

تقييم رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية مقارنة مع البنوك التجارية في الأردن

الدكتور غسان سالم الطالب
جامعة العلوم الإسلامية العالمية - الأردن
كلية المال والأعمال

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بواقع الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية والبنوك التجارية في الأردن والتعرف على مدى رضا عملائها على ما تقدمه من خدمات ومدى حصول هذه الخدمات على رضا وولاء عملاء تلك البنوك وذلك على شكل مقارنة بين ما تقدمه البنوك الإسلامية والبنوك التجارية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي بالإضافة إلى تصميم استبيان مكون من (25) فقرة وقد بلغ عدد الاستبيانات الموزعة (100) استبيان تم توزيعها على عدد من عملاء البنوك في الأردن مناصفة بين البنوك الإسلامية والتجارية (عينة الدراسة) وتم استرداد (97) استبيان، تشير نتائج تحليل الاستبيان إلى وجود توافق إلى حد ما بين البنوك الإسلامية والتجارية إلا في بعضها، وإن معظم العملاء يفضلون التعامل مع البنوك الإسلامية للحصول على تمويل حسب الشريعة الإسلامية. يوصي الباحث بضرورة قيام المسؤولين في البنوك الإسلامية على تقديم خدمات مخصصة لجذب العملاء بالإضافة إلى تركيزهم على تقديم الخدمات بأقل وقت وجهد وتكلفة على العملاء.

Abstract

This paper aimed to identify the services presented by the Islamic and commercial banks in Jordan and to know how satisfied customers on their services and the extent to which these services on satisfaction and loyalty of customers of such banks in the form of comparison between its Islamic and commercial banks. The descriptive method used in addition to questionnaire consisting of 25 paragraphs. A total of 100 questionnaires distributed to a number of bank customers in Jordan both between the Islamic and commercial banks have been recovered 97 questionnaire. The results of the analysis resolution to accept to a certain extent between Islamic and commercial banks but in some cases, most customers prefer to deal with Islamic banks for funding according to Islamic law. The researcher recommended in this paper to the need for the officials of Islamic banks to present specialized services to attract customers in addition to the focus on providing services on less time , effort and cost to the customers .

مقدمة:

يتكون الجهاز المصرفي من عدد من المؤسسات المالية الوسيطة التي تقبل الودائع المالية من الجمهور وتعيد توزيعها أو إقراضها.

فهي تقوم عادة بحفظ ودائع الأفراد وجمع مدخراتهم وتسهل لهم وسائل الدفع في معاملاتهم المالية وأمور حياتهم وأعمالهم ، كما تساهم في تنمية المجتمع اقتصاديا بتقديم وسائل الائتمان كالقروض والسلف والتسهيلات المالية المتنوعة التي يحتاجها الأفراد أو المشروعات أو المؤسسات الحكومية والخاصة .

ويختلف عدد هذه المؤسسات ونوعها من مجتمع لآخر وذلك لأسباب منها ما يتعلق بتطور ونشأة هذه المؤسسات أو النظام الاقتصادي الذي تعمل من خلاله أو حاجة الأفراد والمؤسسات التي تتعامل معها.

أما بالنسبة للقطاع المصرفي الأردني - مقارنة بغيره من الأقطار النامية - فله مسيرة متميزة ، شهد فيها ذلك القطاع ازدهارا ونموا متسارعا في فترة زمنية قصيرة نسبيا بحيث أضحى نموه سمة اعتبرت من أبرز مظاهر التقدم الاقتصادي في الأردن .

ولقد وعي البنك المركزي دوره تجاه الجهاز المصرفي النامي والمتطور إذ أنه بالإضافة إلى عمله في توجيه نشاطاته وفعالياته لتحقيق الاستقرار النقدي ، كان يتحمل عبئا رئيسا في اقتراح وتحديث قوانينه وأنظمتها بحيث يمكنها من مواكبة التطور المستمر في أعماله ونشاطاته لكي تلائم الظروف المالية والمصرفية المستجدة .

وسيتيم في هذه الدراسة استعراض أنواع الخدمات التي تقدمها المصارف التقليدية والإسلامية والمقارنة بينها ثم قياس مدى رضى العملاء في كلاهما من خلال استبانته صممت ووزعت على عملاء كلا النوعين من المصارف.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية مقارنة مع المصارف التجارية ومدى تأثير جودة هذه الخدمات وسرعة إنجازها على رضاهم عنها وذلك من خلال المقارنة بين الخدمات المقدمة في كلا النوعين من البنوك سواء الإسلامية أو التجارية والبحث عن الميزة الرئيسة التي تميز معاملات كلا من البنوك الإسلامية مع البنوك التجارية والخروج بالتوصيات الملائمة التي من شأنها مساعدة إدارة المصارف على تنويع الخدمات المقدمة للوصول إلى رضا العملاء وولائهم وبالتالي زيادة الإقبال على مثل هذه البنوك .

مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من الواقع العملي الذي يشهده القطاع المصرفي العامل في الأردن بشقيه التجاري والإسلامي والناجمة عن استحداث كل منهما لخدمات مصرفية متنوعة في ظل هذه البيئة التنافسية الشديدة التي يشهدها القطاع المصرفي العامل، ومن أهم المشاكل التي يمكن لنا ذكرها في هذا السياق ما يلي:

1. هل تقوم البنوك الإسلامية بتأدية الأعمال المصرفية المتنوعة بنفس جودة وسرعة البنوك التجارية في سبيل كسب ثقة المتعاملين ونبيل ولائهم؟
2. هل تؤدي البنوك التجارية خدمات التكافل الاجتماعي كما تقوم بها البنوك الإسلامية؟
3. هل تعتبر عوامل جذب العملاء مغرية في البنوك الإسلامية كما هي في البنوك التجارية؟
4. هل يفضل العملاء أساليب التعامل في البنوك الإسلامية كالتالي يفضلونها في البنوك التجارية؟
5. هل تعتبر التكاليف المأخوذة من العملاء في البنوك التجارية متدنية مقارنة مع المأخوذة في البنوك الإسلامية؟
6. هل تؤدي البنوك الإسلامية نفس الخدمات التي تؤديها البنوك التجارية؟

فرضيات الدراسة:

استنادا إلى المشاكل التي تم عرضها والتي تم التطرق إليها سوف يتم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية والخدمات التي تقدمها المصارف التجارية.

