

# دراسة جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية





الجمهورية العربية السورية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المعهد العالي لإدارة الأعمال

دراسة جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية  
*Studying the quality of banking services in  
Syrian Islamic banks*

أنس عبد الفتاح شعبان

الطبعة الأولى ٢٠٢٢



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذُرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبِّ إِن

كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

سورة البقرة : ٢٧٨

## منشورات كاي

- إن مطبوعات ( كتاب الاقتصاد الإسلامي الالكتروني المجاني ) تهدف إلى :
- تبني نشر مؤلفات علوم الاقتصاد الإسلامي في السوق العالمي ؛ لتصبح متاحة للباحثين والمشتغلين في المجالين ( البحثي والتطبيقي ) .
  - توفير المناهج الاقتصادية كافة للطلاب والباحثين بصيغة إسلامية متينة .
  - أن النشر الالكتروني يعتبر أكثر فائدة من النشر الورقي .
  - أن استخدام الورق مسيء للبيئة، ومنهك لمواردها .

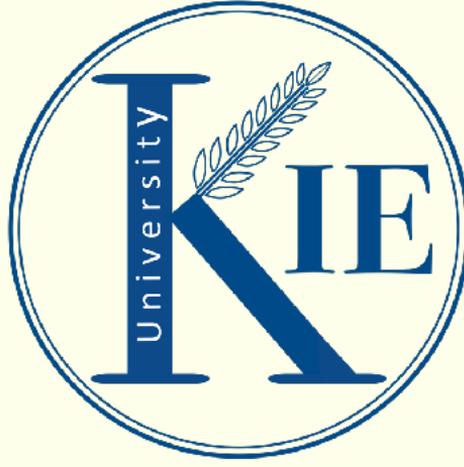
والله من وراء القصد .

[رابط](http://www.kantakji.com) زيارة جامعة كاي KIE university

يمكنكم التواصل من خلال : [www.kantakji.com](http://www.kantakji.com)

مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية  
Islamic Business Researches Center





# جامعة كاي

جامعة مرخصة من التعليم العالي

خيارك الأفضل لدراسة الاقتصاد الإسلامي وعلومه

<https://kie.university>

## توضيح

إن كل ما ورد في الكتاب هو حقوق بحثية للمؤلف، ويعتبر ورقة بحثية من الأوراق البحثية لمركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية وجامعة كاي. يسمح باستخدام هذا الكتاب كمنهج أكاديمي - كما هو منشور - مجاناً مع ضرورة المحافظة على حقوق المؤلف.

[www.kantakji.com](http://www.kantakji.com), [www.kie.university](http://www.kie.university)

## شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل على نعمة العافية ، وعلى منحي القوة والقدرة على إنجاز هذا البحث ، أملاً منه أن يكون عملاً يعود بالنفع على الباحثين والمهتمين كما سعت له أن يكون .

أشكر إدارة المعهد العالي لإدارة الأعمال وكادره التدريسي ، وعلى وجه الخصوص المشرف على هذا البحث الدكتور ياسر كفا الذي كان خير موجهاً ومرشداً لي في كل مراحلها ، والدكتور راغب الغصين على جهده المبذول معي ومع كل زملائي طيلة فترة دراسة الماجستير .

أشكر كل الباحثين السابقين الذي أثريت بحثي بمعرفتهم ، وأشكر كل أفراد عينة الدراسة على منحي وقتهم في تعبئة الاستبيان ، والحمد لله رب العالمين .

## إهداء

إلى وطني وملاكي : أبي وأمي

إلى سندي وقوتي : أخوتي وأخواتي

إلى القلوب الطيبة والوفية : مؤيد ، مازن ، ينال ، محمد ، مروان ، بشر ، غيث

إلى أميرتي الغالية : ليا

## الفهرس

٤	منشورات كاي
٦	توضيح
٧	شكر وتقدير
٨	إهداء
٩	الفهرس
١١	الملخص
١٥	المقدمة
١٦	الدراسات السابقة
١٩	التعقيب على الدراسات السابقة
٢٠	مشكلة الدراسة
٢١	أهداف الدراسة
٢٢	أهمية الدراسة
٢٣	منهج الدراسة
٢٣	مجتمع الدراسة والعينة
٢٤	حدود الدراسة
٢٥	المبحث الأول: الخدمات المصرفية
٢٥	الخدمة
٢٦	الخدمة المصرفية
٢٧	خصائص الخدمات المصرفية
٢٩	جودة الخدمات
٣٠	أهمية جودة الخدمة
٣١	جودة الخدمة المصرفية

٣٢	أصناف جودة الخدمة المصرفية
٣٩	المبحث الثاني: المصارف الإسلامية
٤٨	المبحث الثالث: الإطار العملي
٤٨	لمحة عن المصارف الإسلامية السورية
٥٠	تحليل البيانات
٥٧	تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية
٦٤	تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك البركة
٧٠	تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك الشام
٨٣	خلاصة تحليل البيانات الخاصة بالمصارف الإسلامية السورية
٨٥	الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية
٨٧	النتائج والتوصيات
٨٧	النتائج
٨٨	التوصيات
٩٠	المراجع
٩٠	المصادر العربية
٩٣	المصادر الأجنبية
٩٤	المواقع الإلكترونية

## المخلص

هدفت الدراسة الحالية إلى دراسة جودة الخدمات المصرفية بأبعادها: الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، الاهتمام، وبيان مدى رضا العملاء عنها، وذلك من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية وهي (بنك سورية الدولي الإسلامي - بنك البركة - بنك الشام)، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، وذلك لملائمتها لطبيعة الدراسة، وتم تصميم استبيان وجه إلى عملاء المصارف محل الدراسة واعتمد الباحث عليه كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة للتعرف على واقع جودة الخدمة المصرفية وتقييم العملاء لها وبيان مدى رضاهم عنها، أيضاً التعرف على التمايزات في مستوى جودة الخدمة المصرفية بين المصارف الإسلامية السورية، ومعرفة الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب تقييم إجابات أفراد عينة الدراسة. وتكمن مشكلة الدراسة في صعوبة قياس جودة الخدمات المصرفية التي تعتبر ذات أهمية كبيرة لإدارة أي مصرف على اعتبار الجودة من أهم أبعاد المزايا التنافسية في الخدمات المصرفية التي تتصف بالتمطية.

وتوصل الباحث بعد تحليل البيانات إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ١- تتميز الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية بشكل عام بجودة عالية بأبعادها كافة الأمر الذي انعكس على ارتفاع مؤشر رضا العملاء.
- ٢- حصل بعد الأمان في المصارف الإسلامية السورية بشكل عام على أعلى تقييم، في حين حصل بعد الاستجابة على أدنى تقييم.

وعلى ضوءها تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

١- نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة الحرص على تقديم الخدمات المصرفية بزمن أقل يناسب عملائها ويزيد من مستوى رضاهم، وذلك عن طريق زيادة عدد الصرافات الآلية وأجهزة الخدمة الذاتية؛ لتخفيف الضغط الحاصل في بعض الفروع وخاصة بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك البركة.

٢- نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة الحرص على تبسيط الإجراءات عند تقديم خدماتها المصرفية الأمر الذي ينعكس على زيادة مستوى رضا عملائها، وذلك عن طريق إزالة كافة العوائق والإجراءات التي تعيق سرعة إنجاز الخدمة المصرفية.

٣- نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة تدريب وتأهيل العاملين لديها وخاصة في قسم خدمة العملاء؛ لزيادة معرفتهم وخبرتهم الأمر الذي يؤدي إلى زيادة سرعة الرد على استفسارات العملاء وإنجاز معاملاتهم وشكاواهم وانعكاسها إيجابياً على زيادة رضا عملائها.

**Abstract:**

The current study aimed to study the quality of banking services its dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, Security, Empathy, and to indicate the extent of customer satisfaction with them, from the point of view of customers of Islamic banks operating in the Syrian Arab Republic, They are (Syria International Islamic Bank - Al Baraka Bank - Cham Bank), Where the study relied on the descriptive analytical method in data collection and analysis, due to its relevance to the nature of the study, A questionnaire was designed and directed to the clients of the banks under study, and the researcher relied on it as a main tool for collecting the necessary data to identify the reality of the quality of banking service, and customers' evaluation of it and their satisfaction with it, Also, identifying the differences in the level of banking service quality among Syrian Islamic banking, and knowing the relative importance of the dimensions of banking service quality, according to the evaluation of the answers of the study sample members. The problem of the study lies in the difficulty of measuring the quality of banking services, which is of great importance to the management of any bank, given that quality is one of the most important dimensions of competitive advantages in banking services that are characterized by stereotyping.

After analyzing the data, the researcher reached a set of results, the most important of which are:

1- Banking services in Syrian Islamic banks are generally characterized by high quality in all its

dimensions, which is reflected in the high customer satisfaction index.

2- the Security dimension in Syrian Islamic banks in general got the highest rating, while the response dimension got the lowest rating.

In light of this, a number of recommendations were reached, the most important of which are:

1- we recommend the management of Syrian Islamic banks to be more careful to provide banking services in a shorter time that suits their customers and increases their level of satisfaction, by increasing the number of automated teller machines and self-service machines; To ease the pressure in some branches, especially the International Islamic Bank of Syria and Al Baraka Bank.

2- we recommend the management of Syrian Islamic banks to be more careful to simplify the procedures when providing their banking services, which is reflected in an increase in the level of satisfaction of their customers, be removing all obstacles and procedures that impede the speedy completion of the banking service.

3- we recommend the management of Syrian Islamic banks increase training and qualification of its employees, especially in the customer service department; To increase their knowledge and experience, which leads to an increase in the speed of response to customer inquiries and the completion of their transactions and complaints, and its positive impact on increasing customer satisfaction.

## المقدمة

يعتبر القطاع المصرفي عصب الحياة الاقتصادية في أي بلد من بلدان العالم من خلال قيامه بدور الوساطة المالية وتحقيق التنمية الاقتصادية، وتسعى المصارف باختلاف أنواعها إلى تحقيق الجودة عند تقديم خدماتها المصرفية؛ لما في ذلك من أثر كبير في تحقيق رضا عملائها، الأمر الذي يعود على المصارف بمنافع عديدة قد يكون أهمها زيادة الربحية وكسب المزيد من العملاء؛ لأن العميل عندما يتحقق رضاه من الخدمة المصرفية سيكون بمثابة مسوق لها وخاصة ضمن محيطه، إلى جانب ذلك تعد الجودة أيضاً ميزة تنافسية للمصارف التي تتبناها، لذا كان على المصارف الإسلامية السورية ذات النشأة الحديثة نسبياً أن تتميز بجودة الخدمات المصرفية التي تقدمها، والجدير بالذكر أن المصارف الإسلامية السورية قد حققت نمواً كبيراً، واستطاعت أن تزيد من حصتها السوقية عاماً بعد عام، وانطلاقاً من ذلك قام الباحث بدراسة جودة الخدمات المصرفية بأبعادها " (الملموسة) (المرافق) والتسهيلات المادية المستخدمة في تقديم الخدمة والمعدات ومظهر الموظفين في مكان الخدمة)، الاعتمادية (ثبات الأداء، الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد وبشكل دقيق ومستقل)، الاستجابة (الاستعداد والرغبة لمساعدة العميل، وقدرة إدارة المصرف على تقديم الخدمة المصرفية وتطويرها)، الأمان (نقل الثقة والأمان للعميل بالمحافظة على سرية تعاملاته والأمن المالي والصدق في التعامل)، الاهتمام (التواصل الجيد والاهتمام بالعملاء وتفهمهم والعناية بهم) " وذلك من

وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية ومعرفة مدى رضاهم عنها من خلال تصميم استبيان بغية تحقيق أهداف الدراسة .

## الدراسات السابقة

في هذا الجزء تناول الباحث أهم الأبحاث ذات الصلة بالدراسة الحالية والتي تم الاستفادة منها:

١- تقييم جودة خدمات التمويل المصرفي الإسلامي وأثرها على رضا العملاء - حالة بنك السلام الجزائر - ٢٠٢١ .

هدفت الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات التمويلية الإسلامية بمصرف السلام من طرف عينة من عملاء المصرف ومدى رضا العملاء بالخدمات التمويلية الإسلامية، وتم استخدام المنهج التحليلي والمنهج الوصفي، واعتمد الباحثان على الاستبيان كأداة للدراسة حيث تم إنشائه عبر موقع (*google drive*) وقاموا بالتوقف عن استقبال الإجابات عند بلوغ حد ١٠٠ إجابة، وتوصل الباحثان إلى أن هناك علاقة طردية بين رضا العملاء وجودة الخدمات التمويلية الإسلامية المقدمة من طرف مصرف السلام، أي كلما زادت جودة الخدمات التمويلية الإسلامية المقدمة زاد رضا العملاء والعكس صحيح، وحصل بعد التعاطف على أعلى تقييم في حين حصل بعد الاستجابة على أدنى تقييم ضمن أبعاد الجودة .

٣- تقويم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية - ٢٠٢١ .

هدفت الدراسة إلى تقويم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية من وجهة نظر العملاء من خلال خمس أبعاد وهي بعد الملموسة، بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان، وبعد التعاطف، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة لإعداد استبانة الدراسة، وقامت بتوزيع ٣٨٦ استبانة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتوصلت إلى أهم النتائج التالية: إن المصارف الخاصة تتمتع بجودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة وذلك من وجهة نظر أفراد العينة، إلا أن بعد الاستجابة أقل توافراً، في حين أن بعد الملموسة يعتبر أكثر توافراً في المصارف الخاصة من وجهة نظر أفراد العينة.

٣- أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء "دراسة ميدانية على المصارف التجارية بمحافظة الدرب - المملكة العربية السعودية" ٢٠١٩.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة بالملموسة، الاستجابة السريعة، التعاطف، الأمان، الاعتمادية على رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب - المملكة العربية السعودية، وتم طرح مشكلة الدراسة على شكل التساؤل الرئيسي التالي:

ما أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في المصارف محل الدراسة؟

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، واعتمدا على الاستبيان كأداة للدراسة وبلغ حجم العينة ١١٠ عميل، وقد خلصت النتائج إلى أن البعد الأفضل من ناحية الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب هو

الاعتمادية، أما البعد الأضعف هو بعد الاستجابة، ونتج عن اختبار فرضيات الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة قوية وذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة لعملاء المصارف محل الدراسة ورضا العملاء.

٤- جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية ٢٠١٩.

