعى بنظام القرض الحسن دون احتساب أي زيادة عليهم	Q27
متوسطة	1.10	3.56	المظهر العام للبنك الاسلامي الذي تتعامل معه جذاب	Q3
متوسطة	1.21	3.54	أفضل التعامل مع البنك الاسلامي بسبب التعود على التعامل مع نفس الموظفين	Q34

المعاير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرات
متوسطة	1.23	3.53	أشعر بالارتياح في التعامل مع البنك	Q38
متوسطة	1.07	3.53	تقدم البنوك الاسلامية خدمات بنكية إسلامية تنافس خدمات البنوك الاخرى	Q21
متوسطة	1.15	3.53	سادف عن البنك الاسلامي عند ذكره بسوء حتى بعد ترك التعامل معه	Q33
متوسطة	1.09	3.53	يقدم البنك الإسلامي حسابات جارية معفاة من الفوائد لتلبية احتياجات المتعاملين معهم	Q22
متوسطة	0.92	3.51	يوزع البنك الاسلامي ارباحه بناء على الفترة الزمنية المتفق عليها (شهري، نصف سنوي، سنوي)	Q20
متوسطة	1.16	3.50	يتمتع البنك الاسلامي بمصداقية بالنسبة اليه	Q37
متوسطة	1.22	3.49	اشعر بالولاء للبنك بسبب الاستعداد الدائم لتلبية اي طلبات	Q36
متوسطة	1.05	3.48	البنك الاسلامي يوفر ساعات عمل ملائمة لظروف كل العملاء	Q13
متوسطة	1.11	3.48	تقوم البنوك الاسلامية بمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية	Q30
متوسطة	1.14	3.46	يتمتع موظفو البنك الاسلامي باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع عملاء البنك.	Q9
متوسطة	1.17	3.45	يقدم البنك الاسلامي خدماته وفق بنود الشريعة الاسلامية	Q23
متوسطة	1.05	3.43	يوفر البنك الاسلامي برامج التمويل للعملاء دون اضافة اي عمولات او رسوم	Q28

المعايير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البند	الفقرات
متوسطة	1.07	3.39	اهتماما شخصيا يولي موظفو البنك الاسلامي الذي تتعامل معه عملاء البنك	Q5
متوسطة	1.06	3.38	تواكب التطور في حاجات العملاء يقوم المصرف الإسلامي بابتكار وتطوير خدمات جديدة	Q11
متوسطة	1.14	3.35	أشعر بالولاء للبنك بسبب اهتمام البنك العالي بالعميل	Q35
متوسطة	1.15	3.35	شبكة الصراف الآلي منتشرة والوصول اليها سهل	Q15
متوسطة	1.18	3.29	أشعر بالراحة أثناء انتظاري لتلقي الخدمة	Q2
متوسطة	1.21	3.25	أعطال الصراف الآلي قليلة	Q16
متوسطة	1.13	3.22	يتم التعامل مع الشكاوي المقدمة من العملاء بكفاءة	Q17
متوسطة	1.09	3.13	تقدمها وأخذها بعين الاعتبار يقوم البنك الإسلامي بأخذ آراء العملاء حول الخدمات التي	Q14
متوسطة	0.63	3.50	العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل	

نلاحظ من الجدول السابق ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول رضا عال للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل قد جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.50 مع انحراف معياري 0.63. وكان اهم البنود : يتمتع موظفو البنك الاسلامي المعرفة التامة للاجابة على اسئلة واستفسارات عملاء البنك، تلاها بند: يمتلك موظفو البنك الاسلامي المعرفة التامة للاجابة على اسئلة واستفسارات عملاء البنك، وتلاها البند: يحتفظ البنك الاسلامي بسجلات دقيقة عن الحركات والمعاملات لحسابات عملائها ، وكان اقل البنود همية: يقوم البنك الاسلامي باخذ آراء العملاء حول الخدمات التي تقدمها واخذها بعين الاعتبار،

بإليه البند، يتم التعامل مع الشكاوي المقدمة من العملاء بكفاءة، يليه البند: اعطال المصرف الآلي قليلة.

4.2.2 الفرضية الثانية: هناك علاقة طردية بين درجة رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي ودرجة ولائه للبنك.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم حساب معامل الارتباط بيرسون الذي يوضح علاقة بين درجة رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي ودرجة ولائه للبنك، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (6-4): معامل الارتباط بيرسون الذي يوضح العلاقة بين رضا العميل عن خدمات بنك الإسلامي ودرجة ولائه للبنك.