الفرضية الثانية:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين المعاملة التي تقدمها المصارف الإسلامية لعملائها والمعاملة التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها.

الفرضية الثالثة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين تكاليف الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية وتكاليف الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية.

الفرضية الرابعة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه المصارف الإسلامية والمصارف التجارية من خدمات مخصصة لجذب العملاء.

الفرضية الخامسة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه المصارف الإسلامية والمصارف التجارية من خدمات التكافل الاجتماعي.

الفرضية السادسة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين السرعة المستخدمة لانجاز الخدمات في البنوك الإسلامية و السرعة المستخدمة لانجاز الخدمات في البنوك التجارية.

الفرضية السابعة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة في البنوك الإسلامية و جودة الخدمات المقدمة في البنوك التجارية.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من الاعتبارات التالية:

- (1) يعتبر قطاع البنوك من القطاعات الرئيسية والتي تلعب دروا هاما في الاقتصاد الوطني .
- (2) تتناول الحديث عن أحدث الخدمات المستخدمة في قطاع المصارف المحلي وإن كان استخدامها يتم بشكل متواضع.
- (3) التعرف على مدى قبول العملاء ورضاهم عن الخدمات التي تقدمها البنوك مع العلم بأن أعداد المتعاملين مع البنوك في تزايد مستمر.

منهجية الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يشكل أحد المناهج العلمية التي من الممكن أن نستخدمها بسهولة وذلك للقيام بوصف عينة الدراسة التي تشتمل على العديد من الخصائص الأمر الذي يؤدي بطبيعة الحال إلى المساعدة في تحليل الإجابات التي سوف نحصل عليها من هذه العينة .

وسوف يتم توزيع استبانة على العينة المختارة، والتي تم اختيارها بشكل عشوائي بسيط.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية والإسلامية العاملة في الأردن، تم اختيار البنوك التي سوف تكون فيها عينة الدراسة والمكونة من 100 عميل من المتعاملين مع هذه البنوك والذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة:
أولا: البنوك الإسلامية:

تم توزيع الاستبيان على فروع البنك الإسلامي الأردني والتي شملت: كل من فرع جبل الحسين وفرع الجاردنز (وصفي التل) في عمان، وفرع البقعة وفرع السلط، وفرع الرمثا وفرع اربد.
ثانيا: البنوك التجارية:

تم توزيع الاستبيان على كل من بنك الأردن فرع الشميساني، والبنك التجاري الأردني فرع القويسمة، والبنك الأهلي فرع البقعة، والبنك التجاري الأردني فرع الرمثا، وبنك القاهرة عمان فرع اربد.

أداة القياس:

سيتم اعتماد استبانته تحتوي على 25 سؤال متنوع بقياس فرضيات الدراسة وبما يفي بأغراض ومتطلبات البحث والذي سوف يعتمد على دقة الإجابة من قبل العينة.

التحليل الإحصائي المستخدم:

سيتم استخدام اختبار (Independent Samples Test) المقارن والذي يستخدم لقياس الفروقات بين الأوساط الحسابية لعينتي مجتمع الدراسة.

مصادر وأدوات جمع البيانات:

سيتم الحصول على بيانات الدراسة من خلال :

1 - المصادر الأولية: والتي تشتمل على استبانته سيتم توزيعها على عينة الدراسة للحصول على المعلومات اللازمة للدراسة.

2 - المصادر الثانوية: والتي تشتمل على الكتب والدراسات السابقة التي

تناولت هذا الموضوع

وسوف يتم توزيع استبانته على العينة المختارة، والتي تم اختيارها بشكل عشوائي.

متغيرات الدراسة:

لقد اشتملت هذه الدراسة على متغيرات مستقلة ومتغير تابع واحد.

■ المتغيرات المستقلة:

■ التعريف الإجرائي للمتغيرات المستقلة:

(1) جودة الخدمات المقدمة في البنوك:

عرفت الجودة بأنها: الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للعميل، وأنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها، وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات العميل المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها، وتؤكد أغلب صناعات الخدمة على أن

الجودة وسيلة لدعم المنافسة ، وأن الخدمة الممتازة عدت السلاح التنافسي الاستراتيجي الرئيسي والجزء الأهم أن الجودة تعد الإستراتيجية التسويقية لصناعة الخدمات المصرفية.

(2) سرعة تأدية الخدمات في البنوك :

تعتبر سرعة تأدية الخدمات من الخصائص الهامة التي يركز عليها البنك لتأدية واجباته تجاه العملاء كاستخدام أحدث التقنيات كنظام الحوالات السريع.

(3) مدى التنوع الحاصل في خدمات البنوك:

وهي عدد الأشكال والنماذج التي يعرضها المصرف من الخدمة في مختلف مراحل حياة الخدمة من أجل التجاوب مع حاجات وفئات المشترين وأجزاء السوق والتي تتصدى من خلالها لتخطيط المنافسين وتحقيق أعلى حصة سوقية. مدى توافر خدمات متميزة تساهم في جانب العملاء:

المهمة الرئيسية للتسويق تكمن في جذب الزبون ، واستمرارية تعزيز العلاقات معه وتهدف 4 إلى بناء علاقات الخدمة المتعددة على المدى الطويل وتحصيل الرضا الكلي عن الخدمات المصرفية .

(4) القدر الذي تؤثر فيه التكلفة على مدى إقبال العملاء :

تعتبر التكلفة على قدر من الأهمية مقارنة مع المتغيرات الأخرى لأنها تؤثر على مدى إقبال العملاء على البنوك ، كتكاليف إنجاز المعاملات التي يحتاجها العميل .

(5) مدى مساهمة البنوك في تقديم خدمات التكافل الاجتماعي :

يعتبر التكافل الاجتماعي أحد الركائز المهمة لبناء أي مجتمع متكامل ومتكافل بتقديم المساعدات متعددة الأنواع كتقديم القروض الحسنة في البنوك الإسلامية، وتقديم البعثات الدراسية للطلاب.

