

الدوافع الدينية لاختيار العملاء في البنوك الإسلامية دراسة ميدانية

مزيان عبد القادر

تم صياغة الأسئلة التالية لفهم مشكلة الدراسة:

- هل يوجد أثر للدافع الديني في اختيار العملاء بين البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية؟
- هل تؤثر العوامل الديموغرافية للعملاء مثل المنطقة والمهنة وسنوات الخبرة والمستوى التعليمي، في اختيار البنوك؟

فرضيات الدراسة: من أجل معالجة مشكلة الدراسة، وتحقيق أهدافها تم تطوير الفرضيات الصفرية الرئيسية على متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وتمت صياغتها بالطريقة الصفرية لاختبار العلاقات الارتباطية بين تلك المتغيرات وتحليل القدرة التفسيرية للمتغيرات المستقلة استجابة لأهداف الدراسة ومنهجيتها الوصفية والتحليلية لمعالجة مشكلة الدراسة.

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للدافع الديني في اختيار العملاء بين البنوك الإسلامية التقليدية.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لاختيار العملاء بين البنوك الإسلامية والتقليدية تعزى بالمتغيرات الديموغرافية.

1. الجانب النظري:

تعريف البنوك الإسلامية وأهدافها: يمكن القول أن مصطلح البنك الإسلامية حديث النشأة، ولكن العمل المصرفي الإسلامي كان قائماً منذ القدم، فقد التزم المسلمون القدامى بتوجيهات الله سبحانه وتعالى والسنة الشريفة، وبدأت فكرة إنشاء بنك إسلامي كبديل للبنوك الربوية تتطور إلى حين التطبيق. وتعرف البنوك الإسلامية على أنها تلك المؤسسات المصرفية التي لا تتعامل بالربا أخذاً وعطاءً، وتلتزم في نواحي نشاطها ومعاملاتها المختلفة بقواعد الشريعة الإسلامية. وعرف البنك الإسلامي بأنه: "مؤسسة مالية تعمل في إطار إسلامي، تقوم بأداء الخدمات المصرفية والمالية، كما تباشر أعمال التمويل والاستثمار في المجالات المختلفة في ضوء قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية، بهدف غرس القيم والمثل في الأخلاق الإسلامية في مجال المعاملات المالية، والمساعدة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية من تشغيل الأموال بقصد المساهمة في تحقيق الحياة الكريمة للشعوب الإسلامية، والبنك الإسلامي هو: "مؤسسة مالية تعمل على جذب الموارد النقدية من أفراد المجتمع، وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل تعظيمها ونموها، في إطار القواعد المستقرة للشريعة الإسلامية، وبما يخدم شعوب الأمة، ويعمل على تنمية اقتصادها".

تلعب البنوك دوراً هاماً في الاقتصاد، وذلك من خلال الخدمات التي تقدمها للأعوان الاقتصاديين، سواء كانوا أفراداً أم هيئات صناعية أم تجارية، فهي تسهم في التنمية الاقتصادية وفق اختصاص كل منها، غير أن الأزمات المالية التي أصبح النظام الرأسمالي يشهدها وبصفة متوالية، وعجز البنوك عن تجاوزها أدى إلى البحث عن البديل، لهذا نشأت الحاجة إلى المالية الإسلامية، فأصبحت البنوك الإسلامية واقعا ملموساً ليس في حياة الأمة الإسلامية فحسب، ولكن أيضاً في جميع بقاع العالم، مقدمة بذلك فكراً اقتصادياً ذا طبيعة خاصة والتعامل بإيجابية مع المشكلات التي يواجهها العالم اليوم.