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل من خلال المقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية من وجهة نظر العملاء، وتم استخدام المنهج الكمي من خلال أسلوب دراسة المقارنة، واعتمد الباحث علة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبلغ حجم العينة ٣٩٠ عميل، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

## **5- "THE ROLE OF SERVICE QUALITY IN SHAPING CONSUMER BEHAVIOUR AND ITS IMPACT ON CUSTOMER BASE OF BUSINESSES - 2010"**

هدفت الدراسة إلى معرفة دور جودة الخدمة في تشكيل سلوك المستهلك وأثرها على قاعدة عملاء الأعمال من وجهة نظر عملاء الخدمات المصرفية في مصارف المملكة المتحدة، واستخدم الباحثان المنهج النوعي والكمي، وتم تصميم استبيان وتوزيعه عبر البريد الإلكتروني، إضافة إلى ذلك قام الباحثان بالتواصل المباشر مع عملاء بنكين في إنكلترا، وبلغ حجم العينة ٥٢ واستخدم الباحثان مقياس ليكرت المكون من ٧ نقاط للإجابة على عبارات الاستبيان، وقاموا بتحليل البيانات عبر

برنامج *Microsoft Excel*، وتوصل الباحثان إلى عدة نتائج أهمها: أن جودة الخدمة تحقق الرضا للعميل الذي يرتبط بدوره بولاء العملاء، أيضاً أن رضا العملاء يؤدي إلى تكوين سمعة إيجابية للعلامة التجارية وصورتها، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين التسعير التنافسي وولاء العملاء، الدوافع الرئيسي لولاء العملاء في الصناعة المصرفية في المملكة المتحدة هي أبعاد جودة الخدمة بالتناقص (الاستجابة، الاهتمام، الاعتمادية، الأمان، الملموسة) ورضا العملاء وصورة العلامة التجارية وسمعتها.

### التقيب على الدراسات السابقة

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة نقاط حيث أن جميعها قد تناولت مفهوم جودة الخدمة في القطاع المصرفي، وجميعها اعتمدت على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من العملاء، ومعظمها استخدم المنهج الوصفي التحليلي، أيضاً جميع الدراسات قامت بدراسة الجودة بأبعادها " الملموسة، الاعتمادية (الموثوقية)، الاستجابة، الأمان (الضمان)، الاهتمام (التعاطف) "، أيضاً تتفق الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في النتيجة الخاصة بحصول بعد الاستجابة على أدنى تقييم لدى المصارف التي تمت الدراسة عليها.

من ناحية أخرى تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عدة نقاط أهمها: مجتمع وعينة الدراسة والمصارف محل الدراسة حيث خصت الدراسة

الحالية عملاء المصارف الإسلامية السورية، أيضاً اختلفت بالنتائج والتوصيات المقدمة لاختلاف الحدود الزمانية والمكانية والبيئة التي تمت فيها الدراسة.

## مشكلة الدراسة

تعاني معظم إدارات المصارف الإسلامية السورية من صعوبة قياس جودة الخدمات المصرفية ومعرفة تقييم العملاء لها ومستوى رضاهم عنها على الرغم من اهتمام إدارات هذه المصارف بتقديم خدمات ذات جودة عالية لتحقيق المزيد من رضا العملاء وولائهم وتدعيم ميزتها التنافسية وجذب عملاء جدد، وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟ ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ١- ما هو تقييم بعد الملموسة من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟
- ٢- ما هو تقييم بعد الاعتمادية من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟
- ٣- ما هو تقييم بعد الاستجابة من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟
- ٤- ما هو تقييم بعد الأمان من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟
- ٥- ما هو تقييم بعد الاهتمام من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية؟
- ٦- ما مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة من المصارف الإسلامية السورية؟
- ٧- ما هي التمايزات في مستوى جودة الخدمات المصرفية بين المصارف الإسلامية السورية؟

٨- ما هي الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية السورية؟

## أهداف الدراسة

يسعى الباحث من خلال قيامه بهذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف التي تتعلق بمشكلة البحث ويمكن تلخيص هذه الأهداف بما يلي:

١- التعرف على تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٢- التعرف على تقييم بعد الملموسة من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٣- التعرف على تقييم بعد الاعتمادية من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٤- التعرف على تقييم بعد الاستجابة من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٥- التعرف على تقييم بعد الأمان من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٦- التعرف على تقييم بعد الاهتمام من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية.

٧- التعرف على مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية.

٨- التعرف على التمايزات في مستوى جودة الخدمات المصرفية بين المصارف الإسلامية السورية.

٩- التعرف على الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية.

## أهمية الدراسة

١- الأهمية العلمية: تتجلى الأهمية العلمية لهذه الدراسة من خلال تقديم الباحث لإطار نظري عام يوضح مفهوم الخدمة المصرفية وأبعاد جودتها ونماذج قياسها في المبحث الأول، إلى جانب مبحث ثاني يوضح مفهوم المصارف الإسلامية وذكر خصائصها وأهدافها ونشأتها واختلافها عن المصارف التقليدية وذكر الخدمات المصرفية التي تقدمها.

٢- الأهمية العملية: تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة من خلال السعي إلى معرفة تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية السورية وذلك عبر تصميم استبيان وفق مقياس *SERVPERF* لقياس جودة الخدمة المصرفية الفعلية تم توجيهه إلى عملاء المصارف محل الدراسة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم العون للمصارف الإسلامية السورية في التعرف على تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها واتخاذ القرارات المناسبة لتحقيق المزيد من رضا العملاء وولائهم، وتعظيم ربحيتها وزيادة قدرتها التنافسية مع غيرها من المصارف المحلية والعالمية.

## منهج الدراسة

لمعالجة مشكلة البحث استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها وذلك لملائمته لطبيعة الدراسة، ولكي يتم تغطية موضوع الدراسة على الشكل الأمثل حيث تتوقف دقة المعلومات على دقة البيانات وحسن اختيار الأدوات المناسبة للدراسة اعتمد الباحث في جمع البيانات على الطرق التالية:

١- الجانب النظري: اعتمد الباحث في هذا الجزء من الدراسة على الكتب العربية والأجنبية والدرسات والمقالات ذات الصلة بموضوع البحث إضافة إلى بعض المجالات العلمية والمواقع الالكترونية.

٢- الجانب العملي: اعتمد الباحث على استبيان تم تصميمه كأداة أساسية لجمع البيانات تحتوي على ٢٨ سؤال مقسمة إلى ٣ محاور تلمس جوانب موضوع الدراسة وتلائم طبيعته وقد تمت معالجة البيانات باستخدام برنامج *Microsoft Excel* وبرنامج الحزم الإحصائية *SPSS 26*.

## مجتمع الدراسة والعينة

١- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عملاء المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية بفروعها المختلفة وهي (بنك سوريا الدولي الإسلامي - بنك البركة - بنك الشام).

٢- عينة الدراسة: تم أخذ عينة الدراسة بطريقة عشوائية تتكون من ٢٣٤ عميل من متعاملي المصارف محل الدراسة بالجمهورية العربية السورية.

### حدود الدراسة

- ١- حدود مكانية: المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية (بنك سوريا الدولي الإسلامي - بنك البركة - بنك الشام).
- ٢- حدود زمانية: تم إنجاز البحث في الفترة الواقعة بين ١٠-٣-٢٠٢٢ و ١٠-٩-٢٠٢٢.

## المبحث الأول: الخدمات المصرفية

سيقوم الباحث في هذا المبحث بعرض مفهوم الخدمة المصرفية من خلال تعريفها وعرض خصائصها، إلى جانب عرض مفهوم الجودة من خلال تعريفها وذكر أهميتها والتعريف بنماذج قياسها في القطاع الخدمي المصرفي في المبحث الأول، وفي المبحث الثاني قام الباحث بتعريف المصارف الإسلامية والتحدث عن نشأتها، وخصائصها، وأهدافها، وذكر أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين المصارف التقليدية، وذكر مصادر الأموال في المصارف الإسلامية والخدمات المصرفية التي تقدمها .

### الخدمة

هناك تعريف عديدة لمفهوم الخدمة في شكلها العام ولعل أهمها ما يلي :  
 عرفت جمعية التسويق الأمريكية (AMA) الخدمات على أنها: الأنشطة والمنافع التي يحققها البائع إلى المشتري من خلال الأشياء المقدمة له، أو المرتبطة مع البضاعة المباعة بما يحقق رضاه. (عبدو، ٢٠٠٨، ص ١٨).  
 أيضاً قام كل من (Kotler & Keller) بتعريف الخدمة على أنها: أي نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر وتكون أساساً غير ملموسة، ولا ينتج منها أي ملكية، وإنتاجها قد يكون وقد لا يكون مرتبط بمنتج مادي (Kotler & Keller, 2006, P402).

من التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمات هي عبارة عن أنشطة أو منافع غير ملموسة، وتتم بين طرفين أو أكثر والهدف منها تلبية احتياجات طالب الخدمة وإشباع رغباته من قبل مقدم الخدمة دون أن ينتج عنها انتقال للملكية.

## الخدمة المصرفية

تعد الخدمة المصرفية أحد أهم الأنشطة المصرفية، وتزداد أهميتها بوصفها عنوان المصرف عند العملاء يقيسون من خلالها جودة المصرف بوجودتها. (أبو مؤنس - غيث، ٢٠٢٠، ص ١٤٩).

وعرفت الخدمة المصرفية على أنها: مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة، والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها النفعية، بحيث تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وتكون مصدراً لربحية المصرف من خلال علاقة تبادلية بين المصرف والعملاء. (العجارمة، ٢٠٠٥، ص ٣٢).

بينما تعرف الخدمة المصرفية الإسلامية على أنها: قيام البنك الإسلامي بتقديم المنافع المالية والاستثمارية لعملائه بما يلبي حاجاتهم ويحقق رغباتهم ويعمل على تيسير المعاملات المالية والاقتصادية في المجتمع، وذلك مقابل عمولة أو أجر مع مراعاة أن لايشمل على مخالفة شرعية أو شبهة ربا. (المغربي، ٢٠٠٤، ص ١٩٢).

وتعرف الخدمة المصرفية الإسلامية أيضاً على أنها: هي كل الأعمال التي تقوم بها المصارف الإسلامية من استقبال ودائع ومنح تمويلات إلى جانب ممارسات مصرفية أخرى، كالتعامل بالمنتجات المالية وكذلك الأعمال المتعلقة بالخدمات التكافلية والاجتماعية. (عبد اللطيف، ٢٠١٧، ص ١٣٤).

من التعاريف السابقة للخدمة المصرفية الإسلامية يستنتج الباحث أن الخدمات المصرفية الإسلامية هي المنافع المالية والاستثمارية والاجتماعية المتنوعة التي يقدمها المصرف الإسلامي لعملائه وللمجتمع لتلبية احتياجاتهم لقاء عمولة أو أجر أو هبة على أن يتفق تقديم هذه المنافع مع أحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.

### خصائص الخدمات المصرفية

تشابه خصائص الخدمات المصرفية مع خصائص الخدمات في مفهومها العام وفيما يلي يذكر الباحث أهم الخصائص التي تتميز بها الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية: (المغربى، ٢٠٠٤، ص ١٩٣-١٩٥).

١- ارتباط الخدمات المصرفية بروح التشريع الإسلامي: وهي من أهم الخصائص التي تتميز بها الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية عن نظيرتها التقليدية وعن خصائص الخدمات في مفهومها العام أيضاً، حيث أن أي مصرف إسلامي يلتزم بتقديم الخدمات المصرفية التي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية فقط، وابتعد المصرف الإسلامي بكافة خدماته عن الربا بكل أشكاله، ويتجنب في كل معاملاته وعملياته القيام بالكذب أو الغش أو الغرر وغيرها من الأمور التي حرّمها الله عز وجل.

٢- الخدمات المصرفية خدمات غير ملموسة: فالخدمات المصرفية لا تتضح للعميل إلا عند الاتصال مع المصرف الذي يقدمها والاستفادة منها، الأمر الذي يلقي على المصرف الإسلامي توضيح مزايا هذه الخدمة والفوائد التي ستعود على العميل منها، سواءً عن طريق حملات الترويج والإعلانات التي تناسب طبيعة المصرف الإسلامي.

٣- الاتصال المباشر بين المصرف وعملائه: لكي تتحقق الاستفادة من الخدمات المصرفية لا بد من الاتصال بين المصرف الإسلامي الذي يقدم الخدمة مع العميل الطالب لها، سواء إن كان هذا الاتصال في أحد فروع المصرف أو إن كان إلكترونياً عبر شبكات الانترنت.

٤- مشاركة العميل في إنتاج الخدمة المصرفية: حيث أن العميل طالب الخدمة يساهم في عملية إنتاجها من خلال تقديمه المعلومات والمواصفات التي تكون للمصرف الصورة الواضحة للمنفعة التي يريدتها العميل.

٥- لا يمكن تخزين الخدمة المصرفية: تختلف الخدمة المصرفية عن السلع والبضائع في خاصية عدم القابلية للتخزين، فالمصرف يقوم بإنتاج الخدمات عند طلب العميل لها ولا يأتي بها من مستودع يحفظ به خدماته.

٦- إن إنتاج الخدمة المصرفية وتسويقها يتمان في وقت واحد: يقوم مقدم الخدمة عند إنتاجها بالتسويق لها من خلال تصميمها له وفق رغبته وتحديد خصائصها وإظهار مزاياها وتسعيرها، إلا أن هناك بعض الأنشطة التسويقية التي تسبق عملية

إنتاج الخدمة المصرفية مثل الإعلان عن الخدمات التي يقدمها وبعض الأنشطة الترويجية .

٧- لا يمكن التنبؤ بالطلب على الخدمات المصرفية مستقبلاً على وجه الدقة: تتعدد الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية بشكل كبير وتزداد وتتطور من حين إلى آخر، إلا أن حجم الطلب على هذه الخدمات من الصعب التنبؤ به بشكل دقيق وواضح .

٨- تباين تقديم وعرض الخدمة المصرفية: إن الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية لا يمكن جعلها نمطية من حيث الخصائص والمواصفات، فنجد أنها تختلف من مصرف إلى آخر، وتختلف في المصرف الإسلامي نفسه من عميل لآخر وحتى لنفس العميل من مرة إلى أخرى، فهي تصمم بناءً على رغبة العميل التي تختلف باختلاف الزمان والمكان، وتتباين في عرضها من قبل الموظفين في المصرف واختلاف التجهيزات المادية من فرع إلى آخر.

## جودة الخدمات

حظيت الجودة باهتمام كبير من قبل المنظمات والحكومات، حيث أصبحت فلسفة إدارية وأسلوب الحياة الذي يمكنها من الاستمرار في ظل المتغيرات المعاصرة والتي زادت من حدة المنافسة من جهة، ومن جهة أخرى زيادة إدراك المستهلك لمستوى الجودة، ولقد أخذ مفهوم الجودة في السلع والخدمات اولوية في تحسين الإنتاجية بعد أن تبين انه إحدى أهم العوامل التي جعلت المنتجات الصناعية اليابانية تهيمن على الأسواق العالمية. (شروق، ٢٠١٦، ص ١٨٧).