(6) المعاملة الأفضل المقدمة في البنوك ومدى مساهمتها في إقبال العملاء:

يهدف النظام المصرفي إلى تطوير العلاقات الدائمة والمستمرة مع عملاء الخدمة وتطوير المزيد من العلاقات الشخصية مع الزبائن لكونها ذات أهمية مستقبلية.

■ المتغيرات التابعة:

■ التعريف الإجرائي للمتغير التابع:

رضا العملاء ومدى إقبالهم على البنوك التجارية أو الإسلامية:

هو ناتج نهائي للتقييم الذي يجريه المستهلك لعملية تبادل معينة ، وأن عدم رضا الزبون والسلوك التكميلي ما هي إلا نتائج لعملية اتخاذ القرار في شراء المنتج ، ويصف الرضا وعدم الرضا

الشعور الطبيعي (السليبي والإيجابي) الذي يحدث بعد الشراء وأن شكوى الزبون ما هي إلا تعبير صريح عن حالة عدم الرضا .

والحكم بالرضا وعدم الرضا ناتج عن المقارنة بين توقعات الزبون بخصوص جودة الخدمة المشتراه وأداء وجودة الخدمة الفعلية التي يقيّمها الزبون.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات والكتابات السابقة التي بحثت في موضوع جودة الخدمات التي تقدمها المصارف ورضا العملاء عنها، ومن هذه الدراسات:

1. دراسة معلا، (1998) بعنوان "قياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن".

استهدفت هذه الدراسة قياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة من المصارف التجارية العاملة في الأردن وذلك من وجهة نظر عملاء هذه المصارف، بالإضافة إلى اختبار أثر بعض المتغيرات كعدد سنوات التعامل وعدد مرات شراء الخدمة.

وقد شملت الدراسة (627) عميلاً مصرفياً تم اختيارهم عشوائياً من كافة المصارف التجارية العاملة، وبينت الدراسة انه كان لكل من متغيرات عدد سنوات التعامل مع المصارف ومدى تكرار الخدمة أثر مباشر في تقييم العملاء لجودة الخدمة. وأوصى الباحث بضرورة قيام الإدارة في المصارف العاملة أن تتبنى برامج لتطوير وتحسين مستوى جودة الخدمة وخاصة مع زيادة المنافسة في السوق المصرفية وبرز الخدمة كميزة تنافسية في هذا السوق.

2. دراسة أبو موسى، (2000) بعنوان "اثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية" {دراسة مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك الإسكان} .

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلياً في كل من بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني ، والتعرف على مستوى رضا العملاء ودرجة ولائهم لمصارفهم ، كما هدفت أيضاً إلى ربط العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية المقدمة ، وزيادة الربحية المتمثلة بمعدل العائد على الاستثمار، وذلك بهدف تقديم اقتراحات وتوصيات من شأنها مساعدة إدارة كل من البنك الإسلامي الأردني وبنك الإسكان على تحسين مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلياً .

3. دراسة الطالب غسان (2004) بعنوان " تقييم الأداء المالي للبنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار " .

حيث استعرضت هذه الدراسة تطور البنوك الإسلامية وأوجه أنشطتها التي تختلف عن أنشطة البنوك التجارية إلى حد ما، بالإضافة إلى التعرف على مصادر واستخدامات الأموال لهذه المؤسسات المالية، وتمثلت مشكلة الدراسة بمدى قدرة البنوك الإسلامية على تحقيق أرباح من خلال قدرتها على الاستثمار وقدرتها على الالتزام بمعايير الجودة لأدائها المالي، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف بواقع وطبيعة البنوك الإسلامية بشكل عام ودراسة وتقييم الأداء المالي للبنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار بشكل خاص، وتوضيح عمل البنوك الإسلامية وأهدافها ودورها في تمويل مشاريع الاقتصاد الوطني.

ميزة الدراسة:

إن أهم ما يميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات السابقة أنها أعدت في وقت أصبحت فيه البيئة المصرفية التنافسية في ذروتها وغدا الوصول إلى أحدث الخدمات حاجة ملحة في كل البنوك التي تريد أن تكتب لمسيرتها النجاح والتقدم والاستمرارية، بالإضافة إلى ازدياد حدة التنافس في هذه الأنواع من البنوك على المستوى العالمي والمحلي بسبب التسارع من قبلها إلى جذب أكبر قدر من العملاء لما في ذلك من تحقيق لمعدلات مرتفعة من الرضا والقبول من قبل العملاء على تلك الخدمات .

كما وقامت هذه الدراسة بالتركيز على عملية المقارنة بصورة شمولية وموضوعية، وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار أن هذا البحث استغرق فترة قصيرة نسبياً . كما وأنها تناول الحديث عن أهم المصادر الحديثة التي يعتمد عليها البنك في الحصول على تمويل لعملياته المصرفية.

الخدمات المصرفية الأساسية والمساندة في المصارف التجارية والإسلامية المصارف التجارية:

للبنوك والمصارف التجارية وظيفتين أساسيتين الأولى هي قبول الودائع المختلفة من عملائها الذين لديهم فائض من الأموال والثانية هي إقراض فائض الأموال لعملاء آخرين . وعادة ما تقوم فروع هذه المصارف بتزويد عملائها بجدول للخدمات التي تقدمها وأسعار الخدمات إن لم تكن مجانية هذا ما تقدمه المصارف التجارية التقليدية في بريطانيا دون تعداد وسرد.