إن البنوك التقليدية كانت ولا تزال تركز على معدل الفائدة الذي يمثل قاعدتها الرئيسية في تحقيق الربح مما خلق جدالاً ومداً وجزراً في اقتصاد الدول ككل، فمنها من أرهقتها وأدخلها في أزمة، ومنها من تفتنة ووجد لها بديلاً، فمثل هذه المعاملات حرّمها الإسلام منذ قرون؛ لأنها سببت الكثير من الإحراج لدى المسلمين عند تعاملهم مع هذه البنوك، وكان ذلك دافعاً مباشراً في ظهور بنوك إسلامية تقوم في معاملاتها على أسس شرعية، محاولة بذلك تجنب كل ما يمس بهذه الأخيرة؛ ولما كانت هذه البنوك تتميز بطابع الحداثة، ولجهل الناس بها على الرغم من حاجتهم إليها، كان لزاماً عليها أكثر من غيرها أن تدرس دوافع السلوكية الدينية للعملاء لجذبهم إليها، وبالتالي توسيع نطاق سوقها، وتنويع خدماتها بما يستجيب لمتطلباتهم المحتملة، هذا فضلاً عن مواجهة المنافسة من قبل غيرها من البنوك التقليدية.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في دراسة تأثير الدافع الديني لاختيار العميل الجزائري لخدمات البنك التقليدي أو الإسلامي، وذلك لوجود أداء متعارض حول ما يتوقعه العملاء من الخدمات البنكية، وما تقدمه مختلف البنوك التجارية من خدمات داخل الاقتصاد الجزائري، فحتى يكون التعامل جائزاً شرعاً من وجهة نظر الشريعة الإسلامية، يجب تقادي الربا، إذ يرى البعض أن توفر العائد الديني للبقاء في السوق، وضمان الاستمرار، واستقرار المنظمات المالية، بينما يرى البعض الآخر أن هذا الدافع لا يؤثر على السلوك المحتمل للعملاء والمعاملين الاقتصاديين.

المصارف الإسلامية فتعدُّ مصارفٍ مضاربة، والمودعون هم أصحاب المال، والمصارف هي المضاربة.

٣. ضمان الربح والخسارة أو عدم ضمانها، فالمصارف التجارية تقوم بدفع فوائد ثابتة على الودائع لأجل وبإخطار سابق، أما المصارف الإسلامية فلا تضمن رد أصل الودائع، ولا تضمن نسبة محددة منسوبة إلى رأس المال.

٤. الموارد الذاتية للمصارف التجارية والإسلامية، تستطيع المصارف التجارية إصدار أسهم ممتازة، أما المصارف الإسلامية فلا تستطيع ذلك، لأن فائدتها محددة مسبقاً.

٥. في المصارف الإسلامية هناك حسابان للاستثمار، هما حساب الاستثمار العام وحساب الاستثمار الخاص، حيث يؤسس الأول في ضوء قواعد المضاربة المطلقة، والثاني يؤسس في ضوء المضاربة المقيدة (مشروعات مخصصة بعينها)، والفصل بين النوعين غير معروف في المصارف التجارية التقليدية.

٦. إن جزءاً من الأموال المتاحة في المصارف التجارية توجه إلى القروض، في حين أن الجزء الأكبر من الأموال المتاحة للتوظيف في المصارف الإسلامية موجه للتوظيف بالمشاركة أو التمويل بالمضاربة أو المراجعة.

٧. استبعاد التعامل بالفائدة في المصارف الإسلامية، لأن الإسلام حرم الربا لقوله تعالى: (أحل الله البيع وحرم الربا)، وهذا هو أساس الفرق بين المصارف الإسلامية والمصارف التجارية التقليدية.

٨. الفرق في الأهداف، حيث تهدف المصارف التجارية إلى أقصى معدل من الربح، كما لا تهتم كثيراً بالنواحي الاجتماعية في استثماراتها، بخلاف المصارف الإسلامية التي تضع أمامها أهدافاً أخرى اجتماعية وإنسانية، فضلاً عن هدف الربح.