وبالنسبة للمصارف تعتبر الجودة بمثابة الشريان الذي يمد المصرف بدماء جديدة تتمثل في المزيد من العملاء الجدد والحفاظ على الحاليين منهم، كما تعمل على زيادة الربحية مما يحقق له ميزة تنافسية. (عبدو، ٢٠٠٨، ص ١٤٨).

وهناك عدة تعاريف للجودة في مفهومها العام لعل أهمها ما يلي:  
عرفها (Crosby): على أنها مطابقة المواصفات. (فيلاي، ٢٠١٨، ص ٣٦٧).

عرفتها منظمة المعايير الدولية ISO: مجموعة من صفات وخصائص المنتج أو الخدمة المتعلقة بقدراتها على تلبية الاحتياجات المعلقة والمتوقعة. (عبدو، ٢٠٠٨، ص ١٤٨).

وفي تعريف آخر لجودة الخدمة هي موقف العملاء من الحكم العام حول تفوق الخدمة، استناداً إلى تقييم العملاء، وليس العنصر المادي فقط (khalifa, 2015, p344).

## أهمية جودة الخدمة

سعى رواد الجودة وأغلب الباحثين المعاصرين إلى توضيح أهمية الجودة في المؤسسات الخدمية وما لها من أثر جيد يعود عليها بالنمو والنجاح والحصول على الميزة التنافسية لتتمكن من الاستمرار والتوسع في بيعتها وحتى الدخول في أسواق جديدة خارج بيعتها، حيث يجب على المؤسسات الخدمية أن تزيد من اهتمامها في تبني مفهوم جودة الخدمة للأسباب التالية:

١- نمو مجال الخدمة: ففي الولايات المتحدة مثلاً نصف عدد المؤسسات فيها هي مؤسسات خدمية.

٢- ازدياد المنافسة: إن عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات في تزايد مستمر، الأمر الذي يدفع هذه المؤسسات إلى الاهتمام بجودة الخدمة من أجل الحصول على الميزة التنافسية.

٣- ازدياد وعي العملاء: فقد أصبحوا لا يريدون مجرد خدمة بسعر معقول، بل يريدون أيضاً أن تتم معاملتهم بشكل جيد وأن يكون هناك فهم أكبر لاحتياجاتهم.

٤- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: فالمؤسسات الخدمية لم تعد تهتم فقط بجذب عملاء جدد لزيادة حصتها السوقية، بل تسعى أيضاً إلى المحافظة على عملائها الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة. (أبو ميزر، ٢٠١٩، ص ٢١-٢٢).

## جودة الخدمة المصرفية

إن تشابه الخدمات المصرفية وبلوغها مرحلة النضج جعل المنافسة حادة بين المصارف ولا تتركز فقط على أنواع الخدمات المقدمة بل على جودتها وما تتصف به من قيم رمزية يبحث عنها العميل، وتشكل بالنسبة له جودة أفضل. (زيتون، ٢٠٢١، ص ١٩٠).

وينظر إلى جودة الخدمة المصرفية على أنها ذات قيمة استراتيجية وإن دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بزبائنه وموظفيه وجعلهم راضين، إضافة لزيادة فرص

بيع الخدمات المصرفية، وجذب زبائن جدد وتطوير العلاقات بين الزبون والمصرف وتعزيز السمعة وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح والحصة السوقية وتحسين الأداء المصرفي على المستوى العالمي. (الصرن، ٢٠٠٧، ص ١٩٧).

إن جودة الخدمة المصرفية أمر نسبي يختلف من شخص إلى آخر لذلك فقد تعددت تعريفاتها، فمنهم من عرفها على أنها: مجموعة إجراءات أو معاملات تقع بين مقدم الخدمة وملتقي الخدمة (العميل) وذلك لإنتاج مخرجات تعمل على إرضاء العميل. (أبو ميزر، ٢٠١٩، ص ٢١).

إذاً ترتبط جودة الخدمة المصرفية ب رضا العميل وهو ما أكده العديد من الباحثين، فالعميل المستفيد من الخدمة المصرفية هو الأكثر قدرة على تقييم جودتها، وعليه لا بد من التعريف بمفهوم رضا العميل، حيث عرفه كوتلر على أنه الشعور الذي يوحى للعميل السرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات العميل (دنورة، ٢٠١٩، ص ٣٢).

فالهدف النهائي لجودة الخدمة المصرفية هي إرضاء العميل، ويتعلق الرضا بإدراك العميل للأداء المصرفي الذي يلتقي أو يفوق توقعاته. (الصرن، ٢٠٠٧، ص ١٩٩).

## أصناف جودة الخدمة المصرفية

١- قام (Gronroos, 1984) بتصنيف الجودة إلى بعدين رئيسيين وهما:

أ - الجودة الفنية (*Technical Quality*): وهي التي ترتبط بما يحصل

عليه المستفيد فعلياً من الخدمة حيث يعبر عنها بالسؤال: ما الذي يتم تقديمه؟

ب – الجودة الوظيفية (*Fuctional Quality*): وهي التي تشير إلى الطريقة التي يتم بها نقل الجودة الفنية للمستخدم، والتي يعبر عنها بالسؤال: كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟ (*EMORI & ACKAH. 2010. p12*).  
 فإذا كان البعد الأول لجودة الخدمة يعبر عن مجموعة المنافع المباشرة التي يسعى العميل للحصول عليها، فإن البعد الثاني يمثل مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة، والتي تعبر عن مستوى جودة الخدمة، ويرقى بها إلى مستوى توقعات العميل وإدراكاته (صالح الدين، ٢٠١٦، ص ٢٣).

٢- ص\_\_\_\_\_نفها (*Parasuraman & Zeithaml & Berry 1985*) على أنها ثلاث أبعاد:

أ – الجودة المادية: تشمل جميع الجوانب المادية في الخدمة كالمعدات والتجهيزات.  
 ب – جودة الشركة: تتعلق بصورة المؤسسة والانطباع العام عنها.  
 ج – الجودة التفاعلية: وهي الناتجة من عمليات التفاعل بين العاملين في مؤسسة الخدمة وبين العملاء المستخدمين من الخدمة. (العجارمة، ٢٠٠٥، ص ٣٤١).  
 ثامناً: نماذج قياس جودة الخدمة: يوجد نماذج عديدة لقياس جودة الخدمة ولكن أكثر النماذج استخداماً لقياس جودة الخدمة في القطاع المصرفي نموذج (*SERVQUAL*) أو ما يعرف بنموذج الفجوة (*Gap Model*) و (*SERVPERF*) الذي يركز على الأداء الفعلي وهو اختصار (*Services*)

*Performance*)، ونموذج اي سيرفكوال (E-SERVQUAL) الخاص بقياس جودة الخدمات الالكترونية .

في البداية كان هناك مشكلة في قياس جودة الخدمة وتحديد أبعادها الرئيسية، إلى أن ما قام به كل من (*Parasuraman, Zeithaml & Berry*) عام ١٩٨٥ يعد البداية الحقيقية لإيجاد مقاييس كمية لجودة الخدمة، حيث صمموا مقياسهم المعروف بإسم (*SERVQUAL*) الذي يعتمد على مقارنة التوقعات (*Expectations*) والإدراكات (*Perceptions*) . (الصرن، ٢٠٠٤، ص ٤)، بالإضافة إلى ذلك هناك مقاييس ونماذج مختلفة لقياس وتقييم جودة الخدمة ظهرت بعد نموذج (*SERVQUAL*) منها نموذج (*SERVPERF*)، ونموذج (*HEDPERF*) الخاص بقياس جودة التعليم وإن هذه المقاييس الثلاث لديها درجة عالية من الصدق والثبات. (صالح الدين، ٢٠١٦، ص ١٤) .

١- نموذج *SERVQAUL*: سيرفكوال اختصار لكلمتين الخدمة (*Service*) والجودة (*Quality*) وهو نموذج صممه باراشومان وزملاءه عام ١٩٨٥، حيث اعتمدوا في دراسة هذا النموذج على المقابلات الجماعية، وتم تطبيق واختبار النتائج في الأعمال المصرفية للبيع بالتجزئة (*Retail Banking*) وبطاقات الائتمان (*Credit Card*) وسمسرة الأوراق المالية (*Securities brokarge*) وفي مجالات عدة أخرى (الصرن، ٢٠٠٤، ص ١) .

واعتبر باراشومان وزملاءه أن تقييم العميل لجودة الخدمة يعتمد على الفجوة بين توقعات وإدراكات مستويات الأداء الفعلي التي تحدد بناءً على عشرة أبعاد أساسية لجودة الخدمة وهي: الأشياء الملموسة (*Tangible*)، الموثوقية (*Reliability*)، الاستجابة (*Responsiveness*)، الكفاءة (*Competence*)، اللباقة (*Courtesy*)، المصداقية (*Credibility*)، الأمان (*Security*)، إيصال الخدمة (*Access*)، الاتصال (*Communication*)، فهم الزبون (*Understanding the Customer*). تم بعدها عام ١٩٩٠ اختصار هذه الأبعاد ودمجها لتصبح ٥ أبعاد أساسية وهي: (الطاهر – بن عبد الله، ٢٠١٩، ص ٨٤).

أ- الأشياء الملموسة (*Tangibility*): وتتمثل في المرافق والتسهيلات المادية المستخدمة في تقديم الخدمة والمعدات ومظهر الموظفين في مكان الخدمة.

ب- الاعتمادية أو الموثوقية (*Reliability*): وتتمثل في ثبات الأداء، أي الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد وبشكل دقيق ومستقل.

ج- الاستجابة (*Responsiveness*): وتتمثل في الاستعداد والرغبة لمساعدة العميل، وقدرة إدارة المصرف على تقديم الخدمة المصرفية وتطويرها.

د- الأمان أو التوكيد (*Security*): وتمثل نقل الثقة والأمان للعميل بالمحافظة على سرية تعاملاته والأمن المالي والصدق في التعامل.

هـ- التعاطف أو الاهتمام (*Empathy*): ويمثل التواصل الجيد والاهتمام بالعملاء وتفهمهم والعناية بهم.

واعتبروا أن التوكيد يتضمن الكفاءة واللباقة والمصداقية والأمان، أما التعاطف فيتضمن إيصال الخدمة والاتصال وفهم الزبون .

وللارتباط الكبير بين جودة الخدمة وتوقعات العملاء وإدراكات العملاء للأداء نعرض تعاريفهم التالية: (صالح الدين، ٢٠١٦، ص ٢٤).

– توقعات العملاء: المعتقدات حول تقديم الخدمة التي تشكل معايير أو نقاط مرجعية يحكم من خلالها على الأداء.

– إدراكات العملاء: تقييمات ذاتية للتجربة الفعلية للخدمة عبر التفاعل مع مقدمي الخدمة.

٢- نموذج (*SERVPERF*): وجه عدد من المهتمين انتقادات لنموذج (*SERVQUAL*) منهم (*Cronin & Taylor*) الذين قاموا بتطوير مقياس بديل عام ١٩٩٢ واطلق عليه اسم (*SERVPERF*) الذي يعرف على أنه: نموذج يركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة، اعتماداً على الأبعاد الخمسة للجودة وهي: العناصر الملوسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، التعاطف. (صالح الدين، ٢٠١٦، ص ١٥).

وتم تطبيق هذا النموذج في عدة قطاعات خدمية منها المصارف، منها: نموذج الأداء الفعلي " سيرفيرف " لقياس جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبون (دراسة عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تيموشنت) فاطمة الزهراء بن يمينة وعثمان بوزيان، ٢٠١٨، الجزائر. ودراسة بعنوان (اثر رأس المال المصرفي

على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بولاية قسنطينة) إلهام نايلي وزهية لموشي، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، العدد ٢، ٢٠٢٠، الجزائر. دراسة بعنوان (جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، دياب ماهر أبو ميزر، ٢٠١٩).

٣- نموذج (*E-SERVQUAL*): نموذج تم تطويره لقياس جودة الخدمات الالكترونية من قبل (زيثمل..). وتم اعتماد اربعة ابعاد لقياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية وهم (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان). (دنورة، ٢٠١٩، ص ٣١).

٤- نموذج (*BANKSERV*): نموذج أنشأه (*Avkiran*) عام ١٩٩٤ لقياس جودة الخدمة المصرفية يتضمن ١٧ عنصر مقسمة على ٤ أبعاد وهي: سلوك الموظفين، المصداقية، الاتصال، الوصول إلى خدمات الصراف. (*EMORI & ACKAH. 2010. P18*).

٥- نموذج (*CARTER*): نموذج أنشأه (*Othman and Owen*) عام ٢٠٠١ لتطوير أداة لقياس جودة الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية في الكويت من خلال مراعاة عامل الامتثال للشريعة الإسلامية، ويتكون من ٦ أبعاد وهي: الامتثال للشريعة الإسلامية، الضمان، الموثوقية، التعاطف، الاستجابة. (*EMORI & ACKAH. 2010. P18*).

مما سبق يمكن القول بأن هناك نماذج عديدة لقياس جودة الخدمة المصرفية قد وضعها باحثين ومختصين في هذا المجال، إلا أنه لا يمكن تعميمها على كل المصارف والبلدان لأسباب عديدة أهمها اختلاف الثقافات واختلاف القطاع الخدمي من بيئة إلى أخرى .

## المبحث الثاني: المصارف الإسلامية

إن المصارف الإسلامية في ظل متطلبات العصر أصبحت ضرورة اقتصادية حتمية لكل مجتمع إسلامي يرفض التعامل بالربا ويرغب في تطبيق الشريعة الإسلامية وذلك بهدف تيسير التبادل والمعاملات وتيسير عملية الإنتاج وتعزيز طاقة رأس المال في إطار الشريعة الإسلامية. (الوادي – سمحان، ٢٠٠٩، ص ٤٠).

### أولاً: تعريف المصرف الإسلامي:

هناك عدة تعاريف لمفهوم المصرف الإسلامي ولعل أهمها ما يلي:

– عرفه الدكتور أحمد النجار رحمه الله الذي قام بتأسيس بنوك الادخار المحلية في مصر، البنوك الإسلامية: هي أجهزة مالية تستهدف التنمية وتعمل في إطار الشريعة الإسلامية وتلتزم بكل القيم الأخلاقية التي جاءت بها الشرائع السماوية وتسعى إلى تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع، وهي أجهزة تنمية اجتماعية مالية، حيث أنها تقوم بما تقوم به البنوك من وظائف في تيسير المعاملات التنموية، كما أنها تضع نفسها في خدمة المجتمع، وتستهدف تحقيق التنمية فيه، وتقوم بتوظيف أموالها بأرشد السبل بما يحقق النفع للمجتمع أولاً وقبل كل شيء، واجتماعية من حيث إنها تقصد في عملها وممارستها تدريب الأفراد على ترشيد الإنفاق وتدريبهم على الادخار ومعاونتهم في تنمية أموالهم بما يعود عليهم وعلى المجتمع بالنفع والمصلحة، هذا فضلاً عن الإسهام في تحقيق التكافل بين أفراد المجتمع بالدعوة إلى الزكاة وجمعها وإنفاقها في مصارفها الشرعية. (المغربي، ٢٠٠٤، ص

(٨٥).