المصارف الإسلامية:

وفيما يتعلق بالمصارف الإسلامية نورد وبإيجاز بيانا لبعض المعاملات والخدمات المصرفية مما يجوز التعامل بها وفقا للشريعة الإسلامية:

1. فتح الحسابات الجارية وما يتبعها من إصدار الشيكات الشخصية والخدمات الأخرى المتعلقة بالحسابات الجارية بما في ذلك صناديق السحب والإيداع الآلية والمصرفية الشخصية، وإصدار الشيكات الأوروبية مع بطاقتها.... الخ.
2. إصدار وبيع الشيكات السياحية.
3. إصدار وترتيبات بطاقات الائتمان بما في ذلك فترة السماح الأولى.
4. صرف العملات الأجنبية.
5. شراء وبيع باقي المعادن النفيسة سواء نقدا أو بالآجل.
6. إصدار شهادات الودائع بالمعادن النفيسة.
7. تأسيس الشركات وطرح الأسهم للاكتتاب وتقديم الخدمات الإدارية للشركات القابضة.
8. المساهمة في رأس مال الشركات الأخرى.
9. شراء وبيع الأسهم سواء لحساب البنك أو لحساب عملائه وسواء مع دفع القيمة أو تأجيل دفعها.
10. تحصيل إرباح الأسهم وغير ذلك من الخدمات المتصلة بالمساهمين.
11. تقديم الاستشارات والخدمات فيما يتعلق باندماج الشركات أو شرائها.
12. بيع الشركات.
13. التعامل في أسواق الأسهم والسلع في الأنواع المشروعة جميعا.
14. إدارة الأوقاف.
15. إدارة الأموال إذا كان استثمارها مشروعا.
16. خدمات الخزائن الحديدية.
17. الخدمات الاستشارية.
18. دراسات الجدوى الاقتصادية.
19. الاستعلامات التجارية.

لذا هناك منافسة حادة بين المصارف في تقديم الخدمات المختلفة والدعاية لها تقوم بها دوائر التسويق في معظم المصارف في كل أنحاء العالم ، وبالرغم من الجهود الكبيرة في تقديم

الخدمات فان بعض العملاء ما زالوا يطلبون مزيدا من الخدمات لمواجهة حاجاتهم المالية ، مثل حاجتهم للتأمين والرهنات والاستشارات الاستثمارية والضريبية وتسهيلات السفر.

الخدمات المصرفية المساندة في المصارف التجارية والإسلامية:

تحصيل الأوراق التجارية:

يعهد العميل إلى المصرف الذي يتعامل معه بتحصيل حقوقه لدى الغير ، والمألوف أن يكون ذلك بالنسبة لحقوق ثابتة في سندات أو أوراق بحيث لا تحتاج عملية التحصيل إلا إلى تقديم للمدين أو من يمثله ومطالبته بالوفاء دون الحاجة إلى إجراءات أو إقامة الدليل ومناقشة وجود الحق ومقداره ، والغالب أن يكون التكاليف لتحصيل أوراق تجارية وليس هناك ما يمنع من تكليفه بتحصيل حق آخر.

أولا: الشيكات:

الشيك هو محرر مكتوب وفق شروط مذكورة في القانون ويتضمن أمرا صادرا من الشخص الساحب إلى شخص آخر يكون معروفا وهو المسحوب عليه بان يدفع لشخص ثالث أو لأمره أو لحامل الشيك مبلغ من المال مجرد الاطلاع على الشيك.

وتتساوى المصارف التجارية والإسلامية في تقديم خدمة تحصيل الشيكات لصالح عملائها، حيث تتوافق الأعراف المصرفية التقليدية مع الجواز الشرعي لدى المصارف الإسلامية.

ثانيا: الكمبيالات:

الكمبيالة هي سند الأمر ويسمى السند الأذني ومعروف باسم الكمبيالة وهو محرر مكتوب وفق شرائط مذكورة في القانون ويتضمن تعهد محرر بدفع مبلغ معين بمجرد الاطلاع أو في ميعاد معين قابل للتعيين لأمر شخص آخر هو المستفيد أو حامل السند.

وإذا كان شراء أو بيع الأوراق التجارية بأقل من قيمتها المسجلة فيها غير معمول به لدى المصارف الإسلامية لمخالفتها للشريعة الإسلامية ، حيث لا يصح حوالة الديون بأقل أو أكثر من قيمتها.

إلا أن خدمة تحصيل الكمبيالات المودعة برسم التحصيل فقط لدى المصارف الإسلامية جائز شرعا واخذ العمولة جائز أيضا سواء تم التحصيل عن طريق تسليم المبلغ نقدا أو عن طريق ترحيل قيمة الكمبيالة من حساب المدين لدى المصرف نفسه أو مصرف آخر إلى حساب المستفيد.

ثالثا: سندات السحب (البوليصة أو السفتجة):

سند السحب هو محرر مكتوب وفق شرائط مذكورة في القانون يتضمن أمرا صادرا من شخص هو الساحب إلى شخص آخر هو المسحوب عليه ، بان يدفع لأمر شخص ثالث هو المستفيد أو حامل السند مبلغا بمجرد الاطلاع أو في ميعاد معين أو قابل للتعيين. وبالطبع فان هذه الخدمات تجري بين المصارف التجارية المحلية ومراسليها من المصارف في الخارج وفق الأعراف المصرفية الدولية، وهي من أهم الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها في مجال التجارة الدولية الخارجية.

ولدى المصارف الإسلامية فان هذه الخدمة جائزة شرعا يقوم بها المصرف الإسلامي بقصد تسهيل التبادل التجاري، ومؤداها توسط المصرف بين عميله والمستورد أو المصدر في الداخل والمصرف المرسل في الخارج نيابة عن عميله هو الآخر.

وتقوم المصارف الإسلامية بفتح الاعتماد المستندية لصالح عملائها ، كما تتوسط في إيصال المستندات التجارية والمالية وتحصيل سندات السحب والعمل على تقديمها للقبول وفقا للأعراف التجارية والمصرفية كما تقوم بكافة ما تقتضيه أعمال التجارة الخارجية وتتقاضى مقابل ذلك العمولة أو الأجر وتسترد المصاريف الفعلية.

إلا أن المصارف الإسلامية لا تتعامل في خصم سندات السحب المقبولة كما يجري الأمر لدى المصارف التجارية حيث أن ورقة القبول التجارية هي ورقة مؤجلة الدفع ويكون المستفيد من الورقة أي مالكة الحامل لها ، راغبا بقبض قيمتها قبل حلول موعد الاستحقاق على أساس حسم نسبة مئوية من القيمة مقابل الزمن المتبقي ، فان هذه الصورة تتضمن بيع الدين الأجل بثمان عاجل اقل ، وهذا البيع من الربا المحرم شأنه في ذلك شأن الخصم في الكمبيالات التجارية.