المجال	قيمة معامل الارتباط (ر)	مستوى الدلالة الإحصائية
رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي * و ولائه للبنك	0.829	0.000

وضح من الجدول السابق وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا العميل عن خدمات بنك الإسلامي ودرجة ولائه للبنك حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.829 وهي تفتحة بمستوى دلالة منخفض يساوي 0.000، حيث تفسر هذه العلاقة بأنه كلما زاد رضا العميل عن خدمات البنك كلما زاد معها ولائه للبنك، والعكس صحيح.

4.2 مناقشة الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير جنس العميل.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار (ت) للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير الجنس العميل، وقد حصل فريق البحث على النتائج كما هي موضحة في جدول رقم (3-4).

جدول (4-7): نتائج اختبارات للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي

تعزى لمتغير الجنس العميل

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت المحسوبة	الدالة الإحصائية
ذكر	211	3.49	0.64	377	-0.324	0.311
أنثى	168	3.51	0.61			

ير المعطيات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير الجنس العميل، لأن قيمة الدالة الإحصائية المتعلقة بهذا المتغير بلغت (0.31) أي أن هذه القيمة أكبر من ألفا (0.05) ، وقد كانت إجابات المبحوثين بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.49) و للإناث (3.51) ، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية.

4. مناقشة الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فيما بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر

تحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل، وقد توصلت فريق البحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (4-4).

الجدول (4-8): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل

الدالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.102	1.945	0.773	4	3.091	بين المجموعات
		0.397	365	145.017	داخل المجموعات
			369	148.108	المجموع

المعطيات الواردة في الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05) في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل، لأن قيمة الدالة الإحصائية المتعلقة بهذا المتغير بلغت (0.10) أي أن هذه القيمة أكبر من ألفا (0.05) ، وبذلك تقبل الفرضية الصفرية.

يتضح ذلك من خلال جدول رقم (9) و الذي يوضح الأعداد والمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية:

الجدول (4-9): الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير عمر العميل

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 20	80	3.49	0.60

0.63	3.43	163	20 - أقل من 30
0.56	3.58	77	30 - أقل من 40
0.66	3.69	35	40 - أقل من 50
0.89	3.33	15	50 فأكثر

4.2.5 الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين

مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وقد توصلت

فريق البحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (4-10)

جدول (4-10) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن

خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.006	3.665	1.425	4	5.699	بين المجموعات
		0.389	372	144.624	داخل المجموعات
			376	150.323	المجموع

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($0.05 \geq \alpha$) في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية المتعلقة بهذا المتغير بلغت (0.00) أي أن هذه القيمة أقل من قيمة ألفا (0.05)، وبذلك ترفض الفرضية الصفرية.

ولإيجاد مصدر الفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، فقد تم استخراج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي كما هو موضح في الجدول (11-4):

جدول (11-4): نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك

الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ما دون الثانوية العامة	ثانوية عامة	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ما دون الثانوية العامة	-0.2588	-0.0790	0.1345	0.0604	
ثانوية عامة		0.1798	0.3933	0.3192	
دبلوم متوسط			0.2135	0.1394	
بكالوريوس				-0.0741	
دراسات عليا					

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أن الفروق كانت بين الذين مؤهلهم العلمي ما دون الثانوية العامة و بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس وكانت الفروق لصالح الذين مؤهلهم العلمي ما دون الثانوية العامة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.52 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، كما يظهر الجدول وجود فروق بين الذين مؤهلهم العلمي ثانوية عامة و بين

الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس وكانت الفروق لصالح الذين مؤهلهم العلمي ثانوية عامة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.78 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، وظهرت فروق أيضا الذين مؤهلهم العلمي دبلوم متوسط و بين الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس وكانت الفروق لصالح الذين مؤهلهم العلمي دبلوم متوسطة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.60 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، وجاءت الفروق أخيرا الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس و بين الذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا وكانت الفروق لصالح الذين مؤهلهم العلمي دراسات عليا و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.46 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس، و يتضح ذلك من خلال جدول رقم (12-4) و الذي يوضح الأعداد و المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية:

جدول (12-4) الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الاتحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة
0.59	3.52	33	ما دون الثانوية العامة
0.49	3.78	31	ثانوية عامة
0.53	3.60	103	دبلوم متوسط
0.65	3.39	168	بكالوريوس
0.76	3.46	42	دراسات عليا

4.2.6 الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين

مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك، وقد

توصلت فريق البحث إلى النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (4-13)

جدول (4-13) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن

خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك

الدالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.002	4.436	1.724	4	6.896	بين المجموعات
		0.389	366	142.256	داخل المجموعات
			370	149.152	المجموع

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى

($0.05 \geq \alpha$) في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل

مع البنك، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية المتعلقة بهذا المتغير بلغت (0.00) أي أن هذه القيمة

أقل من قيمة ألفا (0.05)، وبذلك ترفض الفرضية الصفرية.