أهم خدمات البنوك الإسلامية الجزائرية (بنك البركة الجزائري):

يقدم بنك البركة الجزائري لزيائته من أفراد ومهنيين وحرفيين ومؤسسات، تشكيلة واسعة من الخدمات، نلخصها فيما يلي:

- خدمات الودائع، خدمات فتح حساب شيكي، حساب بالعملة الصعبة، وإصدار الشيكات.
- خدمات الإيداع، السحب، الدفع والتحويل بالدينار أو بالعملة الصعبة.
- خدمات النقدية: وضع بنك البركة الجزائري تحت تصرف زبائنه، الذين يملكون حساباً شيكياً، بطاقة السحب البركة، والتي تسمح لهم بالقيام بسحب النقود في أي وقت، وذلك على مستوى كل موزعات الصراف الآلي.

المصرف الإسلامي هو مؤسسة مالية، تعمل في إطار إسلامي، تقوم بأداء الخدمات المصرفية والمالية، كما تباشر التمويل والاستثمار في المجالات المختلفة في ضوء قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية، ويعرف أحمد النجار البنوك الإسلامية على أنها مؤسسات مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها بما يخدم بناء مجتمع التكامل الإسلامي، وتحقيق عدالة التوزيع، ووضع المال في المسار الإسلامي، ويلاحظ من خلال هذا التعريف على أنه تعريف عام لم يتضمن قضية جوهرية تتمثل في عدم التعامل بالربا أخذاً وعطاءً.

ومن التعاريف السابقة يمكن الوقوف على أهم أهداف المصارف الإسلامية، وهي:

- تقديم البديل الإسلامي للمعاملات البنكية التقليدية لرفع الحرج عن المسلمين.
- الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية في أوجه النشاط والعمليات المختلفة التي تقوم بها، وأتباع قاعدة الحلال والحرام في ذلك.
- توفير الأموال اللازمة لأصحاب الأعمال بالطرق الشرعية بغرض دعم المشروعات الاقتصادية والاجتماعية النافعة.
- تشجيع الاستثمار ومحاربة الاكتناز من خلال إيجاد فرص وصيغ عديدة للاستثمار تتناسب مع الأفراد والشركات.
- تحقيق تضامن فعلي بين أصحاب الفوائض المالية وأصحاب المشروعات المستخدمين لتلك الفوائض، وذلك بربط عائد المودعين بنتائج توظيف الأموال لدى هؤلاء المستخدمين ربحاً أو خسارة، وعدم قطع المخاطرة، وإلقائها على طرف دون الآخر.
- تنمية القيم العقائدية والأخلاقية في المعاملات وتثبيتها لدى العاملين والمتعاملين معها.

• مساعدة المتعاملين معها في أداء فريضة الزكاة على أموالهم، والقيام بدورها في المشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الفروق الجوهرية بين طبيعة العمل في المصارف الإسلامية، وطبيعة العمل في المصارف التقليدية:

هناك مجموعة من الفروق بين طبيعة العمل في المصارف الإسلامية وطبيعة العمل في المصارف التقليدية، من أهمها ما يأتي:

١. الاتجار المباشر والاستثمار المباشر وبيع الأصول الثابتة وشراؤها، فالمصارف التجارية التقليدية لا تستطيع القيام بعمليات شراء البضائع وبيعها أو حتى الاحتفاظ بها إلا بضوابط خاصة أو شراء أصول ثابتة لغير استخدام المصرف ذاته، بعكس المصارف الإسلامية.
٢. التكيف الشرعي لوظيفة المصارف التجارية والإسلامية، فالمصارف التجارية تقدم بصفة معتادة القروض للغير وقبول الودائع، أما