إدارة الممتلكات:

أولا: حفظ الأوراق المالية أو إيداع المستندات:

إيداع المستندات لدى المصارف عملية منتشرة في الوقت الحاضر بسبب كثرة تداول الأوراق المالية ، ولذلك يلجأ مالك هذه الأوراق إلى المحافظة عليها بإيداعه لدى المصرف إذ تتوفر لديها أسباب الأمان أكثر مما لدى مالك الأوراق ويدفع مقابل ذلك أجرا بسيطا ، على أن الرغبة في الأمان ليست وحدها ما يدفع المالك إلى الإيداع فهناك طريقة أخرى أكثر تحميها لهذه الرغبة

وهي استئجار خزانة حديدية لدى المصرف يضع فيها ما يشاء فيتحقق له الأمان الكافي وبأجر أقل.

أما من الناحية الشرعية لدى المصارف الإسلامية فالأجر أو العمولة التي تتقاضاها المصارف على كافة عمليات الأوراق المالية صحيحة شرعا كما في حفظ الأوراق المالية أو تحصيل كوبونات الأوراق المالية ذلك أن ما يتقاضاه المصرف من أجور على هذه العملية إنما هو مقابل منفعة مقصودة محددة.

وهذه الخدمة المصرفية تقدم من قبل المصارف التجارية والإسلامية على السواء نظير اجر يتقاضاه المصرف من المودعين، حيث تتطابق الأعراف والأنظمة المصرفية التجارية التقليدية مع الجواز الشرعي في الفقه الإسلامي.

ثانيا: الاكتتاب في الشركات:

في الأصل فان نشاط الاكتتاب في الشركات هو من أهم وظائف بيوت الإصدار ، حيث تعمل هذه المؤسسات المالية على توفير رؤوس الأموال اللازمة للشركات القائمة والجديدة وذلك عن طريق إصدار الأسهم والسندات في الأسواق.

وتقوم المصارف التجارية التقليدية عادة بأعمال طرح الأسهم وفي بعض الحالات ضمان بيع كل الإصدار كما سبق أن وضحنا ، كذلك تقوم المصارف الإسلامية بأعمال طرح الأسهم للاكتتاب فقط دون السندات التي يهتم وجود فوائد متعلقة ومرتبطة بها وذلك مقابل الأجر أو العمولة وهي جائزة شرعا .

ولا تقوم بضمان بيع الأسهم كما في المصارف التجارية.

ثالثا: بيع (إدارة استثمار) الأسهم والسندات:

إحدى الخدمات التي تقدمها المصارف هي إدارة الاستثمار الخاص بالعميل، وهي ملائمة بالتحديد للعملاء الذين لديهم أسهم في الشركات أو في سوق الأسهم عموما أو الذين يرغبون في البدء بهذا النوع من الاستثمار في الأسهم والسندات المالية.

مجال الاستثمار في المحافظ التي تديرها المصارف الإسلامية أوسع نطاقا من تلك التي تديرها المصارف التقليدية والتي تقتصر موجوداتها على تمويل شراء وبيع الأسهم والسندات في السوق المالية ، مع الأخذ بعين الاعتبار أن استثمارات المصارف الإسلامية لا تشمل الاستثمار في السندات لارتباطها بالفائدة.

بمجال الاستثمار في المحافظ التي تديرها المصارف الإسلامية أوسع نطاقا من تلك التي تديرها المصارف التقليدية والتي تقتصر موجوداتها على تمويل شراء وبيع الأسهم والسندات في السوق المالية ، مع الأخذ بعين الاعتبار أن استثمارات المصارف الإسلامية لا تشمل الاستثمار في السندات لارتباطها بالفائدة.

إذن وبالرغم من سبق المصارف التجارية التقليدية خصوصا في الدول المتقدمة لتقدم هذه الخدمة والمرونة في تقديمها لمختلف شرائح المستثمرين إلا أن المصارف الإسلامية ، وكتيجة للفكر الإسلامي المعاصر ولسد حاجة من حاجات المسلمين وهي الاستثمار وعدم تعطيل الموال في شكلها السائل وحتى لا تصبح في حكم الاكتناز ، إنشاء صناديق الاستثمار ونجحت في تطبيقها العملي

رابعا: تأجير الصناديق الحديدية:

تقوم معظم المصارف التجارية بإعداد خزائن تؤجرها لعملائها يضعون فيها ما يشاؤون ، وهي عملية مفيدة للمصرف والعميل ، فهي لا تكلف المصرف كثيرا لان الخزائن توجد في غرف محصنة وغالبا تحت الأرض في مبنى المصرف وتأجير خزانة للعميل يدفعه للدخول مع المصرف في عمليات أخرى ويختلف اجر الخزانة بحسب نوع وحجم الخزانة.

مما سبق بيانه يتضح أن المصارف التجارية ما زالت تقوم بتأجير الصناديق الحديدية خدمة لعملائها، ولحقتها في ذلك المصارف الإسلامية لجواز ذلك شرعا، وهي خدمة لم تدر ربحا كثيرا للمصرف إلا أنها تجذب بعض العملاء وتعود عليها بالنفع.

أما بالنسبة للمصرف فان هذه الخدمة تحقق له دخلا منتظما إضافة إلى ما تحققه من توسيع وتوثيق علاقاته مع عملائه خلال حياتهم ومع ورثتهم بعد وفاتهم، ويستوفي اجر أو عمولة على هذه الخدمات كما هو متعارف عليه لدى المصارف التجارية منذ أمد طويل.

أما فيما يتعلق بالمصارف الإسلامية التي بدأت تقدم هذه الخدمة (خصوصا جانب إدارة الممتلكات العقارية للعملاء خلال حياتهم) وإدارة أموال التركات والوصايا بعد الوفاة فان اخذ الأجر عن مثل هذه الأعمال جائز شرعا لأنه مقابل منفعة معتبرة شرعا.