ولإيجاد مصدر الفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير

مدة التعامل مع البنك، فقد تم استخراج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن

خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك إعاقة كما هو موضح في الجدول

(4-14)

جدول(4-14): نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك

الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك

مدة التعامل مع البنك	أقل من سنة	سنة - أقل من 3 سنوات	3 - أقل من 6 سنوات	6 - أقل من 9 سنوات	9 سنوات فأكثر
أقل من سنة		-0.3074	-0.2679	-0.2716	-0.0626
سنة - أقل من 3 سنوات			0.0395	0.0358	0.2448
3 - أقل من 6 سنوات				-0.0037	0.2053
6 - أقل من 9 سنوات					0.2090
9 سنوات فأكثر					

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أن الفروق كانت الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية أقل من سنة و بين الذين مدة تعاملهم من سنة إلى أقل من 3 سنوات، و كانت الفروق لصالح الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية من سنة إلى أقل من 3 سنوات و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنك عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.63 مقابل متوسط حسابي 3.32 للذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية أقل من سنة، وجاءت الفروق بين الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية أقل من سنة إلى أقل من 3 سنوات و بين الذين مدة تعاملهم من سنة إلى أقل من 3 سنوات، و كانت الفروق لصالح الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية من 3 - أقل من 6 سنوات و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنك عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.63 مقابل متوسط حسابي 3.59 للذين مدة تعاملهم مع

البنوك الإسلامية 3 - أقل من 6 سنوات، و جاء الفروق أيضا بين الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية 3 - أقل من 6 سنوات و بين الذين مدة تعاملهم من 9 سنوات فأكثر، و كانت الفروق لصالح الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية من 3 - أقل من 6 سنوات و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنك عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.59 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية 9 سنوات فأكثر، و أخيرا كانت الفروق الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية 6- أقل من 9 سنوات و بين الذين مدة تعاملهم من سنة إلى 9 سنوات فأكثر، و كانت الفروق لصالح الذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية من 6 - أقل من 9 سنوات و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنك عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.60 مقابل متوسط حسابي 3.39 للذين مدة تعاملهم مع البنوك الإسلامية 9 سنوات فأكثر، و يتضح ذلك من خلال جدول رقم (4-15) و الذي يوضح الأعداد و المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية:

جدول (4-15) الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مدة التعامل مع البنك
0.63	3.32	122	أقل من سنة
0.55	3.63	97	سنة - أقل من 3 سنوات
0.55	3.59	77	3 - أقل من 6 سنوات
0.70	3.60	46	6 - أقل من 9 سنوات
0.79	3.39	29	9 سنوات فأكثر

4.2.7 الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$)

في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى

رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة، وقد توصلت فريق البحث إلى

النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (4-16)

جدول (4-16) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين مستوى رضا العميل عن

خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة

الدالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.039	2.366	0.924	5	4.619	بين المجموعات
		0.390	374	146.010	داخل المجموعات
			379	150.629	المجموع

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى

($0.05 \geq \alpha$) في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة،

وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية المتعلقة بهذا المتغير بلغت (0.09) أي أن هذه القيمة أقل من

قيمة ألفا (0.05)، وبذلك ترفض الفرضية الصفرية.

ولإيجاد مصدر الفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير

المهنة، فقد تم استخراج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك

الإسلامي تعزى لمتغير المهنة إعاقه كما هو موضح في الجدول (4-17):

جدول (17-4): نتائج اختبار توكي للفروق في بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك

الإسلامي تعزى لمتغير المهنة

المهنة	طالب/ة	تاجر	موظف/ة	صاحب شركة	أعمال حرة	غير ذلك
طالب/ة		-0.2191	0.0585	-0.4275	-0.0833	0.0289
تاجر			0.2775	-0.2084	0.1358	0.2480
موظف/ة				-0.4859	-0.1417	-0.0296
صاحب شركة					0.3442	0.4564
أعمال حرة						0.1122
غير ذلك						

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أن الفروق كانت بين الذين مهنتهم طالب وبين الذين مهنتهم موظف وكانت الفروق لصالح الذين مهنتهم طالب و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.47 مقابل متوسط حسابي 3.42 عند الذين مهنتهم موظف، كما جاءت الفروق بين الذين مهنتهم موظف وبين الذين مهنتهم صاحب شركة وكانت الفروق لصالح الذين مهنتهم صاحب شركة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.90 مقابل متوسط حسابي 3.42 عند الذين مهنتهم موظف، وجاءت فروق بين الذين مهنتهم صاحب شركة وبين الذين مهنتهم غير ذلك وكانت الفروق لصالح الذين مهنتهم صاحب شركة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي

لهم 3.90 مقابل متوسط حسابي 3.344 عند الذين مهنتهم أعمال حرة، وكان الفرق أخيراً بين الذين مهنتهم أعمال حرة وبين الذين مهنتهم غير ذلك وكانت الفرق لصالح الذين مهنتهم أعمال حرة و الذين كان مستوى الرضا عن خدمات البنوك الإسلامية عندهم أعلى شيء حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.56 مقابل متوسط حسابي 3.44 عند الذين مهنتهم غير ذلك، و يتضح ذلك من خلال جدول رقم (18-4) و الذي يوضح الأعداد و المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية:

جدول (18-4) الأعداد، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفرق في بين مستوى

رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة

الاتحاف المعيارى	المتوسط الحسابى	العدد	سنوات الخبرة
0.59	3.47	181	طالب/ة
0.79	3.69	27	تاجر
0.59	3.42	107	موظف/ة
0.43	3.90	16	صاحب شركة
0.71	3.56	28	أعمال حرة
0.76	3.44	21	غير ذلك

بعد إجراء هذه الدراسة والتي هدفت إلى دراسة مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل شركة التأمين في مدينة الخليل ودراسة مدى رضا عملاء شركة التأمين عن الخدمات المقدمة من قبل الشركة.

الفصل الخامس

الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على مدى رضا عملاء شركة التأمين عن الخدمات المقدمة من قبل الشركة في مدينة الخليل.

النتائج والتوصيات

في مدينة الخليل يوجد عدد كبير من عملاء شركة التأمين الذين يستخدمون الخدمات المقدمة من قبل الشركة.

الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على مدى رضا عملاء شركة التأمين عن الخدمات المقدمة من قبل الشركة في مدينة الخليل.

من أهم النتائج التي توصل اليها من خلال الدراسة هي أن عملاء شركة التأمين في مدينة الخليل يرون أن الخدمات المقدمة من قبل الشركة جيدة.

5.1 النتائج:

بعد إجراء هذه الدراسة والتي هدفت إلى دراسة مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل و أثرها على ولاء العملاء للبنك، فإن فريق البحث قد توصل إلى النتائج التالية:

مناقشة الفرضية الأولى: هناك رضا عال للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل.

حيث أظهرت النتائج وجود رضا متوسط للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل قد جاء بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.50 مع انحراف معياري 0.63 وبذلك ترفض الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية الثانية: هناك علاقة طردية بين درجة رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي ودرجة ولاءه للبنك.

حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي ودرجة ولاءه للبنك حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.829 وهي مرتفعة بمستوى دلالة منخفض يساوي 0.000 ، حيث تفسر هذه العلاقة بأنه كلما زاد رضا العميل عن خدمات البنك كلما زاد معها ولاءه للبنك، والعكس صحيح.

مناقشة الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير جنس العميل.

حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير جنس العميل ، حيث كانت الدلالة الإحصائية $0.05 \geq$ و هي دالة إحصائياً، و بهذا تقبل الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير العمر.

حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير العمر ، حيث كانت الدلالة الإحصائية $0.05 \geq$ و هي دالة إحصائياً، و بهذا تقبل الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المؤهل العلمي ، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 و هي دالة إحصائياً، و بهذا ترفض الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير مدة التعامل مع البنك، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 و هي دالة إحصائياً، و بهذا ترفض الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى لمتغير المهنة، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 و هي دالة إحصائياً، و بهذا ترفض الفرضية الصفرية.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى للمتغير المتوحد العنصر 1، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 وهي دلالة إحصائية، وبهذا نرفض الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى للمتغير مدة التعامل مع البنك.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى للمتغير مدة التعامل مع البنك، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 وهي دلالة إحصائية، وبهذا نرفض الفرضية الصفرية.

مناقشة الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى للمتغير المهنة.

حيث أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05 \geq \alpha)$ بين مستوى رضا العميل عن خدمات البنك الإسلامي تعزى للمتغير المهنة، حيث كانت الدلالة الإحصائية ≤ 0.05 وهي دلالة إحصائية، وبهذا نرفض الفرضية الصفرية.