- خدمات المساعدة: يقوم بنك البركة الجزائري بإسداء النصح والاستشارة لزبائنه، عن طريق أشخاص مكلفين بذلك على مستوى كل فرع من فروعهم، وذلك بتقديم حلول مكيّفة حسب حاجة كل زبون.
 - خدمات الادخار والتوظيف: وضع بنك البركة الجزائري تحت تصرف زبائنه دفترًا للادخار أيضًا، وذلك لتسهيل عمليات سحب وإيداع النقود، كما يقوم بتوظيف أموال زبائنه في مشاريع وتتميتها، وذلك وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية.
 - تمويل العقارات: بدأ بنك البركة الجزائري سنة ٢٠٠٦ بعرض منتج جديد يخص تمويل العقارات (سكنات جديدة، سكنات قديمة، توسيع، البيئة، بناء ذاتي).
 - تمويل السيارات: يقوم بنك البركة الجزائري بتمويل السيارات السياحية الموجهة للأفراد. وتجدر الإشارة إلى أن بنك البركة الجزائري تمركز سنة ٢٠٠٦ في المرتبة الأولى وللسنة الثانية على التوالي في مجال تمويل الأفراد.
- الدوافع الدينية لتحويل العملاء من البنوك التقليدية إلى البنوك الإسلامية:
- تتمثل بتزايد الرغبة في الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية في كافة جوانب الحياة، بما فيها الجانب الاقتصادي، بين المستثمرين والعملاء على حد سواء، من وجهة نظر الشريعة الإسلامية.

تفادي الربا للعملاء:

إن الربا محرّم بالإجماع في قوله سبحانه وتعالى: (وأحلّ الله البيع وحرم الربا) البقرة: ٢٧٥، ولذّين يستحلّون الربا ويعتبرونه نوعاً من أنواع البيوع، قال الله سبحانه وتعالى: (الذين يأكلون الربا لا يقومون إلا كما يقوم الذي يتخبطه الشيطان من المس ذلك أنهم قالوا إنما البيع مثل الربا) البقرة: ٢٧٥، ولقول رسول الله صلى الله عليه وسلم (اجتنبوا السبع الموبقات...)، وذكر منهنّ أكل الربا، ويقع الربا في القرض متى ردّ المقرض زيادة مشروطة أو مقصودة من المقرض، أو جرى بذلك عرف أو قانون.

تفادي الغرر للبنوك:

الغرر في اللغة: هو الخطر الذي لا يدري أيكون أم لا يكون، والغرر في المعاملات ممنوع خصوصاً في المعاوضات، لما روى أبو هريرة رضي الله عنه قال: نهى رسول الله عن بيع الحصة وبيع الغرر، يتمثل الغرر في البنوك في مدى نجاح المعاملات الاقتصادية.

٢. الجانب التطبيقي:

مجتمع الدراسة والعيّنة:

بما أن الهدف من الاستقصاء دراسة تأثير الدافع الديني لاختيار العميل الجزائري لخدمات البنك التقليدي أو الإسلامي، فقد استهدفت دراستنا مواطنين عملاء وأصحاب مؤسسات، أي كل مواطن له علاقة مع البنك في مختلف ولايات الجزائر. حيث تم توزيع استبيان صمم لغرض هذه الدراسة على عينة من العملاء، وهذا نظراً لضخامة حجم المجتمع المدروس. كما تم الاعتماد على طريقة توزيع الاستمارة بالمقابلة وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي SKYPE و FACEBOOK، وأرتأى الباحث استخدام هذه الطريقة لتكون إجابات المبحوثين أكثر مصداقية، كذلك لمساعدة المبحوث في الإجابة على مختلف محاور الاستبيان إن تطلب ذلك.

منهجية البحث ومصادر البيانات:

يعتمد هذا البحث في جمع بياناته الأولية على أسلوب الاستبانة كإطار عملي للدراسة، بغرض معرفة آراء العملاء حول تأثير الدافع الديني لاختيار العميل الجزائري لخدمات البنك التقليدي أو الإسلامي. وتكون الاستبانة من قسمين، كل قسم يضم مجموعة من الأسئلة لاستخلاص المعلومات ذات الصلة من عينة الدراسة، تدور أسئلة القسم الأول من الاستبيان حول المعلومات الديموغرافية للعملاء، والمتعلقة بالعوامل الشخصية كالفئة العمرية، والجنس، والمهنة، ومستوى الدخل. أما أسئلة القسم الثاني، فتدور حول آراء العملاء حول الدافع الديني، ومدى إمكانية تحويل العملاء من البنوك التقليدية إلى البنوك الإسلامية، حيث يطلب من العميل وضع علامة أو دائرة حول الإجابة التي يراها مناسبة من بين الأجوبة الخمسة المقترحة على مقياس (ليكرت).