الخدمات المصرفية الاجتماعية:

وهي خدمات خاصة بالمصارف الإسلامية دون التجارية التقليدية ، لان من العلوم أن المصارف الإسلامية تقوم على استبعاد كل ما مكن شأنه أن يؤدي إلى الربا في جميع معاملاتها ، فضلا لاعتن ذلك فإنها تهتم بتقديم الخدمة الاجتماعية للأفراد والجماعات دون أن تحصل مقابلها على أي اجر أو منفعة ومن هذه الخدمات:

• القرض الحسن: إن الإسلام يحض المسلمين على التعاون والتكافل ومن مظاهر ذلك القرض الحسن الذي يقدمه الموسر للمعسر لا يبتغي منه إلا مرضاة الله تعالى ، ويمكن أن يقدم هذا القرض من المصرف الإسلامي لمن يحتاج من التجار ذوي الأمانة والصدق والمحتاجين من أصحاب المهن وبالإمكان كذلك أن يستوثق المصرف لنفسه فيرتحن العميل رهنا بحسبه إلى أن يستوفي الدين أو يأخذ سند كفالة أو نحو ذلك من الضمانات وللمصرف أن يسترد التكاليف والمصاريف الفعلية التي أنفقتها مقابل منح القرض فقط.

وهذه الخدمة يقتصر أداؤها على المصارف الإسلامية دون المصارف التجارية التقليدية حيث أن من أهداف المصارف الإسلامية قيام مجتمع إسلامي متكافل.

• إدارة أموال الزكاة: وفيما يتعلق بجمع الزكاة وتوزيعها من قبل المصارف الإسلامية فإن بنك ناصر الاجتماعي يعد أول مصرف مارس هذه العملية حيث أنه قام بتشكيل لجان شعبية تتولى هذه المهمة وبذل كل ما في وسعه في إدارة وتنفيذ هذه الفريضة وقطع شوطا طويلا أعطى نتائج واضحة ومشجعة، مما يثبت استعداد الناس وتحاولهم مع كل ما يدعوا إلى الخير، ولقد دأبت المصارف الإسلامية على ممارسة هذه العملية انطلاقا من أن لهذه المصارف أهدافا اجتماعية ابتغاء مرضاة الله.

الخدمات المصرفية الالكترونية:

يشهد العمل المصرفي الحديث طفرة في تسهيل تقديم الخدمات للعملاء لتناسب مع احتياجاتهم والأوقات والأماكن التي يطلبون فيها تقديم مثل هذه الخدمات وفيما يلي بيان لبعضها:

1. جهاز الصراف الآلي: وقد ظهرت هذه الخدمة الآلية منذ نهاية القرن الماضي واسمها بالإنجليزية يدل على تعدد الخدمات التي تقدمها وهي متصلة بالكمبيوتر الرئيسي للمصرف وتقدم مجموعة من الخدمات المصرفية ويتم الدخول لخدماتها بأحد أنواع البطاقات البلاستيكية المغنطة المسجل عليها أهم البيانات المتعلقة بالعميل وحسابه.

وفي هذا الوقت فإن المصارف التجارية والمصارف الإسلامية تتعامل مع هذا النوع من البطاقات الحديثة تسهيلا لخدمة عملائها ويخضع استعمال هذه البطاقات للاتفاقات الموقعة مع المصرف الذي يصدرها والقوانين السارية في الدولة المنية.

2. خدمة ال(E-Banking): وهي من الخدمات الحديثة والمباشرة حيث يستطيع عميل المصرف الوصول إلى رصيد حسابه لدى المصرف عن طريق استعمال الهاتف أو الانترنت

وتموجب رقم سري خاص به وإجراء عدد من المعاملات المصرفية في أي وقت كطلب رصيد حسابه أو كشفا لحسابه أو التحويل بين حساباته المختلفة أو لحسابات أخرى وضمن شروط محددة سلفا مع المصرف.

إصدار واستقبال الحوالات المصرفية

• أولا: إصدار واستقبال الحوالات المصرفية لدى المصارف التجارية:

(1) الحوالات الداخلية: والحوالة أصلا هي عبارة عن طلب خطي يتقدم به طالبها إلى احد البنوك يأمره فيها بدفع مبلغ محدد من النقود إلى شخص آخر.

وقد يكون طالب الحوالة والمستفيد منها شخصا طبيعيا أو اعتباريا وقد يكون طالب الحوالة عميلا لدى البنك ، أو تقدم بطلب الحوالة فقط دون أن يكون عميلا دائما للبنك.

ومن تعريفات الحوالة أنها أمر بالدفع صادر من بنك إلى بنك آخر أو من فرع إلى فرع آخر لدفع مبلغ معين إلى شخص معين أو أشخاص بناء على طلب شخص معين وتكون الحوالة بالنسبة للفرع إما صادرة أو واردة.

والحوالة الصادرة: هي التي يصدرها الفرع بطلب من شخص معين إلى بنك أو فرع آخر ليدفع ذلك البنك أو الفرع مبلغ معين إلى مستفيد معين.

والحوالة الواردة هي الأمر الوارد إلى الفرع من بنك أو فرع آخر لدفع مبلغ معين لمستفيد معين ومن سياق هذا التعريف ومما استقر عليه العرف المصرفي فإن بعض وسائل الدفع الداخلية لا تعتبر حوالات وان كان من المناسب الإشارة إليها وهي:

• الشيكات وهي معروفة لكل الناس كوسيلة ملائمة للدفع ولكن لها قوة الأوراق النقدية وبعض الدائنين قد يرفضون قبولها.

• حوالات الجيرو: وهي معروفة بالنظام المصرفي الانجليزي و تسمى Bank Gyro

Credits وأحيانا Credit Transfers وهي تمكن أي شخص ليدفع في حساب شخص

آخر لدى البنك مبلغا من النقود حتى لو لم يكن للدافع حساب لدى البنك، وقد يكون الدفع

لدى بنك آخر غير بنك المستفيد، وكثيرا ما تستعمل هذه الوسيلة لدفع فواتير الكهرباء أو الهاتف

أو لدفع الإقساط المستحقة على طالب التحويل لإحدى الشركات التي تتبع بالتقسيط وتستعمل

أحيانا من قبل الشركات الأخرى لدفع رواتب موظفيها.