بناءً على النتائج السابقة فإن فريق البحث يقترح و يوصي بما يلي:

- (1) التأكيد على أن العميل هو جوهر العملية المصرفية والعمل على تلبية احتياجاته المصرفية بشكل فوري وسريع .
- (2) أن يقدم البنك الاسلامي التسهيلات التي من شأنها ان ترفع من درجة ولائه له.
- (3) عدم التمييز بين العملاء على اساس المؤهل العلمي ومنع تفضيل المتعلم على الأمي عند التعامل مع البنك الاسلامي.
- (4) تقديم حوافز للعملاء الذي مضى على تعاملهم مع البنك فترة طويلة.
- (5) أن تكون الخدمات المقدمة متميز و أن تعمل إدارة البنك على الإنفراد بها عن غيرها من البنوك.
- (6) يوصي فريق البحث إدارات البنوك الإسلامية في مدينة الخليل بضرورة تصميم الخدمات المصرفية من وجهة نظر العميل؟، لما لها من أهمية في نجاح خدمات البنوك وضمان الرضا عن هذه الخدمات.
- (7) يوصي فريق البحث إدارات البنوك الإسلامية بضرورة التواصل مع العملاء والمجتمع ككل لإيضاح فكرة وفلسفة البنوك الإسلامية ومدى توافقها مع الشريعة الإسلامية.
- (8) يوصي فريق البحث ان يولي البنك الإسلامي اهتمام كبير بالعميل وتلبية توقعاته لما له من أثر على ازدياد ولاء العميل للبنك الإسلامي.

- ارشيد، محمود (2001) الشامل في معاملات وعمليات المصارف الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن.
- جبر، هشام (2001) ادارة المصارف الاسلامية (اصولها العلمية والعملية)، ط1، البنك الإسلامي العربي.
- حووره، احمد و شقيقات، سليمان و صبيح، يوسف، تأثير التسويق الداخلي في ولاء العملاء من خلال الرضا الوظيفي في مدينتي نابلس وجنين، 2011
- الخضيرى، احمد (1995) البنوك الإسلامية، ايتراك للنشر والتوزيع، مصر الجديدة.
- الدراركة ، مأمون (2001) إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- الزعتري، علاء الدين (2011) التجربة الإسلامية في المعاملات المصرفية.
- سالم،فؤاد شيخ و مسعود، عماد يوسف(2008)، تأثير معوقات التحول على العلاقة بين رضا الزبائن وولائهم في شركات الهواتف المتنقلة في الأردن، رسالة ماجستير.
- شكري، ماهر (2004) العمليات المصرفية الخارجية، عمان.
- الشريف، شادي ربحي(2007)، السياسات التسويقية المتبعة في البنوك في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها،رسالة ماجستير في جامعة الخليل، الخليل، فلسطين.
- شيخون، محمد (2002) المصارف الإسلامية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- الضمور، هاني حامد(2005) تسويق الخدمات، ط3 ، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- نوتس، كويك (2006) كيف تهتم بالعميل وتحافظ على ولاءه، ط2، دار الفاروق للنشر والتوزيع.

- عاشور يوسف (2002) مقدمة في ادارة المصارف الإسلامية، مطبعة الرنتيسي للطباعة والنشر، غزة.
- العبادي، عبد الله عبد الرحيم (1982) موقف الشريعة من المصارف الإسلامية المعاصرة، ط.1.
- الفرجاني، سعد واحشاد، يونس (2004) محاسبة المصارف الاسلامية وشركات التأمين، المركز الوطني لتخطيط التعليم بنغاري.
- المصري احمد (2005) إدارة البنوك التجارية والإسلامية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية.
- نصر الدين محمد (1985) المصارف الاسلامية، ط1، مطبعة دار العلم، جدة.
- نوتس كويك (2006) كيف تهتم بالعميل وتحافظ على ولائه؟، ط2، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر
- الهيتي، عبد الرزاق (1998) المصارف الإسلامية في النظرية والتطبيق، ط1، دار أسامة للنشر، الاردن.

مجلات

- الرفاعي، فادي محمد (2004) المصارف الإسلامية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، نقلا عن يسري عبد الرحمن دور المصارف الاسلامية في التنمية، مجلة الاقتصاد الإسلامي، ع 168.

مقالات

- البلتاجي، محمد (2009) مقال مصادر الأموال في البنوك الإسلامية.

■ هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية: المعايير الشرعية. البحرين 1452هـ/2004م ص 139، موقع المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية،
www.islamicfi.net/arabic/news/artical.asp?id=57061

■ كريغ ف، تشرشل وساهرا س. هالبرن، بناء ولاء الزبائن/العملاء، 2001،

<http://www.arabic.microfinancegateway.org/content/article/detail/23869>

الدراسات العربية

● أبو عبيد، احمد (2000)، المصارف الإسلامية ودورها في تعزيز القطاع المصرفي، غزة ، فلسطين.

● ابو معمر ،فارس محمود (2005). قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثالث عشر، العدد الأول ، يونيو.

● شعشاعة،حاتم غازي (2005)، قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين المحدود من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير، غير منشورة، غزة، فلسطين.