وقد وزعت عينة استطلاعية تتألف من ثلاثين استبانة لاختبار الأساق الداخلي، وثبات الاستبانة. وبعد التأكد من صدق وسلامة الاستبانة للاختبار، تم توزيع ٤٥٨ استبانة على عينة الدراسة، حيث تم الحصول على ٣٨٠ استبانة، واستبعاد ٤٠ استبانة لعدم جدية الإجابة من قبل المبحوثين، ليصبح عدد الاستبانات النهائية ٣٤٠ استبانة بنسبة استرداد ٨٩٪.

ثبات الاستبانة:

إن معامل الارتباط (ألفا) من بين الطرق المستخدمة لتقييم الثقة والثبات في القياس، وتُسمّى بدرجة عالية من الدقة من حيث قدرتها على قياس درجة التوافق أو الاتساق فيما بين المحتويات المتعددة للمقياس المستخدم. وأتضح من النتائج الموضحة أن قيمة معامل (ألفا كرونباخ) كانت مرتفعة، وتراوحت بين (٠,٨٧ و ٠,٩١) لكل المتغيرات وكانت قيمة معامل (ألفا) لجميع الفقرات (٠,٩).

الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

تناول الجزء الأول من الاستبيان بعض البيانات الشخصية لأفراد العينة، بهدف التعرف على الخصائص البيانية لأفراد عينة الدراسة، وهي: العمر، المستوى العلمي، الوظيفة الدخل.

وتبين من خلاله أن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية ٢٢-٤٠ سنة، حيث بلغ عددهم ٢٤٢، ثم يليها الفئة التي تتراوح أعمارهم بين ٢٢-٣٠ سنة بعدد قدره ١٩٦، أما الفئة العمرية من ٤٠ وأكثر فبلغ عددهم ٤٦.

أما مستوى التعليم، فإن ما نسبته ١٧% من أفراد العينة ذات مستوى تعليمي ثانوي، ثم يليها الأفراد دون المستوى الثانوي بنسبة ٢٢%، بينما نسبة الأفراد المحصلين لشهادة بكالوريا فما فوق، فبلغت نسبتهم ٥١%.

وبالنسبة للمهنة، فإن نسبة ٦٣% من أفراد العينة موظفون في القطاع الحكومي، أما الموظفون في القطاع الخاص بنسبة ٢٨%، وفي وظائف أخرى مثل (بطل، جامعي...) بلغت نسبتهم ٩%، مما يشير أن كلا من العينتين في القطاعين الخاص والحكومي متساويتين تقريباً.

من حيث الدخل، يتقاضى غالبية أفراد العينة راتباً ١٥٠٠٠-٥٠,٠٠٠ دج بنسبة ٩٤%، وبنسبة ٦% يتقاضون دخلاً شهرياً يفوق ٥٠,٠٠٠ دج، وتمثل متوسط الدخل الشهري السائدة في الولاية.

الدافع الديني:

إن متوسطات جميع الفقرات مرتفعة، مما يدل على رغبة جميع أفراد العينة بخدمات البنوك الإسلامية حيث نجد أعلى متوسط هو (٤,٣) الذي يمثل الفقرة (تزداد رغبتي الدينية في التعامل مع البنوك الإسلامية بسبب البركة التي أجنبيها من هذا التعامل) وهو أعلى درجة بالنسبة إلى الفقرات التي تحتوي على الدافع الديني، والتي تمثل درجة قريبة من الجيد وأضعف متوسط هو (٢,٤٧) الذي يمثل الفقرة (يجب أن تكون فتاوي لترويج خدمات البنوك الإسلامية). وفيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكافة الفقرات التي تحدد دوافع اختيار البنوك الإسلامية، فیتبين من الجدول أن (٦٢,٧٩%) من إجابات العملاء موافقين بشدة على الخدمات الشرعية، كما أن (٢٦,٣%) تتفق على ذلك، وبالمقابل كانت النتائج (٢,٠١%) محايدون، و(٥,٦%) لا تتفق على ذلك و(٢,٢%) لا تتفق بشدة، وعزز ذلك قيمة الوسط الحسابي الكلي ٢,٨٢، أي قريب من الجيد، بإجماع أفراد عينة الدراسة كان هنالك تدني في الانحراف المعياري بقيمة ١,٠٩.