● بطاقات الائتمان: وهي وسيلة من وسائل الدفع الحديثة حيث يتم شراء البضائع و الخدمات بواسطتها، ويتم دفع القيمة و القيد على حساب الشركة أو البنك مصدر البطاقة فوراً بينما يتم استيفاء المبلغ من العميل حامل البطاقة لاحقاً.
الحوالات المصرفية تتم بوسائل متعددة منها:

● بطاقات الائتمان: وهي وسيلة من وسائل الدفع الحديثة حيث يتم شراء البضائع و الخدمات بواسطتها، ويتم دفع القيمة و القيد على حساب الشركة أو البنك مصدر البطاقة فوراً بينما يتم استيفاء المبلغ من العميل حامل البطاقة لاحقاً.
● الحوالات المصرفية تتم بوسائل متعددة منها:

1. الحوالات البريدية Mail Transfer: حيث يتقدم العميل او طالب الحوالة بكتاب خطي إلى البنك يطلب فيه تحويل مبلغ من النقود إلى شخص آخر (المستفيد) Beneficiary. يذكر اسمه وعنوانه الكامل ورقم حسابه أن وجد لدى البنك الدافع Paying Bank الذي قد يكون البنك نفسه أو احد فروع أو فرع بنك آخر.

2. الحوالة الهاتفية Telephone Transfer: وعادة ما تكون بين فروع البنك نفسه أو بين البنك وبنك آخر توجد بينه وبين فرع البنك المحول ترتيبات خاصة للمعاملات الهاتفية مع استعمال رقم سري للإثبات ولها صفة الاستعجال.

3. الحوالات البرقية Telegraphic or Cable Transfer: ويتم إصدار الحوالات بالبرقيات بعد وضع رقم سري وتوقيعها من المسؤولين بالبنك مع وجود تاريخ للإصدار حيث يستعمل مع الرقم السري للإثبات وهذا النوع من الحوالات قل استعماله وحلت محله طرق جديدة.

4. الشيكات المصرفية Bankers Drafts: هنا يصدر فرع البنك شيكا مصرفيا مسحوبا من قبل الفرع على الإدارة العامة للبنك أو احد الفروع الرئيسية، بناء على طلب من احد عملائه ويكون طلب العميل في هذه الحالة لتقديم الشيك المصرفي إلى إحدى الجهات التي تتطلب أن يكون الدفع بموجب شيك مصرفي أو مصدق مضمون الدفع، ويأتي هذا النوع من الشيكات بعد النقود كأداة وفاء، ومن فوائده انه يجنب العميل مخاطر حمل مبالغ نقدية كبيرة وخصوصا عند دفع ثمن بيت أو سيارة أو سلعة ذات قيمة كبيرة.

(2) الحوالات الخارجية: إن ما يميز الحوالات الخارجية عن الحوالات الداخلية هو:

أ- أن البنك الدافع في حالة الحوالات الخارجية يكون بنكا موجودا في دولة أخرى وان كان فرعاً للبنك مصدر الحوالة.

ب- غالبا ما تكون قيمة الحوالة الخارجية بعملة الدولة التي يوجد فيها البنك الدافع ويسمى البنك المرسل في هذه الحالة.

وتنقسم الحوالات الخارجية إلى حوالات صادرة وحوالات واردة، وتتميز بالتعامل بالعملات الأجنبية يبعاً في حالة الحوالات الصادرة أو شراء في حالة الحوالات الواردة، حيث يخضع التعامل في العملات الأجنبية في بعض الدول لرقابة الدولة من خلال البنك المركزي فيها. وتكون فائدة البنك التجاري التقليدي من تقديم خدمة الحوالات الداخلية الصادرة أو الواردة هو ما يتقاضاه البنك من عمولات أو أجور لقاء تقديم هذه الخدمة.

أما في حالة الحوالات الخارجية الصادرة أو الواردة فستفيد البنك من العمولات والأجور بالإضافة لما يربحه من بيع العملات الأجنبية في حالة الحوالات الصادرة أو شراء العملات الأجنبية في حالة الحوالات الواردة.

● ثانياً: إصدار واستقبال الحوالات المصرفية لدى البنوك الإسلامية:

نبدأ في تعريف هذه الخدمة من وجهة نظر شرعية حيث عرف الحنفية الحوالة بأنها نقل الدين من ذمة المحيل إلى ذمة المحال عليه وعرفها الشافعية بأنها عقد يقضي نقل دين من ذمة إلى ذمة، وعرفها الحنابلة بأنها انتقال مال من ذمة إلى ذمة بلفظها أو معناها الخاص وعرفها المالكية بأنها نقل الدين لمثله إلى أخرى تبرأ بها الأولى.

و بالتكليف الشرعي فإن عملية التحويل إنما يقوم بها المصرف باعتباره وكيلاً عن الأطراف المعنية، والوكالة عقد جائز شرعاً باجر كان أو بدون اجر، وهو جائز من الناحية الشرعية أما الربح الذي يجنيه المصرف من فرق السعر بين العملتين في التحويل الخارجي فهذا جائز شرعاً ما دام شرط التفاضل حاصل فعلاً لان كل عملية تعد نوعاً قائماً بذاته.

حيث تقوم البنوك الإسلامية باتخاذ نفس الإجراءات المحاسبية أو المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية التقليدية عند تقديم خدمة إصدار الحوالة واستقبالها، كما تستعمل نفس الوسائل التي يتم بها إصدار الحوالات لدى البنوك التقليدية والتي سبق ذكرها آنفاً.

كما تحتفظ البنوك الإسلامية المحلية بحسابات بالعملات الأجنبية لدى البنوك التجارية المراسلة في الخارج ولدى المصارف الإسلامية إن وجدت لتغطية قيمة الحوالات الصادرة عن هذه البنوك بالعملات الأجنبية أو لدفع قيمة اعتمادات الاستيراد الصادرة عن هذه البنوك والمعززة منها.

ولكن البنوك الإسلامية لا تتقاضى أية فوائد على أرصدة هذه الحسابات كما تفعل البنوك التقليدية.