● الطالب،صلاح عبد الرحمن مصطفى (2003)، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في الأردن، رسالة ماجستير، الأردن.

المراجع الأجنبية

- ❖ Ray, Daniel, Musurer et developper la satisfaction des clients, 2eme tirage edition d'organisation, paris, 2001.
- ❖ Monin ,Jean ,La satisfaction qualité dans les services ,AFNOR,Paris ,2001.

الدراسات الاجنبية

- Abdulqawi, Othman , and Lynn, Owen, **Measuring customer service quality in Islamic banks**, (2000), A case study in Kuwait finance house, international journal of Islamic financial services, vol.3.No.1.
- Al-Haj Tareq, and Da'as, Ghassan, **Contributions of Islamic Banks to the Palestinian Banking Activity**, (2003), AN –NAJAH university journal for research-humanities. vloume17, issue2.
- Jabr, Hisham , **Islamic Banking in Palestine Challenges and Prospects** Journal Article, (2003).
- Wikowski, Terrence.H , and Wolfinarger, Marty.F , **Comparative service quality German and American ratings across service settings** (2002), Journal of Business Research,vol. 55

الملاحق



كلية التربية بورتسعيد

الملحق الاول

الدراسة الخاصة

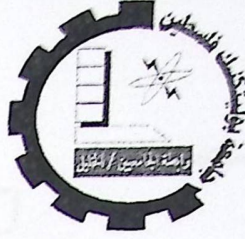
الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله الذي هدانا لهذا الذي كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله
والحمد لله رب العالمين

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله الذي هدانا لهذا الذي كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله
والحمد لله رب العالمين

أول استبانة
تاريخ: ...
محل: ...
موضوع: ...



كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

إدارة أعمال معاصرة

استبانة

السادة عملاء/مستخدمي البنك الإسلامي المحترمون:
تحية طيبة وبعد،

يقوم فريق البحث بأجراء دراسة تهدف إلى التعرف على "مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الإسلامية في مدينة الخليل وأثره على ولاء العملاء للبنك".

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال المعاصرة من كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات، وقد صممت هذه الإستبانة لجمع المعلومات حول موضوع الدراسة، لذا يرجى منك الإجابة عن فقراتها شاكرين لك تعاونك، ومؤكدين لك بأن المعلومات التي ستقدمها لنا لن تستخدم إلا للبحث العلمي .

فريق البحث:

روبي وليد الشريف

هنادي ابو سارة

مها يونس الفسفوس

و شكرا لحسن تعاونكم.

بإشراف: أ. دينا القدسي

القسم الاول: البيانات الشخصية

الرجاء وضع إشارة (x) امام العبارة التي تعبر عن حالتك :

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: أقل من 20 20- أقل من 30 30- أقل من 40 40- أقل من 50 50 فأكثر
3. المؤهل العلمي: ما دون الثانوية ثانوية عامة دبلوم متوسط بكالوريوس دراسات عليا
4. عدد سنوات التعامل مع البنك: أقل من سنة سنة - أقل من 3 سنوات 3- أقل من 6 سنوات 6- أقل من 9 سنوات 9 سنوات فأكثر
5. المهنة: طالب /ة تاجر موظف /ة صاحب شركة أعمال حرة غير ذلك حدد:

القسم الثاني: محاور الدراسة

أخي الكريم أختي الكريمة:
بناء على تعاملك مع البنك الإسلامي نرجو أن تشير إلى مدى موافقتك على توفر المميزات في العبارات التالية
الموضحة في الجدول التالي في الخدمات التي يقدمها البنك وذلك بوضع علامة (x) في المكان الذي يوافق رأيك

المحور الأول: الخدمات والتعامل:

معارض	معارض	محايد	موافق	موافق	الخدمات والتعامل
جدا				جدا	

تقدم البنوك الإسلامية خدماتها بالسرعة المناسبة

القسم الاول: البيانات الشخصية

الرجاء وضع إشارة (x) امام العبارة التي تعبر عن حالتك :

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: أقل من 20 20- أقل من 30
- 30- أقل من 40 40- أقل من 50
- 50 فأكثر
3. المؤهل العلمي: ما دون الثانوية ثانوية عامة
- دبلوم متوسط بكالوريوس
- دراسات عليا
4. عدد سنوات التعامل مع البنك: أقل من سنة سنة - أقل من 3 سنوات
- 3- أقل من 6 سنوات 6- أقل من 9 سنوات
- 9 سنوات فأكثر
5. المهنة: طالب /ة تاجر
- موظف /ة صاحب شركة
- أعمال حرة غير ذلك حدد:

القسم الثاني: محاور الدراسة

أخي الكريم أختي الكريمة:

بناء على تعاملك مع البنك الإسلامي نرجو أن تشير إلى مدى موافقتك على توفر المميزات في العبارات التالية الموضحة في الجدول التالي في الخدمات التي يقدمها البنك وذلك بوضع علامة (x) في المكان الذي يوافق رأيك

المحور الأول: الخدمات والتعامل:

الرقم	الخدمات والتعامل	موافق جدا	موافق	محايد	معارض	معارض جدا
1.	تقدم البنوك الإسلامية خدماتها بالسرعة المناسبة					

الرقم	الخدمات والتعامل				
	موافق جدا	موافق	محايد	معارض جدا	
4.					يتمتع موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن
5.					يولي موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه عملاء البنك اهتماما شخصيا
6.					عندما يواجه عميل البنك الإسلامي مشكلة ما فإن موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه يبدون اهتماما صادقا لحلها
7.					يتفهم موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معه مصلحة الاحتياجات المحددة لعملائها
8.					يمتلك موظفو البنك الإسلامي المعرفة التامة للإجابة على أسئلة واستفسارات عملاء البنك
9.					يتمتع موظفو البنك الإسلامي باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع عملاء البنك
10.					يقوم موظفو البنك الإسلامي الذي تتعامل معهم بتقديم خدمات البنك بالمواعيد المتفق عليها
11.					يقوم البنك الإسلامي بابتكار وتطوير خدمات جديدة تواكب التطور في حاجات العملاء
12.					يحتفظ البنك الإسلامي بسجلات دقيقة عن الحركات والمعاملات لحسابات عملائها
13.					البنك الإسلامي يوفر ساعات عمل ملائمة لظروف كل العملاء
14.					يقوم البنك الإسلامي بأخذ آراء العملاء حول الخدمات التي تقدمها وأخذها بعين الاعتبار
15.					شبكة الصراف الآلي منتشرة والوصول إليها سهل
16.					اعطال الصراف الآلي قليلة
17.					يتم التعامل مع الشكاوي المقدمة من العملاء بكفاءة
18.					يقدم البنك الإسلامي عروضاً مناسبة للقروض الحسنة تشجع الأفراد على التوجه إليها

المحور الثاني: الخدمات البنكية الإسلامية :

معارض معارض جدا	معارض	محايد	موافق موافق جدا	موافق جدا	الخدمات البنكية الإسلامية	الرقم
					يوزع البنك الاسلامي نسبة من أرباح الاستثمار لعملائه المودعين بناء على المبلغ المودع والأرباح المتحققة	1.
					يوزع البنك الاسلامي أرباح الاستثمار بناء على الفترة الزمنية المتفق عليها (شهري ، نصف سنوي، سنوي)	2.
					تقدم البنوك الإسلامية خدمات بنكية إسلامية تتنافس خدمات البنوك الأخرى	3.
					يقدم البنك الإسلامي حسابات جارية معفاة من الفوائد لتلبية احتياجات المتعاملين معهم	4.
					يقدم البنك الإسلامي خدماته وفق بنود الشريعة الإسلامية	5.
					هناك مرونة في عملية الإيداع أو سحب الأموال من البنك الإسلامي	6.
					يقدم البنك الإسلامي برامج لتنظيم موارد العملاء المالية والادخار التدريجي للمتعاملين معهم للتغلب على الصعوبات التي تواجههم	7.
					يطور البنك الإسلامي برامج لتقسيم عبء تكاليف تملك المسكن على فترات متناسبة مع دخل العميل	8.
					يساهم البنك الإسلامي لذوي الدخل المحدود أو الأشخاص عديمي الدخل بتوفير ما يدعى بنظام القرض الحسن دون احتساب أي زيادة عليهم	9.
					يوفر البنك الإسلامي برامج التمويل للعملاء دون إضافة أي عمولات ورسوم	10.
					يقدم البنك الاسلامي خدمة المرابحة كبدل شرعي عن القروض الربوية	11.
					تقوم البنوك الإسلامية بمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية	12.