٤,١	١,٠٥	خدمات البنوك الإسلامية تتوافق مع المبادئ الدينية
٣,٧	١,٠٧	عدم تعامل البنوك الإسلامية بالفوائد الربوية هو الدافع الرئيس لتعامل مع
٣,٥	١,٢	نظام البنوك الإسلامية أفضل من البنوك التقليدية
٣,٩	١,٠٧	تقتي التامة في تعامل مع البنوك الإسلامية
٣,٩	١,٠٣	البنوك الإسلامية تراعي أسعار الخدمات المالية بضوابط شرعية
٤,٣	٠,٩٩	تزداد رغبتي الدينية في التعامل مع البنوك الإسلامية بسبب البركة التي أجنبيها من هذا التعامل
٣,٨	٠,٦٩	تحل مبادئ الشريعة الإسلامية محل المعاملات الربوية
٣,٨٥	٢,٦	ترتبط ثقافتي الدينية بمنتجات البنوك دوماً
٣,٤٧	١,٤٥	يجب أن تتواجد فتاوي لترويج خدمات البنوك الإسلامية

اختيار العملاء للبنوك التقليدية أو البنوك الإسلامية:

اتضح ضمناً من الاستبيان ما يلي:

إمكانية التحول من التعامل مع البنوك التقليدية إلى البنوك الإسلامية بمتوسط ٤,٦٨، والبنوك الإسلامية أفضل من البنوك التقليدية بمتوسط ٢,٩، كما نصح أصدقاؤنا وعائلتي بالتعامل مع البنوك الإسلامية بمتوسط ٢,٦.

إن اتجاهات أفراد العينة نحو اختيار خدمات البنوك الإسلامية ووكالات التأمين التي تتعامل بنظام إسلامي لكل الفترات، كانت ضمن ٤,٠٦، أي جيدة مما يدل على إمكانية تحول غالبية أفراد العينة إلى بنوك الشريعة الإسلامية.

اختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة تم صياغة الفروض التالية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للدافع الديني في اختيار العملاء بين البنوك الإسلامية والتقليدية.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لاختيار العملاء بين البنوك الإسلامية والتقليدية تعزى بالمتغيرات الديمغرافية.

اختبار الفرضية الأولى:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للدافع الديني في اختيار العملاء بين البنوك الإسلامية والتقليدية.

لاختبار هذا الفرض، قمنا بدراسة العلاقة بين محددات اختيار العملاء لنوع البنك كمتغير مستقل ومحدد الدافع الديني كمتغير تابع، وتحصلنا على النتائج التالية:

حيث أن:

$$RELG = 0,45, CBANK$$

CBANK: اختيار العملاء لوكالات التأمين التكافلي: (SE) 0,078,

$$T = 18,96$$

$$RELG: \text{الدافع الديني} = R = 0,88 = 0,77$$

ملاحظة: قيمة معامل الارتباط 0,88 تعبر عن قوة ارتباط قوية، حيث أن قيمة R تحدد قوة الارتباط، حيث أن: $FC = 296,71$

إذا كان $R > 0,3$ فالعلاقة موجبة وضعيفة.

إذا كان $0,2 < R < 0,3$ فالعلاقة موجبة ومتوسطة.

إذا كان $R > 0,7$ فالعلاقة موجبة وقوية.

ارتباط طردي: لأن الإشارة موجبة، وقوي: لأنه قريب من الواحد الصحيح. بمعنى آخر، هناك علاقة طردية بين محدد الدافع الديني واختيار البنوك الإسلامية مقدارها ٨٨٪. فمع زيادة محدد الدافع الديني يزداد اختيار العملاء للبنك الإسلامي، والعكس صحيح.