– وعرفه المرسوم التشريعي السوري رقم ( ٣٥ ) سنة ٢٠٠٥ بشأن إحداث المصارف الإسلامية في سوريا على أنه: هو المصرف الذي يتضمن عقد تأسيسه ونظامه الأساسي التزاماً بممارسة الأعمال المصرفية المسموح بها على غير أساس الفائدة أخذاً أو عطاءً وفقاً لصيغ المعاملات المصرفية التي لا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية سواء في مجال قبول الودائع وتقديم الخدمات المصرفية الأخرى أم في مجال التمويل والاستثمار. (البقاعي، ٢٠١٤، ص ٧٠١).

### ثانياً: نشأة المصارف الإسلامية:

يعود ظهور المصارف الإسلامية في العالم على شكل محاولات لإحياء صيغ التمويل الإسلامي إلى عام ١٩٤٠ في ماليزيا حيث انشأت صناديق للادخار تعمل بدون فائدة (الوادي وسمحان، ص ٤٢)، ومن ثم في إحدى المناطق الريفية في باكستان عام ١٩٥٠ حيث أنشئت مؤسسة تستقبل الودائع من مالكي الأراضي لتقدمها بدورها للفقراء من المزارعين، دون أن يتقاضى أصحاب هذه الودائع أي عائد على ودائعهم، كما أن القروض المقدمة للمزارعين كانت دون عائد أيضاً، وإنما كانت المؤسسة تتقاضى أجور رمزية تغطي التكاليف الإدارية فقط. (العيفة، ٢٠٢١، ص ٥٠).

أما بالحديث عن نشأة المصارف الإسلامية وتأسيسها كمحاولات جادة على أرض الواقع حسب الترتيب الزمني من الأقدم فتعود لعام ١٩٦٣ حيث أنشأ الدكتور أحمد النجار بنوك الادخار المحلية في مصر (الوادي وسمحان، ٢٠٠٩، ص ٤٣ / العززي، ٢٠١٢، ص ١٢)، ثم توالى في هذا الفترة ظهور عدة مصارف إسلامية

آخري بصورة أكثر شمولية: أول بنك إسلامي عمومي بنك ناصر الاجتماعي في مصر ١٩٧١، أول بنك إسلامي دولي البنك الإسلامي للتنمية في جدة السعودية ١٩٧٥، بأول بنك إسلامي خاص بنك دبي الإسلامي عام ١٩٧٥ ويعد أول مصرف إسلامي مرخص ومتكامل، ثم في عام ١٩٧٧ أنشئ بنك فيصل الإسلامي المصري وبنك فيصل الإسلامي السوداني وبيت التمويل الكويتي في العام نفسه (العززي، ٢٠١٢، ص ١٣-١٤ / العيفة، ٢٠٢١، ص ٨٢-٨٣)، ثم في عام ١٨٧٩ أنشئ البنك الإسلامي الأردني على يد الدكتور سامي حسن حمود والذي انضم إلى مجموعة البركة المصرفية في عام ٢٠١٠ دون تغيير اسمه (العيفة، ٢٠٢١، ص ٨٣)، وأيضاً بنك البحرين الإسلامي في العام نفسه، وعام ١٩٧٩ تم انشاء البنك الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية في مصر (العززي، ٢٠١٢، ص ١٥)، وتلى هذه المرحلة مرحلة أخرى أكثر تطوراً وانتشاراً للمصارف الإسلامية حول العالم حيث قامت الباكستان بتحويل نظامها البنكي بأكمله ليتماشى مع تعاليم الإسلام عام ١٩٨١ وأنشئ دار المال الإسلامي في سويسرا والمصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية في مصر وبنك إسلام ماليزيا وبنك البركة الدولي المحدود في لندن في العام نفسه، ثم عام ١٩٨٢ أنشئ بنك كبريس الإسلامي في قبرص والذي يعد بنكاً نموذجياً وأنشئ أيضاً مصرف فيصل الإسلامي البحريني في البحرين، ثم عام ١٩٨٣ أنشئ المصرف الإسلامي الدولي في الدنمارك وايضاً بيت التمويل السعودي التونسي الذي انضم لمجموعة البركة المصرفية عام ٢٠٠٩ وغير اسمه إلى " بنك البركة - تونس " (العيفة، ٢٠٢١، ص ٨٤) ومن

ثم عام ١٩٨٥ أنشئ بنك فيصل الإسلامي التركي وشركة ترست الاستثمارية في الصين والبنك الإسلامي العربي الإفريقي في الباهاماس وأيضاً بنك فيصل الإسلامي في الباهاماس، وتابعت المصارف الإسلامية انتشارها وتوسعها في البلدان العربية والعالم إلى يومنا هذا حيث قدر عدد المؤسسات المالية الإسلامية بأكثر من ٢٠٠٠ مؤسسة حول العالم منها المصارف الإسلامية، وتجاوز عدد المصارف الإسلامية في البلدان العربية ١٧٠ مصرف إسلامي. (العيفة، ٢٠٢١، ص ٨٥).

أيضاً إلى جانب نشأة المصارف الإسلامية وتطورها شهد العالم قيام بعض الحكومات الإسلامية بتتغير نظامها البنكي ليتوافق مع تعاليم الإسلام مثل الباكستان ١٩٨١ وفي إيران ١٩٨١ أيضاً وفي السودان عام ١٩٨٥. (زعتري، ٢٠٠٠، ص ٣٣-٣٤).

### ثالثاً: نشأة المصارف الإسلامية في سورية:

ظهرت المصارف الإسلامية في الجمهورية العربية السورية في وقت متأخر عن باقي البلدان العربية حيث أسست بموجب مرسوم رقم (٣٥) عام (٢٠٠٥) الذي جاء عقب إصدار مرسوم رقم (٢٨) عام (٢٠٠١) القاضي بتأسيس المصارف الخاصة في سوريا، وكانت بداية المصارف الإسلامية في سورية ل " بنك الشام " الذي باشر عمله في عام (٢٠٠٧) الشهر الثامن بشراكة استراتيجية مع المصرف التجاري الكويتي، ومن ثم تلاه " بنك سوريا الدولي الإسلامي " في العام نفسه ولكن بالشهر التاسع بشراكة استراتيجية مع بنك قطر الدولي الإسلامي، ليظهر بعدها " بنك البركة " ويباشر عمله في عام ٢٠١٠ الشهر السادس بشراكة استراتيجية مع

مجموعة البركة المصرفية في البحرين ليبلغ عدد المصارف الإسلامية في سوريا ثلاث مع مصارف، ويضاف إليها مصرف قيد التأسيس كانت نشرة إصداره في عام ٢٠٢١ الشهر الثامن تحت إسم " البنك الوطني الإسلامي ". ( موقع سوق دمشق للأوراق المالية، [www.dse.gov.sy](http://www.dse.gov.sy) )

#### رابعاً: خصائص المصارف الإسلامية:

تنفرد المصارف الإسلامية بعدة خصائص تميزها عن المصارف التقليدية، ولعل أهم ما يميز المصارف الإسلامية عن المصارف التقليدية ما يلي: ( الهيتي، ١٩٨٨، ص

١٩٣-١٩٤ ) ( العززي، ٢٠١٢، ١٩-٢٠ )

- ١ . استبعاد التعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً .
- ٢ . توجيه كل الجهد نحو الاستثمار الحلال .
- ٣ . ربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية .
- ٤ . تجميع الأموال المعطلة ودفعها إلى مجال الاستثمار الحقيقي دون مخالفة الخالق عز وجل .
- ٥ . تيسير وتنشيط حركة التبادل التجاري بين الدول الإسلامية فيما بينها أو بين الدول الإسلامية ودول العالم .
- ٦ . إحياء نظام الزكاة .
- ٧ . المساهمة في إحياء ونشر فقه المعاملات .
- ٨ . عدم إسهام هذه المصارف وتأثرها المباشر فيما يطرأ على النقد من تضخم .

#### خامساً: أهداف المصارف الإسلامية:

تسعى المصارف الإسلامية إلى تحقيق جملة من الأهداف ولعل أهمها ما يلي:  
(العيفة، ٢٠٢١، ص ٨٩)

- تحقيق الربح
- تحقيق الأمان
- تحقيق النمو
- تحقيق التكافل الاجتماعي .

سادساً: أوجه التشابه والاختلاف بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية:  
تشابه المصارف الإسلامية في بعض النقاط وتختلف عنها إختلافاً كبيراً، فمن حيث التشابه نجد كلاً من المصرف الإسلامي والمصرف التقليدي يتشاركان إسم " المصرف " أو " البنك " وكلاهما يقوم عمله على مبدأ الوساطة المالية من خلال تجميع الموارد المالية وتوظيفها، أيضاً كلاً من المصرفين يهدف إلى تحقيق الربح والنمو وتحقيق التنمية الاقتصادية في المجتمع، أيضاً نجد كلاً المصرفين يخضعان لرقابة البنك المركزي ويتقيدان بالقرارات والتعليمات الصادرة عنه، إلى جانب ذلك نجد أيضاً كلاً من المصرفين الإسلامي والتقليدي يقوم بتقديم الخدمات المصرفية كالحسابات الجارية، والتحويلات النقدية، وتأجير الخزن الحديدية وخدمات الدفع الالكتروني والصراف الآلي وغيرها من الخدمات التي لا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية.

من جانب آخر نجد هناك نقاط جوهرية تشكل الفارق بين المصرف الإسلامي والتقليدي ولعل أهمها باختصار موضح بالجدول رقم (١):

المصرف التقليدي	المصرف الإسلامي
المال للإيجار (المال يولد مال)	المال للاستثمار وليس للإيجار
الفائدة المحددة مسبقاً أساس تعامله	لا يتعامل بالفائدة أخذاً أو عطاءً
يتحقق العائد من خلال الفرق بين الفائدة الدائنة والمدينة	يتحقق العائد من خلال توظيف الأموال وتشغيلها وفقاً لمبادئ الإسلام
يخضع لرقابة البنك المركزي فقط	يخضع لرقابة البنك المركزي، ولهيئة الرقابة الشرعية الموجودة ضمن هيكله التنظيمي
لا يهتم بالأنشطة التكافلية	يهتم بالأنشطة التكافلية (صندوق الزكاة، صدقات)
أساليب التمويل فيه تساهم بالتضخم	أساليب التمويل فيه تحد من التضخم
المصرف ضامن للربح من خلال تحديده مسبقاً	المصرف لا يضمن الربح
لا يهتم إن كان المشروع مخالف للشريعة الإسلامية	لا يدخل في مشاريع تخالف الشريعة الإسلامية
يصدر أسهم ممتازة	لا يصدر أسهم ممتازة
يستطيع الإقتراض من البنك المركزي	لا يستطيع الإقتراض من البنك المركزي
يقوم بتقديم كافة الخدمات المصرفية	يقوم بتقديم الخدمات المصرفية التي لا تخالف الشريعة الإسلامية
لا يراعي حالة المدين إن كان معسراً	يراعي حالة المدين إن كان معسراً

الجدول ( ١ ) المصدر: من إعداد الباحث، انظر: ( العيفة، ص ١٠٨-١٠٩، ٢٠٢١ )

### سابعاً: مصادر الأموال في المصارف الإسلامية:

تقسم مصادر الأموال في المصارف الإسلامية إلى قسمين هما:

- ١- المصادر الداخلية: تشمل على حقوق المساهمين ( رأس المال والاحتياطيات والأرباح المرحلة )، والمخصصات، وبعض المصادر الأخرى كالتحويل من المساهمين على ذمة زيادة رأس المال، والقروض الحسنة من المساهمين.



٢- خدمات مصرفية غير تمويلية: الحسابات الجارية، الحسابات الاستثمارية، حسابات التوفير، الاعتمادات المستندية، خطابات الضمان، خدمات قائمة على الأوراق المالية، الحوالات، تأجير الخزن الحديدية، إدارة الممتلكات والوصايا والتركات، الشيكات السياحية.

٣- خدمات مصرفية الكترونية: البطاقات المصرفية، تسديد فواتير والتزامات العملاء، الحوالات المصرفية الالكترونية، الصراف الآلي، تطبيق الموبايل، خدمات نقاط البيع، الانترنت المصرفي، خدمات مصرفية هاتفية.

٤- خدمات استثمارية: دراسة الجدوى، الاستشارات المالية والإدارية، الترويج للمشروعات الاقتصادية.

٥- خدمات التكافل الاجتماعي: القرض الحسن، صندوق الزكاة، نشر الوعي المصرفي الإسلامي، إنشاء المنظمات الدينية.

## المبحث الثالث: الإطار العملي

سيقوم الباحث في هذا المبحث بالتعريف بالمصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية من خلال تقديم لمحة مبسطة عنها على كونها محل الدراسة، والقيام بالتحليل اللازم للبيانات التي استخرجها من عينة البحث والتي هي عملاء المصارف محل الدراسة.

### لمحة عن المصارف الإسلامية السورية

١- بنك سورية الدولي الإسلامي (SIIB): تم تأسيس المصرف في عام ٢٠٠٦ كشركة مساهمة مغلقة خاصة وبدأ المصرف في تقديم خدماته وأعماله المصرفية عام ٢٠٠٧ من خلال فرعين مصرفيين وبراءات ليرة سورية ليصل اليوم إلى ٣١ فرع منتشرين في أرجاء الجمهورية العربية السورية وبراءات ١٥ مليار ليرة سورية بعد ٧ زيادات كان آخرها عام ٢٠١٩ ليكون أول مصرف إسلامي سوري يحقق متطلبات القانون رقم ٣ لعام ٢٠١٠ القاضي برفع زيادة رأسمال المصارف الإسلامية السورية إلى ١٥ مليار كحد أدنى ويعد البنك من أكبر البنوك الخاصة في سورية من حيث عدد المساهمين وعدد الأفرع، ويقوم المصرف بتقديم كافة الخدمات المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية إلى جانب مساهمته في عملية التنمية الاقتصادية في سورية، ومن الجدير بالذكر أن المصرف قد حصد خلال مسيرته على عدة جوائز محلية وعربية وعالمية، ففي عام ٢٠١٠ حصل على جائزة (World Finance) كأفضل مزود للتمويل السكني، تلاها عام

٢٠١١ جائزة أفضل بنك إسلامي في سورية صادرة عن مجلة (*Islamic Finance News*)، وفي عام ٢٠١٥ حصل البنك على شهادة الجودة العالمية (*ISO 9001:2008*) ممنوحة من شركة *SGS* العالمية، وفي عام ٢٠١٧ حصل المصرف على جائزة الريادة في التطور والنمو من قبل اتحاد المصارف العربية وفي العام نفسه حصل على جائزة أفضل مزود للخدمات المصرفية الإسلامية في سورية مقدمة من مجلة (*Acquisition International Magazine*) وفي عام ٢٠٢١ حصل البنك على جائزتين من مجلة انترناشيونال فايننس كأفضل بنك إسلامي في سورية وكأفضل تطبيق موبايل بنكي في سورية. (موقع بنك سورية الدولي الإسلامي، [www.siib.sy](http://www.siib.sy)).