المحور الثالث: ولاء العملاء

الرقم	ولاء العملاء	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً
1.	اشعر بولاء عال للبنك الاسلامي بسبب تميز خدماته					
2.	انصح زملائي للتعامل مع هذا البنك					
3.	سأدافع عن البنك الاسلامي عند ذكره بسوء حتى بعد ترك التعامل معه.					
4.	افضل التعامل مع البنك بسبب التعود على التعامل مع نفس الموظفين					
5.	اشعر بالولاء للبنك بسبب اهتمام البنك العالي بالعميل					
6.	اشعر بالولاء للبنك بسبب الاستعداد الدائم لتلبية اي طلبات او توقعات للعملاء					
7.	يتمتع البنك بمصداقية بالنسبة الي					
8.	اشعر بالارتياح في التعامل مع البنك					

أي أمور أخرى له تتطرق لها الامتجاة وترغبون في اخذتها:

مخبرين لكم حسن تعاونكم

Abstract

The present study aims to investigate the impact of the COVID-19 pandemic on the financial performance of the Egyptian banking sector. The study is based on the financial statements of the Egyptian banking sector for the period 2019-2020. The study uses the ratio analysis method to measure the financial performance of the banking sector. The results of the study show that the financial performance of the banking sector has declined significantly during the COVID-19 pandemic. This is due to the impact of the pandemic on the economy and the banking sector. The study also shows that the banking sector has been able to maintain its financial stability during the pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity. The study concludes that the banking sector has been able to withstand the impact of the COVID-19 pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity.

The study also shows that the banking sector has been able to maintain its financial stability during the pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity. The study concludes that the banking sector has been able to withstand the impact of the COVID-19 pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity.

The study also shows that the banking sector has been able to maintain its financial stability during the pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity. The study concludes that the banking sector has been able to withstand the impact of the COVID-19 pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity.

الملحق الثاني

The study also shows that the banking sector has been able to maintain its financial stability during the pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity. The study concludes that the banking sector has been able to withstand the impact of the COVID-19 pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity.

ملخص باللغة الانجليزية

The study also shows that the banking sector has been able to maintain its financial stability during the pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity. The study concludes that the banking sector has been able to withstand the impact of the COVID-19 pandemic. This is due to the measures taken by the banking sector to reduce its exposure to risk and to improve its liquidity.

abstract

The Islamic banks arose in the present time and their activities and services diversify ,In the shadow of the powerful competition with other bank, the client satisfaction limit importance is shown about the served services by the Islamic bank and the introducing on the relationship between client satisfaction and his loyalty to the bank.

This study aimed at introducing on the range of the client satisfaction about the served services by the Islamic bank and its effects on the client loyalty , through a questionnaire to opinions poll Islamic bank clients in the Hebron city for introducing on the range of their satisfactions about the served services by Islamic banks, and this questionnaire is used to basic method for gathering information . Some books , novels and previous studies as a secondary method .

The study sample was 380 clients in the Islamic banks in the Hebron city , and these questionnaires were distributed on the study sample . the data are analyses and processed statistically , the research team arrived to a group of outcomes . The most important outcomes the study arrived to are that whenever the client satisfaction increased , his loyalty will increase too and vice versa . The relationship is positive between the client satisfaction and their loyalty . And also , the study arrived that there is a medium satisfaction about the services by the Islamic banks in Hebron city and there are no differences that statistically significant attributed to the differences for the gender or the age of the client . The study also arrived that there are differences attributed to the occupation chang and the scope of treatment with the bank and the educational qualification .

The most important recommendations are the study focused on the Islamic bank should present the facilities in order to increase the loyalty of the client for the Islamic bank , and there should not be discrimination among the clients on the base of the educational qualification and the bank should give incentives for clients who were dealing with the bank for a long time . The Islamic banks should focus on the client and the client is the core of the financial process and giving him his financial needs in an instant way .

abstract

The Islamic banks arose in the present time and their activities and services diversify ,In the shadow of the powerful competition with other bank, the client satisfaction limit importance is shown about the served services by the Islamic bank and the introducing on the relationship between client satisfaction and his loyalty to the bank.

This study aimed at introducing on the range of the client satisfaction about the served services by the Islamic bank and its effects on the client loyalty , through a questionnaire to opinions poll Islamic bank clients in the Hebron city for introducing on the range of their satisfactions about the served services by Islamic banks, and this questionnaire is used to basic method for gathering information . Some books , novels and previous studies as a secondary method .

The study sample was 380 clients in the Islamic banks in the Hebron city , and these questionnaires were distributed on the study sample . the data are analyses and processed statistically , the research team arrived to a group of outcomes . The most important outcomes the study arrived to are that whenever the client satisfaction increased , his loyalty will increase too and vice versa . The relationship is positive between the client satisfaction and their loyalty . And also , the study arrived that there is a medium satisfaction about the services by the Islamic banks in Hebron city and there are no differences that statistically significant attributed to the differences for the gender or the age of the client . The study also arrived that there are differences attributed to the occupation chang and the scope of treatment with the bank and the educational qualification .

The most important recommendations are the study focused on the Islamic bank should present the facilities in order to increase the loyalty of the client for the Islamic bank , and there should not be discrimination among the clients on the base of the educational qualification and the bank should give incentives for clients who were dealing with the bank for a long time . The Islamic banks should focus on the client and the client is the core of the financial process and giving him his financial needs in an instant way .