نتيجة اختبار الفرضية الأولى:

اختبار معامل التحديد:

$$R = 0,88$$

$$R^2 = 0,77$$

نلاحظ أن ٨٨٪ من التغيرات الحاصلة على مستويات اختيار العملاء للبنوك الإسلامية ناتجة عن محدد الدافع الديني، والباقي يعود لمتغيرات لم يشملها النموذج.

اختبار ستودنت:

$$Q_1: H_0 = 0 \text{ أي لا توجد علاقة.}$$

$$Q_1: H_1 \neq 0 \text{ أي توجد علاقة.}$$

$$t^c = 18.96 \cdot t^T_{(380.0.05)} = 1.960$$

نرفض H_0 بمستوى معنوية 0.05 إذا كان $T > t_{0.05}$ ، أي إذا كان

$$T > 1.96 \text{ أو } (t^c > t^T)$$

وحيث أن $T = 0.86, 0.42, 0.52, 0.24$ وهي أكبر من القيمة الجدولية المساوية لـ ١,٩٦ فنرفض H_0 ونقبل H_1 أن عدم وجود علاقة ارتباط وتأثير في اختيار العملاء للبنوك الإسلامية يعزى للعوامل الديموغرافية.

• اختبار الفرضية الثانية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لاختيار العملاء بين البنوك الإسلامية والتقليدية تعزى بالمتغيرات الديمغرافية.

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق بين إجابات الباحثين حول تأثير الدافع الديني للاختيار بين البنوك التقليدية والإسلامية، تعزى للمتغيرات البيانية العامة (العمر، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، الوظيفة)، وتم جمع النتائج في جدول تحليل البيانات العامة للعملاء، الذي بين أن قيمة مستوى الدلالة للبيانات التالية: (العمر، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، الوظيفة)، تساوي على التوالي 0,86، 0,42، 0,52، 0,24، وهي أكبر من 0,05.

كما بين أن قيمة F المحسوبة تساوي "0,49، 0,01، 0,89، 0,29" على الترتيب، وهي أقل من قيمة F الجدولية، مما يدل على عدم وجود فروق في إجابات العملاء حول هذه البيانات.

التحليل الإحصائي للبيانات الشخصية

عنوان المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٤,٢١٨	٨	٠,٥٢٧	٠,٤٩٣	٠,٨٦١
	داخل المجموعات	٤٣٤,٢١٦	٤٠٦	١,٠٦٩		
	المجموع	٤٣٨,٤٣٤	٤١٤			
الدخل الشهري	بين المجموعات	١٠,٧٣٢	٨	١,٣٤٢	١,٠١٦	٠,٤٢٣
	داخل المجموعات	٥٣٦,١٦٩	٤٠٦	١,٣٢١		
	المجموع	٥٤٦,٩٠١	٤١٤			
العمر	بين المجموعات	١,٧٤٩	٨	٠,٢١٩	٠,٨٩٤	٠,٥٢١
	داخل المجموعات	٩٩,٢٩٦	٤٠٦	٢٤٥,٠		
	المجموع	١٠١,٠٤٦	٤١٤			
الوظيفة	بين المجموعات	٢,٥٣٨	٨	٠,٣١٧	١,٢٩٣	٠,٢٤٥
	داخل المجموعات	٩٩,٦٤٥	٤٠٦	٢٤٥,٠		
	المجموع	١٠٢,١٨٣	٤١٤			

قيمة F الجدولية عند درجة حرية ٨، ٢٨٠" ومستوى دلالة ٠,٠٥ تساوي ١,٩٤،

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

اختبار ستودنت:

$$1H_0: Q1 = 0 \text{ أي لا توجد علاقة}$$

$$1H1: Q1 \neq 0 \text{ أي توجد علاقة}$$

$$t^c = 18.96 t^T_{(380.0.05)} = 1.960$$

نرفض H_0 بمستوى معنوية 0.05 إذا كان $T > t_0.05$ ، أي إذا كان $T > 1.96$ أو $(t^c > t^T)$ وحيث أن $T = 0.86, 0.42, 0.52, 0.24$ وهي أكبر من القيمة الجدولية المساوية لـ ١,٩٦٠، فنرفض H_0 ونقبل H_1 أن عدم وجود علاقة ارتباط وتأثير في اختيار العملاء للبنوك الإسلامية يعزى للعوامل الديموغرافية.