٢- بنك البركة (*BBSY*): أسس المصرف في عام ٢٠٠٩ وبدأ العمل في عام ٢٠١٠ كأحد مصارف مجموعة البركة المصرفية وهي شركة مساهمة عامة بحرينية ذات مركز ريادي في مجال الصيرفة الإسلامية في البلدان العربية والعالم واسس برأسمال ١٥ مليار ليرة سورية ولدى المصرف اليوم ١٦ فرع منتشرين في أنحاء الجمهورية العربية السورية يقوم من خلالها بتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية وحصد المصرف خلال مسيرته على عدة جوائز أهمها جائزة غلوبال فاينانس كأفضل بنك إسلامي في سورية للعام ٢٠١٥، شهادة (*ISO:26000*) في المسؤولية الاجتماعية، شهادة المواصفات القياسية للجودة (*ISO 9001:2015*) من قبل شركة *SGS* العالمية، جائزتي مؤسسة (*CPI Financial*) كأفضل مصرف إسلامي في سورية وأفضل

مؤسسة مالية ملتزمة في المسؤولية المجتمعية للعام ٢٠١٧، جائزة البنك الإسلامي الأكثر إبداعاً في سورية وفقاً لمجلة (*International Financial Magazine*)، ٢٠١٨، جائزة (*CPI Financial*) كأفضل مصرف في مجال مبادرة التنمية المستدامة في الشرق الأوسط ٢٠١٩. (موقع بنك البركة، [www.albaraka.com.sy](http://www.albaraka.com.sy)).

٣- بنك الشام (*CHB*): تأسس بنك الشام في عام ٢٠٠٦ برأسمال قدره ٩ مليارات ليرة سورية وفي تاريخ ١٨ / ٩ / ٢٠٢٢ قام البنك بزيادة رأسماله ليصبح ١٠ مليارات ليرة سورية، ويعتبر أول مصرف إسلامي في سورية إذ يفصله عن تأسيس بنك سوريا الدولي الإسلامي بضعة أشهر، ويمتلك المصرف ١٣ فرع منتشرين في أرجاء الجمهورية العربية السورية يقوم من خلالها بتقديم مختلف الخدمات والأعمال المصرفية التي تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية ونال بنك الشام أيضاً شهادة الجودة العالمية (*ISO 9001:2015*)، وجائزة أفضل مصرف إسلامي في سورية ٢٠١٦. (موقع بنك الشام، [www.chambank.com](http://www.chambank.com)).

## تحليل البيانات

١- أسلوب الدراسة وأداتها: اعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان للحصول على البيانات الأولية اللازمة لغرض الدراسة حيث تم تصميم الاستبيان بالاستفادة من الدراسات السابقة الواردة في البحث، وتم توزيعها على عينة عشوائية من عملاء المصارف الإسلامية السورية للتعرف على مستوى جودة

الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية السورية من وجهة نظر عملائها، وقد تم إنشاء الاستبيان إلكترونياً بالاعتماد على موقع (google drive) لملائمته لغرض الدراسة، حيث تم نشره عبر عدة مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالصيرفة والاقتصاد في سورية، واكتفى الباحث عند العدد ٢٤٦ استبيان وتوقف عن قبول الردود، وعند مراجعة الاستبيانات وتدقيقها تبين أن هناك ١٢ استبيان غير صالحين للتحليل، ليكون عدد الاستبيانات التي خضعت للتحليل ٢٣٤ استبيان كما هو موضح في الجدول رقم (٢):

المصرف	الاستبيانات الواردة	الاستبيانات المستبعدة	الاستبيانات الصالحة للتحليل
بنك سورية الدولي الإسلامي	81	3	78
بنك البركة	81	3	78
بنك الشام	84	6	78
المجموع	246	12	234

الجدول (٢) المصدر: من إعداد الباحث

وتم تصميم الاستبيان وفق نموذج (SERVPERF) الذي يقوم على قياس الخدمة الفعلية بأبعاده (الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، الاهتمام) إلى جانب محور رضا العملاء لقياس مدى رضا العملاء عن الخدمة التي تقدمها المصارف محل الدراسة، ووجه الاستبيان إلى عملاء المصارف الإسلامية السورية من خلال نشره عبر العديد من المجموعات الخاصة في الصيرفة والاقتصاد في سورية، واحتوى الاستبيان على ٤ أسئلة خاصة بالعوامل الديموغرافية لمعرفة

خصائص عينة البحث، إلى جانب ٢٤ عبارة لقياس جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء عنها، وتم تقسيمها كما هو موضح في الجدول رقم (٣) :

عدد العبارات	الاستبيان
3	بعد الملموسة
5	بعد الاعتمادية
3	بعد الاستجابة
5	بعد الأمان
3	بعد الاهتمام
5	محور رضا العملاء
24	المجموع

الجدول (٣) المصدر: من إعداد الباحث

واشتمل الاستبيان على ثلاث محاور رئيسية:

١- المحور الأول: يتكون من الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة ويحتوي على ٤ أسئلة (الجنس، المؤهل العلمي، المهنة، اسم المصرف).

٢- المحور الثاني: يتكون من ١٩ عبارة تعكس آراء عينة الدراسة حول جودة المصرفية، وتم تقسيم المحور إلى أبعاد جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج (*SERVPERF*) على الشكل التالي: الملموسة: ٣ عبارات، الاعتمادية: ٥ عبارات، الاستجابة: ٣ عبارات، الأمان: ٥ عبارات، الاهتمام: ٣ عبارات.

٣- المحور الثالث: يتضمن ٥ عبارات تعكس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية.

وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي الأكثر شيوعاً للإجابة على العبارات الواردة في الاستبيان كما موضح في الجدول رقم ( ٤ )

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الرمز	5	4	3	2	1

الجدول ( ٤ ) المصدر: من إعداد الباحث

وتم تقدير المتوسط المرجح لإجابة أفراد العينة وفق مقياس ليكرت الخماسي على الشكل التالي:

طول الفئة = درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا ÷ عدد فئات مقياس ليكرت، أي ( ١ - ٥ ) ÷ ٥ = ٠.٨

وعلى ما سبق تم تحديد المجالات الموضحة بالجدول رقم ( ٥ ):

الدرجة التقديرية	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	1 - 1.80
غير موافق	1.81 - 2.60
محايد	2.61 - 3.40
موافق	3.41 - 4.20
موافق بشدة	4.21 - 5

الجدول ( ٥ ) المصدر: من إعداد الباحث

٢- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أ - معامل الفا كرونباخ: لمعرفة صدق أداة الدراسة والاتساق الداخلي لمحتوياتها.

ب - النسب المئوية والتكرارات: وذلك لوصف مجتمع وعينة الدراسة.

ج - المتوسط الحسابي : وذلك لمعرفة تقييم العملاء لجودة الخدمة الفعلية المقدمة .  
 د - الانحراف المعياري : وذلك لقياس مدى تجانس إجابات العينة وتشتتها عن متوسط إجاباتهم .

ه - اختبار *One Sample T Test* : وذلك للتعرف على الدلالة

الإحصائية لأداة الدراسة بعباراتها وأبعادها كافة .

٣- صدق أداة الدراسة وثباتها :

الصدق الظاهري : قام الباحث بالتأكد من الصدق الظاهري للأداة من خلال عرضها على الدكتور المشرف وتم الأخذ بجميع ملاحظاته وتعديل عدد من عبارات الاستبيان لتناسب بشكل أفضل مع موضوع الدراسة .

ثبات الأداة : للتأكد من ثبات أداة الدراسة ( الاستبيان ) قام الباحث بإجراء اختبار الفا كرونباخ للاستبيان ككل ، وكل بعد على حدة وكانت النتائج كما هو موضح بالجدول رقم ( ٦ ) :

عدد العبارات	النسبة	
3	60.9%	بعد الملموسة
5	77.5%	بعد الاعتمادية
3	79.1%	بعد الاستجابة
5	84.4%	بعد الأمان
3	61.7%	بعد الاهتمام
5	84.2%	محور رضا العملاء
24	94.2%	معامل الفا كرونباخ للاستبيان

الجدول (٦) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول السابق نجد أن نتائج الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ككل وفق مقياس (*Cronbach's alpha*) هي (٩٤.٢٪) وهي نسبة عالية وتؤهل البيانات إلى الخضوع للتحليل لأنها أعلى من النسبة المقبولة (٦٠٪).

٤- التحليل الإحصائي الوصفي:

أ- العوامل الديموغرافية: يهدف هذا الجزء إلى حساب التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة (الجنس، المؤهل العلمي، المهنة).

حيث تم توضيح التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة في الجدول رقم (٧):

النسبة المئوية	التكرار	خصائص العينة	
59%	138	ذكر	الجنس
41%	96	أنثى	
100%	234	المجموع	
14.1%	33	ثانوي	المؤهل العلمي
56.4%	132	جامعي	
24.4%	57	ماجستير	
5.1%	12	دكتوراة	
100%	234	المجموع	
14.1%	33	قطاع عام	المهنة
56.4%	132	قطاع خاص	
21.8%	51	أعمال حرة	
7.7%	18	متقاعد	

100%	234	المجموع	المصرف
33.3%	78	بنك سوريا الدولي الإسلامي	
33.3%	78	بنك البركة	
33.3%	78	بنك الشام	
100%	234	المجموع	

الجدول (٧) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

يتضح من نتائج التحليل الوصفي بالنسبة للعوامل الديموغرافية لعينة الدراسة والتي

تمثل عملاء المصارف الإسلامية السورية:

١- الجنس: إن نسبة الذكور هي ٥٩٪ من عينة الدراسة، في حين نسبة الإناث

٤١٪ وقد يعود الحجم الكبير لنسبة الإناث هو زيادة فعالية دور المرأة في المجتمع

السوري ودخولها أكثر إلى سوق العمل.

٢- المؤهل العلمي: إن نسبة الحاصلين على الشهادة الثانوية من مجمل أفراد العينة

هو ١٤.١٪، في حين نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس هي ٥٦.٤٪، أما

الحاصلين على درجة الماجستير فكانت نسبتهم ٢٤.٤٪ من العينة، في حين كانت

نسبة الحاصلين على درجة الدكتوراة هي ٥.١٪ فقط. وهذا يدل على أن النسبة

الكبيرة من عملاء المصارف الإسلامية السورية هم من الحاصلين على الشهادة

الجامعية، ومن ثم الحاصلين على درجة الماجستير، ومن ثم الشهادة الثانوية، في

حين النسبة الأقل هي ممن يحملون درجة الدكتوراة.

٣- العمل: إن نسبة العاملين في القطاع العام من إجمالي عينة الدراسة هو ١٤.١٪

المتماثلة مع نسبة الحاصلين على الشهادة الثانوية، في حين أن نسبة العاملين في

القطاع الخاص هي ٥٦.٤٪ وقد يفسر الحجم الكبير لهذه النسبة من عينة الدراسة هو الزيادة الحاصلة مؤخراً في أعداد الشركات الخاصة التي تمارس أعمالها ضمن أراضي الجمهورية العربية السورية، أما نسبة الذين يمارسون الأعمال الحرة هي ٢١.٨٪، في حين نسبة المتقاعدين من عينة الدراسة هي ٧.٧٪ فقط.

## تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية في

### المصارف الإسلامية السورية

١- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة عملاء بنك سورية الدولي الإسلامي :

أ - تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعدها الملموسة في الجدول التوضيحي رقم (٨) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
1	اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف	3.77	.852	.000	موافق
2	أرى أن موظفي المصرف يتمتعون باللباقة والمظهر اللائق	3.69	.916	.000	موافق
3	أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات	4.04	.591	.000	موافق
	بعدها الملموسة	3.8333	.46756	.000	موافق

الجدول (٨) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الملموسة كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٨٣٣٣) والانحراف المعياري (٠.٤٦٧٦)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات " بمتوسط حسابي (٤.٠٤) وانحراف معياري (٠.٥٩١) ما يدل على اهتمام إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي بالعناصر المادية الملموسة عند تقديمه خدماته المصرفية، في حين حصلت عبارة " أرى أن موظفي المصرف يتمتعون باللباقة والمظهر اللائق " على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٦٩) وانحراف معياري (٠.٩١٦).

ب - تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الاعتمادية موضحة في

الجدول التوضيحي رقم (٩):

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
4	يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية	3.96	.654	.000	موافق
5	يتميز موظفو المصرف بالدقة والمهارة عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.73	.817	.000	موافق
6	تتميز الخدمات التي يقدمها المصرف بالجودة	3.88	.581	.000	موافق
7	اثق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية أكثر من الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية	3.73	.989	.000	موافق
8	تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي	3.62	.886	.000	موافق
	بعد الاعتمادية	3.7846	.61392	.000	موافق

الجدول (٩) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الاعتمادية كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي ( ٣.٧٨٤ ) والانحراف المعياري ( ٠.٦١٣ )، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي ( ٣.٩٦ ) وانحراف معياري ( ٠.٦٥٤ ) ما يدل على اهتمام إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي بالالتزام بتقديم الخدمات المصرفية إلى جانب الوفاء بالوعود الممنوحة للعملاء، في حين حصلت عبارة " تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي " على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي ( ٣.٦٢ ) وانحراف معياري ( ٠.٨٨٦ ) الأمر الذي يدل على أن جودة الخدمة المدركة أقل من جودة الخدمة المتوقعة بالنسبة لعملاء بنك سورية الدولي الإسلامي .

ج - تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الاستجابة في الجدول التوضيحي رقم ( ١٠ ) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
9	إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة	3.58	.974	.000	موافق
10	زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب	3.58	1.087	.000	موافق
11	يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية	3.65	1.042	.000	موافق
	بعد الاستجابة	3.6026	.87297	.000	موافق

الجدول ( ١٠ ) المصدر : من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الاستجابة كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٦٠) والانحراف المعياري (٠.٨٧٢٩)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي (٣.٦٥) وانحراف معياري (١.٠٤)، في حين حصلت عبارة " زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء " على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٥٨) وانحراف معياري (١.٠٨٧) الأمر الذي من شأنه إيجاد حلول من قبل إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي خاصة في تخفيف الازدحام وزيادة سرعة الاستجابة في تقديم خدماتها المصرفية للعملاء، وقد تكون الخدمات الإلكترونية التي تقدمها في الآونة الأخيرة من شأنها تحسين مستوى سرعة الاستجابة لديها .

د - تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعد الأمان في الجدول التوضيحي رقم (١١) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
12	أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء	3.46	1.125	.001	موافق
13	يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء	4.23	.424	.000	موافق جدًا
14	المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في التعامل معه	4.00	.624	.000	موافق

موافق	.000	.946	3.96	تكونت لدي صورة إيجابية تجاه المصارف الإسلامية بعد الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يقدمها	15
موافق جداً	.000	.701	4.23	يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة	16
موافق	.000	.59955	3.9769	بعد الأمان	

الجدول (١١) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعده الأمان كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٩٧) والانحراف المعياري (٠.٥٩٩)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء" بمتوسط حسابي (٤.٢٣) وانحراف معياري (٠.٤٢٤)، وتلتها عبارة "يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة" بمتوسط حسابي مماثل وانحراف معياري (٠.٧٠١) في حين حصلت عبارة "أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء" على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٤٦) وانحراف معياري (١.١٢٥) الأمر الذي من شأنه إيجاد حلول من قبل إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي لتخفيض الأسعار التي تطلبها لقاء تقديمها للخدمات المصرفية للعملاء وخاصة الخدمات المصرفية التمويلية كالمربحة.

٥ - تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعده الاهتمام في الجدول الوضحي رقم (١٢):

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
17	أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء	3.85	.823	.000	موافق
18	اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية	4.04	.904	.000	موافق
19	أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة	4.15	.666	.000	موافق
	بعد الاهتمام	4.0128	.57721	.000	موافق

الجدول (١٢) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لبعده الاهتمام كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٤.٠١) والانحراف المعياري (٠.٥٧٧)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة " بمتوسط حسابي (٤.١٥) وانحراف معياري (٠.٦٦٦)، وتلتها عبارة " اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي (٤.٠٤) وانحراف معياري (٠.٩٠٤) ثم تلتها عبارة " أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء " بمتوسط حسابي (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٨٢٣) الأمر الذي يدل على أن إدارة بنك سوريا الدولي الإسلامي تولي الكثير من الاهتمام بالعملاء، إلى جانب ذلك قد يكسبها الزيادة في ساعات عملها المزيد من رضا عملائها.

و- تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لمحور رضا العملاء في الجدول التوضيحي رقم (١٣):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
20	أرى أن المصرف يهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء	3.77	.701	.000	موافق
21	الخدمات التي يقدمها المصرف تحقق حاجات العملاء	3.96	.654	.000	موافق
22	إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف	4.15	.774	.000	موافق
23	تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية	4.23	.643	.000	موافق جداً
24	أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف	3.88	.980	.000	موافق
	محور رضا العملاء	4.0000	.58287	.000	موافق

الجدول (١٣) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي لمحور رضا العملاء كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٤.٠) والانحراف المعياري (٠.٥٨٢٨)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية" بمتوسط حسابي عالي جداً (٤.٢٣) وانحراف معياري (٠.٦٤٣)، وتلتها عبارة "إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف" بمتوسط حسابي (٤.١٥) وانحراف معياري (٠.٧٧٤) في حين

حصلت عبارة " أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف " على متوسط حسابي ( ٣.٨٨ ) وانحراف معياري ( ٠.٩٨٠ ) .

## تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك البركة

أ - تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الملموسة في الجدول التوضيحي رقم ( ١٤ ) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
1	اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف	3.31	1.209	.028	متوسطة
2	أرى أن موظفي المصرف يتمتعون باللباقة والمظهر اللائق	3.96	.860	.000	موافق
3	أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات	4.04	.654	.000	موافق
	بعء الملموسة	3.7692	.72536	.000	موافق

الجدول ( ١٤ ) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الملموسة كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي ( ٣.٧٦٩ ) والانحراف المعياري ( ٠.٧٢٥ ) ، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات " بمتوسط حسابي مماثل لإجابات بنك سورية الدولي الإسلامي ( ٤.٠٤ ) وانحراف معياري أعلى ( ٠.٦٥٤ ) ما يدل على اهتمام إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك البركة بالعناصر المادية الملموسة ذات التقنية العالية

عند تقديمه خدماته المصرفية، في حين حصلت عبارة " اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف " على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي متوسط ( ٣.٣١ ) وانحراف معياري ( ١.٢٠٩ ) الأمر الذي من شأنه أن يجعل إدارة بنك البركة تولي اهتماماً أكبر في تسويق خدماتها المصرفية وخاصة من قبل قسم خدمة العملاء لديها .

ب - تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاعتمادية في الجدول التوضيحي رقم (١٥) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
4	يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية	4.04	.591	.000	موافق
5	يتميز موظفو المصرف بالدقة والمهارة عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.92	.477	.000	موافق
6	تتميز الخدمات التي يقدمها المصرف بالجودة	4.04	.340	.000	موافق
7	اثق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية أكثر من الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية	3.69	.827	.000	موافق
8	تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي	3.65	1.215	.000	موافق
	بعء الاعتمادية	3.8692	.44643	.000	موافق

الجدول (١٥) المصدر من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاعتمادية كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي ( ٣.٨٦ ) والانحراف المعياري ( ٠.٤٤٦ )، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " تتميز الخدمات التي يقدمها المصرف بالجودة "

بمتوسط حسابي ( ٤.٠٤ ) وانحراف معياري منخفض ( ٠.٣٤٠ )، في حين حصلت عبارة " تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي " على المستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي ( ٣.٦٥ ) وانحراف معياري ( ١.٢١٥ ) ما يدل على أن الخدمات المصرفية لبنك البركة التي يقدمها لعملائه تمتاز بالجودة ولكن بدرجة أقل من توقعاتهم .

ج - تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاستجابة في الجدول التوضيحي رقم (١٦) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
9	إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة	3.54	.935	.000	موافق
10	زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء	3.50	.894	.000	موافق
11	يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية	3.58	1.013	.000	موافق
	بعء الاستجابة	3.5385	.78996	.000	موافق

الجدول (١٦) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاستجابة كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي ( ٣.٥٣٨ ) والانحراف المعياري ( ٠.٧٨٩ )، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي ( ٣.٥٨ ) وانحراف معياري ( ١.٠١ )، في حين حصلت عبارة " زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب

للعملاء " على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي ( ٣.٥ ) وانحراف معياري ( ٠.٩٨٤ ) الأمر الذي من شأنه إيجاد حلول من قبل إدارة بنك البركة خاصة في زيادة سرعة الاستجابة في تقديم خدماتها المصرفية .

د - تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الأمان في الجدول التوضيحي رقم (١٧) :

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
12	أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء	3.73	.907	.000	موافق
13	يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء	4.19	.685	.000	موافق
14	المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في	4.12	.806	.000	موافق
15	تكونت لدي صورة إيجابية تجاه المصارف الإسلامية بعد الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يقدمها	3.81	.884	.000	موافق
16	يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة	4.31	.778	.000	موافق جداً
	بعء الأمان	4.0308	.61587	.000	موافق

الجدول (١٧) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الأمان كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي ( ٤.٠٣ ) والانحراف المعياري ( ٠.٦١٥ )، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة " بمتوسط حسابي عالي ( ٤.٣١ ) وانحراف معياري ( ٠.٧٧٨ )، وتلتها عبارة " يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء " بمتوسط حسابي ( ٤.١٩ )

وانحراف معياري (٠.٦٨٥)، وتلتها عبارة "المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في التعامل معه" بمتوسط حسابي (٤.١٢) وانحراف معياري (٠.٨٠٦)، في حين حصلت عبارة "أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء" على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٧٣) وانحراف معياري (٠.٩٠٧)

د - تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاهتمام في الجدول التوضيحي رقم (١٨):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
17	أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء	3.96	.904	.000	موافق
18	اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.69	.958	.000	موافق
19	أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة	4.08	.734	.000	موافق
	بعء الاهتمام	3.9103	.59258	.000	موافق

الجدول (١٨) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك البركة لبعء الاهتمام كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٩١) والانحراف المعياري (٠.٥٩٢)، وكان التقييم الأعلى لعبارة "أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة" بمتوسط حسابي (٤.٠٨) وانحراف معياري (٠.٧٣٤) في حين حصلت عبارة "اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية" على التقييم الأدنى في بعء الاهتمام بمتوسط حسابي

(٣.٦٩) وانحراف معياري (٠.٩٥٧)، الأمر الذي من شأنه إيجاد حلول من قبل إدارة بنك البركة خاصة في زيادة وعي الموظفين للاهتمام بشكل أكبر بالعملاء.

د - تقييم أفراد عينة بنك البركة لمحور رضا العملاء في الجدول التوضيحي رقم (١٩):

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
20	أرى أن المصرف مهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء	4.12	.509	.000	موافق
21	الخدمات التي يقدمها المصرف تحقق حاجات	3.73	.446	.000	موافق
22	إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف	4.35	.621	.000	موافق جداً
23	تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية	4.12	1.019	.000	موافق
24	أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف	3.62	.970	.000	موافق
	محور رضا العملاء	3.9846	.45672	.000	موافق

الجدول (١٩) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية البركة لمحور رضا العملاء كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٩٨) والانحراف المعياري (٠.٤٥٦)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف" بمتوسط حسابي عالي جداً (٤.٣٥) وانحراف معياري (٠.٦٢١)، وتلتها عبارة

" أرى أن المصرف يهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء " بمتوسط حسابي (٤.١٢) وانحراف معياري (٠.٥٠٩) في حين حصلت عبارة " أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف " على التقييم الأدنى في محور رضا العملاء بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وانحراف معياري (٠.٩٧٠) الأمر الذي من شأنه تنبيه إدارة بنك البركة بزيادة الاهتمام في تدريب وتأهيل موظفيه وخاصة موظفي الخطوط الأمامية لزيادة الاهتمام بالعملاء وتحقيق شعوره بالرضا.

## تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك الشام

أ- تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعدها الملموسة في الجدول التوضيحي رقم (٢٠):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
1	اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف	3.42	1.284	.005	متوسطة
2	أرى أن موظفي المصرف يتمتعون باللباقة والمظهر اللائق	3.81	.838	.000	موافق
3	أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات	3.96	1.062	.000	موافق
	بعد الملموسة	3.7308	.88283	.000	موافق

الجدول (٢٠) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعدها الملموسة كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٧٣) والانحراف المعياري (٠.٨٨٢)، في

حين كان التقييم الأعلى لعبارة " أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات " بمتوسط حسابي ( ٣.٩٦ ) وانحراف معياري ( ١.٠٦٢ ) ما يدل على اهتمام إدارة بنك الشام أيضاً بالعناصر المادية الملموسة ذات التقنية العالية عند تقديمه خدماته المصرفية، في حين حصلت عبارة " اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف " على المستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي ( ٣.٤٢ ) وانحراف معياري ( ١.٢٤٨ ) ودلالة  $T$  الإحصائية ( ٠.٠٠٥ ) أي بدرجة متوسط، الأمر الذي من شأنه أن يجعل إدارة بنك الشام تولي اهتماماً أكبر في تسويق خدماتها المصرفية وخاصة من قبل قسم خدمة العملاء لديها على اعتبار أن مقدم الخدمة المصرفية هو العنصر الرئيسي في تسويقها.

ب- تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعد الاعتمادية في الجدول التوضيحي رقم

( ٢١ ) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
4	يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية	3.77	.852	.000	موافق
5	يتميز موظفو المصرف بالدقة والمهارة عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.92	.679	.000	موافق
6	تتميز الخدمات التي يقدمها المصرف بالجودة	3.65	.965	.000	موافق
7	اثق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية أكثر من الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية	4.00	.684	.000	موافق
8	تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي	3.58	.933	.000	موافق

موافق	.000	.66275	3.7846	بعد الاعتمادية
-------	------	--------	--------	----------------

الجدول (٢١) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعدها الاعتمادية كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٧٨) والانحراف المعياري (٠.٦٦٢)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "اثق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية أكثر من الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية" بمتوسط حسابي (٤.٠) وانحراف معياري (٠.٦٨٤)، في حين حصلت عبارة "تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي" على مستوى الأقل من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٥٨) وانحراف معياري (٠.٩٣٣) ما يدل على أن الخدمات المصرفية لبنك الشام التي يقدمها لعملائه أقل من توقعاتهم.

ج - تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعدها الاستجابة في الجدول التوضيحي رقم

(٢٢):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
9	إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة	3.69	1.389	.000	موافق
10	زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء	3.65	1.182	.000	موافق
11	يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية	3.96	.860	.000	موافق
	بعد الاستجابة	3.7692	.97931	.000	موافق

الجدول (٢٣) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعء الاستجابة عالي حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٧٦) والانحراف المعياري (٠.٩٧٩)، أي أفضل من تقييم أفراد عينة بنك سوريا الدولي الإسلامي وبنك البركة لهذا البعد، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة " يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي (٣.٩٦) وانحراف معياري (٠.٨٦٠)، في حين حصلت عبارة " زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء " على أدنى متوسط من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٦٥) وانحراف معياري (١.١٨٢) في حين حصلت عبارة " إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة " على متوسط حسابي أفضل بقليل ولكن بانحراف معياري أعلى حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٦٩) وانحراف معياري (١.٣٨٩).

د- تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعء الأمان في الجدول التوضيحي رقم (٢٣):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
12	أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء	3.73	.949	.000	موافق
13	يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء	3.88	.939	.000	موافق
14	المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في	4.12	.509	.000	موافق
15	تكونت لدي صورة إيجابية تجاه المصارف الإسلامية بعد الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يقدمها	3.65	1.215	.000	موافق

16	يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة	4.08	1.042	.000	موافق
	بعد الأمان	3.8923	.80562	.000	موافق

الجدول (٢٣) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعد الأمان عالي حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٨٩) والانحراف المعياري (٠.٨٠٥)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في التعامل معه" بمتوسط حسابي (٤.١٢) وانحراف معياري (٠.٥٠٩)، في حين حصلت عبارة "تكونت لدي صورة إيجابية تجاه المصارف الإسلامية بعد الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يقدمها" على أدنى متوسط من حيث التقييم بمتوسط حسابي (٣.٦٥) وانحراف معياري (١.١٨٢) في حين حصلت عبارة "إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة" على متوسط حسابي أفضل بقليل ولكن بانحراف معياري أعلى حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٦٩) وانحراف معياري (١.٣٨٩).