الخاتمة والنتائج: إن العديد من الأفراد يميلون للتعامل مع البنوك الإسلامية انطلاقاً من الدافع الديني، إذ تقوم التعاملات في هذه البنوك بعيداً عن الربا، وفي إطار شرعي، بما يوفر ضمانات أكيدة للمتعاملين مع هذه البنوك بالابتعاد عن أي شبهة تتصل بالربا، كما أن الدافع الديني هو سلوك يعبر به الأفراد عن اختيارهم للبنوك الإسلامية بعيداً عن التعامل غير المشروع، فلدى عملاء البنوك الإسلامية رغبة أكيدة بالحصول على الأرباح بعيداً عن مفهوم الفائدة. أما بالنسبة للفرضية الثانية فإن المتغيرات الديموغرافية لا تؤثر على قرارات اختيار العملاء.

الهوامش:

١. فادي الرفاعي المصارف الإسلامية منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الثانية ٢٠٠٧ ص ١١١
٢. د. محمود سحنون، الاقتصاد النقدي والمصرفي، بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر ٢٠٠٣، ص ٩٦
٣. د. محسن أحمد الخضيري، البنوك الإسلامية إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٥، ط ٢، ص ١٧
٤. محمود سحنون - الاقتصاد النقدي والمصرفي - بهاء الدين للنشر، الطبعة ٢٠٠٢، ص ٩٥
٥. أحمد التجار، المصارف الإسلامية، مجلة المسلم المعاصر، ع ٢٤، بيروت، لبنان، ١٩٨٢، ص: ٦٣
٦. مصطفى إبراهيم محمد مصطفى تقييم ظاهرة تحول البنوك التقليدية للمصرفية الإسلامية لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي جامعة مصر الدولية م ٢٠٠٦ ص ٢٤
٧. خالد صالح عوف قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد ٢٨ - العدد الثاني - ٢٠١٢ ص ٥٦٢
٨. محمود يونس وعبد النعم مبارك - النقود وأعمال البنوك والأسواق الدار الجامعية - طبعة ٢٠٠٢ ص ٩٦
٩. جبيلي هدى قياس جودة الخدمة المصرفية مذكرة مكملة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ٢٠٠٦ ص ١٢٤
١٠. فادي الرفاعي المصارف الإسلامية منشورات الحلبي الحقوقية الطبعة الثانية ٢٠٠٧ ص ١١١
١١. محمود يونس وعبد النعم مبارك - النقود وأعمال البنوك والأسواق الدار الجامعية - طبعة ٢٠٠٢ ص ٩٦
١٢. فليح حسن خلف - النقود والبنوك - جدارا للكتاب العالمي عمان الأردن - طبعة ٢٠٠٦ ص ١٦
١٣. رواه بخاري في كتاب الوصايا ح ٢٥٦٠، ومسلم في كتاب الإيمان ح ١٢٩
١٤. رواه مسلم في كتاب البيوع، ح ٢٧٨٢
١٥. مولود ديدان - أبحاث في الإصلاح المالي - دار بلقيس الجزائر - ٢٠١٠ ص ٢٥
١٦. pp102006 waseem Ahmad - "Islamic Banking in the United Kingdom Opportunities and Challenges" - Kingston Business University London
١٧. فليح حسن خلف - النقود والبنوك - جدارا للكتاب العالمي عمان الأردن - طبعة ٢٠٠٦ ص ١٦
١٨. رواه بخاري في كتاب الوصايا ح ٢٥٦٠، ومسلم في كتاب الإيمان ح ١٢٩
١٩. رواه مسلم في كتاب البيوع، ح ٢٧٨٢