٥ - تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعد الاهتمام في الجدول التوضيحي رقم (٢٤):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
17	أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء	3.88	1.019	.000	موافق
18	اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية	4.00	.837	.000	موافق
19	أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة	3.81	1.045	.000	موافق

موافق	.000	.81527	3.8974	بعد الاهتمام
-------	------	--------	--------	--------------

الجدول (٢٤) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك الشام لبعد الاهتمام كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٨٩) والانحراف المعياري (٠.٨١٥)، وكان التقييم الأعلى لعبارة " اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي (٤.٠٠) وانحراف معياري (٠.٨٣٧) تلتها عبارة " أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء " بمتوسط حسابي (٣.٨٨) وانحراف معياري (١.٠١٩) في حين حصلت عبارة " أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة " على التقييم الأدنى في بعد الاهتمام بمتوسط حسابي (٣.٨١) وانحراف معياري (١.٠٤٥).

٥ - تقييم أفراد عينة بنك الشام لمحور رضا العملاء في الجدول التوضيحي رقم (٢٥):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
20	أرى أن المصرف يهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء	3.92	1.078	.000	موافق
21	الخدمات التي يقدمها المصرف تحقق حاجات العملاء	3.69	.958	.000	موافق
22	إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف	3.77	.979	.000	موافق

23	تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية	4.04	1.025	.000	موافق
24	أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف	3.88	1.128	.000	موافق
	محور رضا العملاء	3.8615	.91697	.000	موافق

الجدول (٢٥) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن تقييم أفراد عينة بنك سورية الشام محور رضا العملاء كان عالي، حيث كان المتوسط الحسابي (٣.٨٦) والانحراف المعياري (٠.٩١٦)، في حين كان التقييم الأعلى لعبارة "تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية" بمتوسط حسابي (٤.٠٤) وانحراف معياري (١.٠٢٥)، وتلتها عبارة "أرى أن المصرف يهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء" بمتوسط حسابي (٣.٩٢) وانحراف معياري (١.٠٧٨) في حين حصلت عبارة "الخدمات التي يقدمها المصرف تحقق حاجات العملاء" على التقييم الأدنى في محور رضا العملاء بمتوسط حسابي (٣.٦٩) وانحراف معياري (٠.٩٥٨).

بعد القيام بتحليل إجابات أفراد العينة لكل مصرف إسلامي سوري على حدة وذكر التمايزات بينهم قام الباحث بتحليل إجابات عينة الدراسة والتي عددها ٢٣٤ لمعرفة تقييم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية بصورة عامة وكانت نتائج التحليل كالتالي:

٤- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة عملاء المصارف الإسلامية السورية بشكل عام:

أ - تقييم أفراد عينة الدراسة لبعء الملموسة في الجدول التوضيحي رقم (٢٦) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
1	اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف	3.50	1.143	.000	موافق
2	أرى أن موظفي المصرف يتمتعون باللباقة والمظهر اللائق	3.82	.875	.000	موافق
3	أرى أن المصرف يقوم بتقديم خدماته وفق أحدث التقنيات	4.01	.794	.000	موافق
	بعء الملموسة	3.7778	.71097	.000	موافق

الجدول (٢٦) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول بعء الملموسة يتضح أنه تم تقييمه بمتوسط حسابي عالي (٣.٧٧٧) وانحراف معياري (٠.٧١٠) الأمر الذي يدل على اهتمام إدارة المصارف الإسلامية السورية بشكل عام بالعناصر المادية الملموسة عند تقديمها للخدمات المصرفية إلى جانب اهتمامها في استخدام أفضل التقنيات التي تضيف صورة حسنة لدى العملاء، في حين حصلت عبارة " اعرف جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف " بمتوسط حسابي (٣.٥) وانحراف معياري (١.١٤٣) قد تقع مسؤوليته على إدارة المصارف محل الدراسة أو موظفي خدمة العملاء لديها .

ب - تقييم أفراد عينة الدراسة لبعء الاعتمادية في الجدول التوضيحي رقم (٢٧) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
-------	---------	-----------------	-------------------	---	--------

4	يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية	3.92	.713	.000	موافق
5	يتميز موظفو المصرف بالدقة والمهارة عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.86	.676	.000	موافق
6	تتميز الخدمات التي يقدمها المصرف بالجودة	3.86	.694	.000	موافق
7	اثق بالخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية أكثر من الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية	3.81	.850	.000	موافق
8	تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي	3.62	1.018	.000	موافق
	بعد الاعتمادية	3.8128	.58067	.000	موافق

الجدول (٢٧) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول بعد الاعتمادية يتضح بأنه قيم بدرجة عالية بمتوسط حسابي بلغ (٣.٨١٢) وانحراف معياري بلغ (٠.٥٨٠)، وحصلت عبارة " يلتزم المصرف بوعوده للعملاء حول تقديمه للخدمات المصرفية " على أعلى تقييم بمتوسط حسابي بلغ (٣.٩٢) وانحراف معياري (٠.٧١٣)، في حين حصلت عبارة " تتوافق الخدمات التي يقدمها المصرف مع توقعاتي " على أدنى تقييم بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وانحراف معياري (١.٠١٨)، الأمر الذي يوضح الخدمة المدركة بالنسبة لعملاء المصارف الإسلامية السورية أقل من الخدمة المتوقعة إلا أنها ما زالت ضمن مستوى الجودة.

ج - تقييم أفراد عينة الدراسة لبعدها الاستجابة في الجدول التوضيحي رقم (٢٨):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
-------	---------	-----------------	-------------------	---	--------

9	إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة	3.60	1.116	.000	موافق
10	زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء	3.58	1.059	.000	موافق
11	يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية	3.73	.985	.000	موافق
	بعد الاستجابة	3.6368	.88573	.000	موافق

الجدول (٢٨) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول بعد الاستجابة يتضح بأنه تم تقييمه بأدنى متوسط حسابي مقارنة بباقي الأبعاد حيث بلغ (٣.٦٣) وانحراف معياري بلغ (٠.٨٨٥٧)، وحصلت عبارة " يتميز موظفو المصرف بالرد الفوري على استفساراتي حول الخدمات المصرفية " على أعلى تقييم بمتوسط حسابي بلغ (٣.٧٣) وانحراف معياري (٠.٩٨٥)، في حين حصلت عبارة " زمن الحصول على الخدمة المصرفية مناسب للعملاء " على أدنى تقييم بمتوسط حسابي (٣.٥٨) وانحراف معياري (١.٠٥٩)، الأمر الذي يوضح لنا أن بعض عملاء المصارف الإسلامية السورية غير راضين عن سرعة الاستجابة وخاصة في زمن إنجاز الخدمة المصرفية نتيجة عدة عوامل قد يكون أحدها الضغط الحاصل في بعض الفروع المتواجدة ضمن مراكز المدن، إضافة إلى أن عبارة " إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية بسيطة وغير معقدة " حصلت على متوسط حسابي (٣.٦٠) وأعلى انحراف معياري ضمن بعد الاستجابة بلغ (١.١١٦) ما يدل على أن عملاء مصارف الإسلامية السورية بحاجة إلى تبسيط الإجراءات المتبعة من قبل

المصارف محل الدراسة للارتقاء أكثر بجودة الخدمة المقدمة لهم وكسب المزيد من رضا العميل .

د - تقييم أفراد عينة الدراسة لبعء الأمان في الجدول التوضيحي رقم ( ٢٩ ) :

الدرجة	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
موافق	.000	1.002	3.64	أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء	12
موافق	.000	.728	4.10	يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء	13
موافق	.000	.657	4.08	المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في	14
موافق	.000	1.028	3.81	تكونت لدي صورة إيجابية تجاه المصارف الإسلامية بعد الاستفادة من الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف	15
موافق جداً	.000	.855	4.21	يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة	16
موافق	.000	.67962	3.9667	بعء الأمان	

الجدول (٢٩) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول بعء الأمان يتضح بأنه تم تقييمه بأعلى بمتوسط حسابي مقارنة بباقي الأبعاد حيث بلغ (٣.٩٦٦) وانحراف معياري بلغ (٠.٦٧٩)، وحصلت عبارة " يلتزم المصرف بالسرية وحماية معلوماتي الخاصة " على تقييم عالي جداً بمتوسط حسابي بلغ (٤.٢١) وانحراف معياري (٠.٨٥٥)، تلتها عبارة " يقدم المصرف كشوفات واضحة ودقيقة للعملاء " بمتوسط حسابي (٤.١) وانحراف معياري (٠.٧٢٨)، ثم عبارة "

المصرف يلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية عند تقديمه الخدمات المصرفية لذا أشعر بالأمان في التعامل معه " بمتوسط حسابي مشابه ( ٤.٠٨ ) وانحراف معياري ( ٠.٦٥٧ ) في حين حصلت عبارة " أسعار الخدمات المصرفية التي يطلبها المصرف مناسبة للعملاء " على ادنى تقييم ضمن بعد الأمان بمتوسط حسابي ( ٣.٦٤ ) وانحراف معياري ( ١.٠٠٢ ) .

٥ - تقييم أفراد عينة الدراسة لبعء الاهتمام في الجدول التوضيحي رقم (٣٠) :

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
17	أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء	3.90	.916	.000	موافق
18	اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية	3.91	.910	.000	موافق
19	أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة	4.01	.841	.000	موافق
	بعء الاهتمام	3.9402	.66969	.000	موافق

الجدول (٣٠) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول بعء الاهتمام يتضح بأنه تم تقييمه بمتوسط حسابي عالي حيث بلغ ( ٣.٩٤ ) وانحراف معياري بلغ ( ٠.٦٦٩ )، وحصلت عبارة " أرى أن تصميم المصرف جميل ويشعر العملاء بالراحة " على أعلى تقييم ضمن بعء الاهتمام بمتوسط حسابي بلغ ( ٤.٠١ ) وانحراف معياري ( ٠.٨٤١ )، تلتها عبارة " اشعر بالاهتمام والرعاية الذي يبديه موظفو المصرف عند تقديمهم الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي ( ٣.٩١ )

وانحراف معياري ( ٠.٩١٠ )، وتلتها عبارة "أوقات دوام المصرف مناسبة للعملاء" بمتوسط حسابي مشابه حيث بلغ ( ٣.٩٠ ) وانحراف معياري ( ٠.٩١٦ ).  
و - تقييم أفراد عينة الدراسة لمحور رضا العملاء في الجدول التوضيحي رقم ( ٣١ ):

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	الدرجة
20	أرى أن المصرف يهتم بتجويد الخدمة التي يقدمها للعملاء	3.94	.808	.000	موافق
21	الخدمات التي يقدمها المصرف تحقق حاجات العملاء	3.79	.724	.000	موافق
22	إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا	4.09	.837	.000	موافق
23	تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية	4.13	.913	.000	موافق
24	أشعر أن خدمة العميل وتحقيق رضاه من أهم أولويات موظفي المصرف	3.79	1.032	.000	موافق
	محور رضا العملاء	3.9487	.68040	.000	موافق

الجدول ( ٣١ ) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول الخاص بتحليل إجابات عينة الدراسة حول محور رضا العملاء يتضح بأنه تم تقييمه بمتوسط حسابي عالي حيث بلغ ( ٣.٩٤ ) وانحراف معياري بلغ ( ٠.٦٨٠ )، وحصلت عبارة " تخلو معاملات المصرف من الشكوك والغبن وهذا يدفعني للاستفادة من خدماته المصرفية " على أعلى تقييم ضمن المحور بمتوسط حسابي بلغ ( ٤.١٣ ) وانحراف معياري ( ٠.٩١٣ )، تلتها عبارة " إن جودة

الخدمات المصرفية المقدمة هو أحد الأمور التي تدفعني للاستمرار في التعامل مع هذا المصرف " بمتوسط حسابي ( ٤.٠٩ ) وانحراف معياري ( ٠.٨٣٧ )، في حين حصلت عبارة " على أعلى تقييم ضمن المحور بمتوسط حسابي ( ٣.٧٩ )، وانحراف معياري ( ١.٠٣٢ ) .

### خلاصة تحليل البيانات الخاصة بالمصارف الإسلامية السورية

بعد تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة للمصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية كل مصرف على حدا، إضافة إلى إجابات أفراد عينة الدراسة بصورة عامة، قام الباحث بإنشاء جدول توضيحي رقم ( ٣٢ ) يتضمن خلاصة تحليل البيانات بالنسبة للأبعاد المستخدمة في الاستبيان إضافة إلى محور رضا العملاء، وكان الجدول على الشكل التالي :

الاستبيان			بنك الشام			بنك البركة			بنك سورية الدولي الإسلامي			
T	S.D	M	T	S.D	M	T	S.D	M	T	S.D	M	
.000	.71097	3.7778	.000	.88283	3.7308	.000	.72536	3.7692	.000	.46756	3.8333	الملموسة
.000	.58067	3.8128	.000	.66275	3.7846	.000	.44643	3.8692	.000	.61392	3.7846	الاعتمادية
.000	.88573	3.6368	.000	.97931	3.7692	.000	.78996	3.5385	.000	.87297	3.6026	الاستجابة
.000	.67962	3.9667	.000	.80562	3.8923	.000	.61587	4.0308	.000	.59955	3.9769	الأمان
.000	.66969	3.9402	.000	.81527	3.8974	.000	.59258	3.9103	.000	.57721	4.0128	الاهتمام
.000	.68040	3.9487	.000	.91697	3.8615	.000	.45672	3.9846	.000	.58287	4.0000	رضا العملاء

الجدول ( ٣٢ ) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول السابق يتضح بأن الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية السورية تتميز بالجودة بكافة الأبعاد المستخدمة ضمن التحليل في حين حصول بعد الاستجابة على أدنى قيمة وحصول بعد الأمان على أعلى قيمة وذلك حسب تقييم أفراد عينة الدراسة، في حين تميز كل مصرف عن الآخر من حيث ارتفاع التقييم وإظهار التمايز عن المصارف الأخرى، حيث نلاحظ ارتفاع التقييم لبنك سورية الدولي الإسلامي وتفوقه على بنك البركة وبنك الشام من حيث بعد الملموسة وبعد الاهتمام وبعد رضا العملاء، أيضاً تميز بنك البركة في ارتفاع التقييم وتفوقه على بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك الشام من حيث بعد الاعتمادية وبعد الأمان، في حين تمايز بنك الشام وتفوق على بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك البركة من خلال بعد الاستجابة، إلى جانب ذلك نلاحظ حسب المؤشرات السابقة أن بنك سوريا الدولي الإسلامي كانت أعلى قيمة لديه في بعد الاهتمام في حين حصول بعد الاستجابة على أدنى قيمة بالنسبة لباقي الأبعاد وذلك حسب تقييم أفراد عينة بنك سورية الدولي الإسلامي، في حين تميز بنك البركة في بعد الأمان الذي حصل على أعلى قيمة لديه، وحصل أيضاً بعد الاستجابة على أدنى قيمة بالنسبة لباقي الأبعاد وذلك حسب تقييم أفراد عينة بنك البركة، وأيضاً بنك الشام تشارك مع بنك سورية الدولي الإسلامي في حصول بعد الاهتمام على أعلى قيمة لديه في حين حصل بعد الملموسة على أدنى تقييم بالنسبة لباقي الأبعاد لديه وذلك حسب تقييم أفراد عينة بنك الشام.

## الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية

على ضوء النتائج السابقة قام الباحث بترتيب الأهمية النسبية وفق نتائج المتوسط الحسابي لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في الجدول رقم ( ٣٣ ) :

الرقم	بنك سورية الدولي الإسلامي	بنك البركة	بنك الشام	المصارف الإسلامية السورية
1	الاهتمام	الأمان	الاهتمام	الأمان
2	الامان	الاهتمام	الأمان	الاهتمام
3	الملموسة	الاعتمادية	الاعتمادية	الاعتمادية
4	الاعتمادية	الملموسة	الاستجابة	الملموسة
5	الاستجابة	الاستجابة	الملموسة	الاستجابة

الجدول ( ٣٣ ) المصدر: من إعداد الباحث وفق مخرجات SPSS

من الجدول السابق الخاص بترتيب الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب تقييم أفراد عينة الدراسة يتضح ما يلي :

أ - حصل بعد الملموسة على أعلى أهمية في بنك سورية الدولي الإسلامي، وحصل على أهمية أقل في بنك البركة، في حين حصوله على أدنى أهمية في بنك الشام، الأمر الذي يبين أهمية هذا البعد بالنسبة لعملاء بنك سورية الدولي الإسلامي وإدراكهم لجودة الخدمة المصرفية من خلاله .

ب - حصل بعد الاعتمادية على أعلى أهمية في بنك البركة، في حين حصوله على أهمية أدنى في بنك الشام وبنك سورية الدولي الإسلامي على التوالي، الأمر

الذي يبين أهمية هذا البعد بالنسبة لعملاء بنك البركة وإدراكهم لجودة الخدمة المصرفية من خلاله .

ج - حصل بعد الاستجابة على أعلى أهمية في بنك الشام في حين حصوله على أهمية أدنى في بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك البركة على التوالي، الأمر الذي يبين أهمية هذا البعد بالنسبة لعملاء بنك الشام وإدراكهم لجودة الخدمة المصرفية من خلاله .

د - حصل بعد الأمان على أعلى أهمية في بنك البركة في حين حصوله على أهمية أدنى في بنك الشام وبنك سورية الدولي الإسلامي على التوالي، الأمر الذي يبين أهمية هذا البعد بالنسبة لعملاء بنك البركة وإدراكهم لجودة الخدمة المصرفية من خلاله .

ه - حصل بعد الاهتمام على أعلى أهمية في بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك الشام في حين حصوله على أدنى أهمية في بنك البركة، الأمر الذي يدل على أهمية هذا البعد بالنسبة لعملاء بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك الشام وإدراكهم لجودة الخدمة المصرفية من خلاله .

## النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل مجموعة من أهم النتائج التي توصل إليها الباحث، تلتها مجموعة من أهم التوصيات التي وضعت على ضوء النتائج التي استخلصها الباحث.

### النتائج

من خلال ما قام به الباحث من تحليل البيانات لإجابات أفراد عينة الدراسة يمكن استخلاص مجموعة من النتائج أهمها :

- ١ . تتميز الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية بشكل عام بجودة عالية بأبعادها كافة الأمر الذي انعكس على ارتفاع مؤشر رضا العملاء .
- ٢ . حصل بعد الأمان في المصارف الإسلامية السورية بشكل عام على أعلى تقييم في حين حصل بعد الاستجابة على أدنى تقييم .
- ٣ . تتميز الخدمات المصرفية في بنك سورية الدولي الإسلامي بجودة عالية بكافة أبعادها، الأمر الذي انعكس على ارتفاع مؤشر رضا العملاء لديه .
- ٤ . تميز بنك سورية الدولي الإسلامي في بعد الاهتمام الذي حصل على أعلى تقييم لديه من أبعاد الجودة، في حين حصل بعد الاستجابة على أدنى تقييم .
- ٥ . تتميز الخدمات المصرفية في بنك البركة بجودة عالية من بكافة أبعادها، الأمر الذي انعكس على ارتفاع مؤشر رضا العملاء لديه .

- ٦ . تميز بنك البركة في بعد الأمان الذي حصل على أعلى تقييم لديه من أبعاد الجودة، في حين حصل بعد الاستجابة على أدنى تقييم .
- ٧ . تتميز الخدمات المصرفية في بنك الشام بجودة عالية بكافة أبعادها، الأمر الذي انعكس على ارتفاع مؤشر رضا العملاء لديه .
- ٨ . تميز بنك الشام في بعد الاهتمام الذي حصل على أعلى تقييم لديه من أبعاد الجودة، في حين حصل بعد الملموسة على أدنى تقييم .

## التوصيات

على ضوء النتائج التي توصل إليها الباحث توصل أيضاً إلى جملة من التوصيات أهمها:

- ١ . نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة الحرص على تقديم الخدمات المصرفية بزمن أقل يناسب عملائها ويزيد من مستوى رضاهم، عن طريق زيادة عدد الصرافات الآلية وأجهزة الخدمة الذاتية لتخفيف الضغط الحاصل في بعض الفروع وخاصة بنك سورية الدولي الإسلامي وبنك البركة .
- ٢ . نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة الحرص على تبسيط الإجراءات عند تقديم خدماتها المصرفية الأمر الذي ينعكس على زيادة مستوى رضا عملائها، عن طريق إزالة كافة العوائق والإجراءات التي تعيق سرعة إنجاز الخدمة المصرفية .
- ٣ . نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية بزيادة تدريب وتأهيل العاملين وخاصة في قسم خدمة العملاء لديها؛ لزيادة معرفتهم وخبرتهم الأمر الذي يؤدي إلى

زيادة سرعة الرد على استفسارات العملاء وإنجاز معاملاتهم وشكاواهم وانعكاسها إيجابياً على زيادة رضا عملائها .

٤ . نوصي إدارة المصارف الإسلامية السورية في توجيه العاملين لديها بتعريف

العملاء بكافة الخدمات المصرفية التي تقدمها، ورفع مستوى الخدمة المدركة للوصول إلى مستوى الخدمة المتوقعة من قبل العملاء، وتخفيض أسعار خدماتها المصرفية والعمولات المترتبة عليها وخاصة الخدمات التمويلية منها .

٥ . إضافة إلى التوصيات العامة نوصي إدارة بنك سورية الدولي الإسلامي في زيادة

ثقة العملاء بالخدمات المصرفية التي يقدمها عن طريق موظفيه والندوات والحملات التسويقية التي يقوم بها، والتركيز على توظيف ذوي الخبرة والمؤهلات العلمية والابتعاد عن حالات التوظيف غير المهني؛ لما في ذلك من أثر سلبي على تقييم العملاء لجودة الخدمة .

٦ . إضافة على التوصيات العامة نوصي إدارة بنك البركة في زيادة الاهتمام

والرعاية بعملائها وزيادة التركيز على فعل ما يحقق رضاه، وذلك عن طريق إرشاد وتأهيل العاملين لديه .

٧ . إضافة إلى التوصيات العامة نوصي إدارة بنك الشام الذي حصل على التقييم

الأدنى مقارنة بباقي المصارف الإسلامية في السعي لزيادة جودة خدماته المصرفية بكافة الوسائل لكسب رضا عملائه .

## المراجع

### المصادر العربية

- ٨ . أبو ميمز، دياب ماهر، جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل : دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين، ٢٠١٩ .
- ٩ . البقاعي، أنس؛ الكفري، مصطفى العبدالله، تجربة المصارف الإسلامية في سورية: الواقع والمعوقات ( ٢٠١١-٢٠٠٧ )، رسالة ماجستير منشورة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٠، العدد الأول، ٢٠١٤ .
- ١٠ . الحلو، إسرائ، دور التكنولوجيا المالية في جذب العملاء في البنوك الإسلامية: دراسة تطبيقية على البنك الإسلامي الفلسطيني، رسالة ماجستير منشورة، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية، المجلد ١٣، العدد ٣، ٢٠٢٢ .
- ١١ . الصرن، رعد حسن، تطوير نموذج الفجوة في قياس جودة الخدمات المصرفية إلى المستوى العالمي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد السادس، الجزائر، ٢٠٠٤ .
- ١٢ . الصرن، رعد حسن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، ٢٠٠٧ .

١٣. الطاهر، عمر؛ بن عبد الله، نزار، أثر جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء: دراسة ميدانية المصارف التجارية بمحافظة الدرب - السعودية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد ١٤، ٢٠١٩.
١٤. العجارمة، تيسير، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر، عمان، ٢٠٠٥.
١٥. العزعلي، شهاب أحمد سعيد، إدارة البنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢.
١٦. العيفة، عبد الحق، المصارف الإسلامية المعاصرة، الطبعة الأولى، البدر الساطع للطباعة والنشر، الجزائر، ٢٠٢١.
١٧. المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح، الإدارة الإستراتيجية في البنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، جدة، ٢٠٠٤.
١٨. الهيتي، عبد الرزاق رحيم جدي، المصارف الإسلامية بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، ١٩٨٨.
١٩. الوادي، محمود حسين؛ سمحان، حسين محمد، المصارف الإسلامية " الأسس النظرية والتطبيقات العملية "، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠٠٩.

٢٠. دنورة، رولى؛ الجزائري، معاذ الشرفاوي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء: دراسة على عملاء بنك البركة سورية، رسالة ماجستير منشورة، مجلة الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠١٩ .
٢١. ديب، رنا؛ مرهج، منذر، تقييم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية، رسالة ماجستير منشورة، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين، المجلد ٤٣، العدد ٤، ٢٠٢١ .
٢٢. زعتري، علاء الدين محمود، الخدمات المصرفية وموقف الشريعة الإسلامية منها، أطروحة دكتوراة، كلية الإمام الأوزاعي للدراسات الإسلامية، بيروت، ٢٠٠٠ .
٢٣. زيتون، ساجدة؛ مقداد، عبد الرحمن، دور تسويق الخدمات المصرفية في إبراز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية: دراسة حالة البنك الإسلامي العربي - فلسطين، المجلة الدولية لنشر الدراسات العلمية، المجلد ٩، العدد ٢، ٢٠٢١ .
٢٤. شروق، حدوش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل: دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، مجلة الابتكار والتسويق، العدد ٣، الجزائر، ٢٠١٦ .
٢٥. عبد اللطيف، تيقان؛ حدة، رايس، تحول الصناعة المصرفية الإسلامية نحو الصيرفة الشاملة في ظل التحرير المصرفي: دراسة مجموعة من البنوك الإسلامية، أطروحة دكتوراة غير منشورة، الجزائر، ٢٠١٧ .

٢٦. عبدو، عيشوش، تسويق الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية – دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، ٢٠٠٨ .
٢٧. غيث، مجدي؛ أبو مؤنس، رائد، ماهية الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد ١٦، العدد ١، ٢٠٢٠ .
٢٨. فايز، سائج؛ عائشة، كداتسة، تقييم جودة خدمات التمويل المصرفي الإسلامي وأثرها على رضا العملاء: دراسة حالة بنك السلام الجزائر، مجلة دراسات في المالية الإسلامية والتنمية، المجلد ٢، العدد ٤، ٢٠٢١ .
٢٩. فيلاي، نجوى، أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء: دراسة حالة بنك البركة، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد ٧، الجزائر، ٢٠١٨ .
٣٠. صالح الدين، نسرين، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF): دراسة حالة كلية التربية – جامعة عين شمس، مجلة البحث العلمي في التربية، المجلد ١٧، العدد ٤، ٢٠١٦ .

### المصادر الأجنبية

- 31.EMORI, LEBO & ACKAH, SETH. THE ROLE OF SERVICE QUALITY IN SHAPING CONSUMER BEHAVIOUR AND ITS IMPACT ON CUSTOMER BASE OF BUSINESSES. MASTER THESIS. Blekinge Institute of Technology. 2010.
- 32.Mahmoud & khalifa, A Confirmatory Factor Analysis for SERVPERF Instrument based on a

*Sample of Students from Syrian Universities, 2015.*

33. Othman, Abdulqawj & Owen, Lynn. *Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A case Study in Kuwait Finance.* 2000.

34. Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management.* 2006.

### المواقع الإلكترونية

٣٥. موقع سوق دمشق للأوراق المالية [www.dse.gov.sy](http://www.dse.gov.sy).

٣٦. موقع بنك سورية الدولي الإسلامي [www.siib.sy](http://www.siib.sy).

٣٧. موقع بنك البركة [www.albaraka.com.sy](http://www.albaraka.com.sy).

٣٨. موقع بنك الشام [www.chambank.com](http://www.chambank.com).

## دراسة جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية السورية

هدف هذا البحث إلى دراسة جودة الخدمات المصرفية بأبعادها:

( الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، الاهتمام )، وبيان مدى رضا العملاء عنها.

وذلك من وجهة نظر عملاء المصارف الإسلامية العاملة في الجمهورية العربية السورية وهي:

( بنك سورية الدولي الإسلامي - بنك البركة - بنك الشام )

لقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، لملاءمتها لطبيعة الدراسة، وتم تصميم استبيان وجه إلى عملاء المصارف محل الدراسة، واعتمد الباحث عليه كأداة رئيسية لجمع البيانات اللازمة للتعرف على واقع جودة الخدمة المصرفية وتقييم العملاء لها وبيان مدى رضاهم عنها، أيضًا التعرف على التمايزات في مستوى جودة الخدمة المصرفية بين المصارف الإسلامية السورية، ومعرفة الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب تقييم إجابات أفراد عينة الدراسة. إن صعوبة قياس جودة الخدمات المصرفية تعد ذات أهمية كبيرة لإدارة أي مصرف على اعتبار الجودة من أهم أبعاد المزايا التنافسية في الخدمات المصرفية التي تتصف بالتمطية.

المؤلف..