وتستفيد البنوك الإسلامية من تقديم خدمة الحوالات بنفس الطريقة التي تستفيد منها البنوك التقليدية، حيث تتقاضى عمولة واجر من خدمة الحوالات الداخلية إضافة إلى ذلك ما تحصل عليه من ربح نتيجة بيع وشراء العملات الأجنبية في حالة الحوالات الخارجية. إصدار بطاقات الائتمان للاستعمال المحلي و الخارجي لدى المصارف التجارية والإسلامية وتصدر هذه البطاقات عن البنوك و المؤسسات المالية والشركات الكبرى وغيرها من المؤسسات.

وهي وسيلة للحصول على البضائع والخدمات فوراً والدفع فيما بعد، ويعطى كل حامل بطاقة سقفًا محددًا لبطاقته منفصل تمامًا عن حسابه.

وعادة ما تصدر هذه البطاقات عن دائرة بطاقات الائتمان لدى المصارف، ويجري استعمال هذه البطاقات في المحلات والأماكن التي تقبل هذه البطاقات، والتي يكون لديها ماكينات خاصة للتعرف على البطاقة وسقفها، وهي كمبيوترات متصلة بكمبيوتر مركزي منتشرة في كل أنحاء العالم، وقد تستعمل بطاقات الائتمان لسحب مبالغ نقدية من الماكينات الخاصة المنتشرة في الأماكن العامة وأماكن البيع والأسواق وفروع البنوك، وفي هذه الحالة يحتاج حامل البطاقة إلى استخدام الرقم الشخصي السري الخاص بالبطاقة لإمكانية الدخول واستعمال البطاقة بالسحب أو غيره من الخدمات المتوفرة.

مقابل ذلك يجري احتساب فائدة على الرصيد المتبقي وعادة ما تكون أعلى من أسعار الفوائد السائدة في السوق المصرفي، وذلك لحث العميل على التسديد وعدم المماطلة. يعطى أصحاب المحلات والشركات التي تتعاطى بيع البضائع أو تقديم الخدمات نسبة خصم محددة على أثمان مبيعاتها وخدماتهم للشركات المصدرة لبطاقات الائتمان، تختلف من بلد لآخر ومن تجارة لأخرى.

إن إصدار بطاقات الائتمان يجب أن يتم بعد دراسة وضع العميل أو طالب الإصدار ائتمانياً، وأن يكون طالب البطاقة عاقلاً راشداً وأن يكون مليئاً مالياً بمقدار لا يقل عن السقف المعطى له في البطاقة، ويجوز أن يصدر بطاقات تابعة للبطاقة الأصلية لأبناء أو زوجة صاحب البطاقة ممن بلغوا السن القانونية.

ويكون استعمال البطاقات التابعة ضمن السقف المحدد أصلاً للبطاقة الأصلية. تصدر البطاقات لطالبيها بعد الحصول على تفويض منه بالقيود على حسابه الجاري كافة الفواتير الواردة وأن يلتزم بتغطية الحساب الجاري إذا كشف نتيجة قيد قيمة هذه الفواتير. يتم تجميد البطاقات الائتمانية إذا قام العميل ببعض الأمور منها:

1. إعطاء معلومات خاطئة ابتداء.
2. عدم تسديد الحساب المكشوف بسبب الفواتير.
3. تكرار استخدام البطاقة بسقوف أكثر من السقف المعتمد.
4. إساءة استعمال البطاقة في حال السحب نقدا من الماكينات الخاصة.
5. التزوير أو الغش.

يجب على حامل البطاقة الإبلاغ عن فقدانها خطيا وبأية وسيلة ممكنة، حتى لا يساء استخدامها، حيث يجري إلغاء البطاقة التي ثبت فقدانها حيث يصار إلى إصدار بطاقة بديلة ويستوفي البنك عادة رسوم إصدار بطاقة الائتمان مبلغا مقطوعا من المال عن كل سنة أو سنتين. ويستوفي البنك التجاري كذلك فائدة عالية عن المبالغ المستحقة وغير المدفوعة والناجئة عن استعمال هذه البطاقات كما يستوفي جزء من الخصم المقدم من قبل البائعين. ولا تختلف البنوك الإسلامية عن البنوك التجارية في إصدار هذه البطاقات بمختلف أنواعها لعملائها، ووفق الأصول المتبعة لدى البنوك التجارية، حيث تستوفي البنوك التجارية والإسلامية رسوم إصدار للبطاقة بالإضافة إلى تحصيل العمولات أو الخصم المقدم من قبل البائعين ولكن البنوك الإسلامية لا تتقاضى أية فوائد على الأرصدة المستحقة وغير المدفوعة كما هو الحال لدى البنوك التجارية لتحريم ذلك شرعا. ومن الجدير بالتنويه انه بالإمكان استعمال البطاقات الائتمانية داخل البلاد وخارجها بالعملات المحلية والأجنبية.

تحليل البيانات

سيتم استخدام أسلوب التحليل (Independent Samples Test) المقارن والذي يستخدم لقياس الفروقات بين الأوساط الحسابية لعينتي مجتمع الدراسة.

أولا: وصف إجابات عينة الدراسة (للمتغيرات الديمغرافية) :

من خلال الإجابات التي حصلنا عليها من الاستبانة نلاحظ بأن التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديمغرافية كما يلي:

1. الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
67 %	65	ذكر
33 %	32	أنثى
100 %	97	المجموع

* نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبته 67 % من العينة ذكور والباقي إناث.

2. العمر:

<u>العمر</u>	<u>التكرار</u>	<u>النسبة</u>
30 – 18	41	42.3 %
40 – 31	29	29.9 %
50 – 41	24	24.7 %
61 فما فوق	3	3.1 %
<u>المجموع</u>	97	100 %

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.3 % من العينة تتراوح أعمارهم بين (30_18) وأن ما نسبته 29.9 % من العينة تتراوح أعمارهم بين (40 – 31) وأن ما نسبته 24.7 % من العينة تتراوح أعمارهم بين (50 – 41) وما تبقى من العينة ونسبته 3.1 % من العينة فتتراوح أعمارهم بين (61 فما فوق) .

3. المستوى العلمي:

<u>التحصيل العلمي</u>	<u>التكرار</u>	<u>النسبة</u>
دون الثانوية العامة	14	14.4 %
ثانوية عامة، دبلوم	29	29.9 %
بكالوريوس	44	45.4 %
دراسات عليا	10	10.3 %
<u>المجموع</u>	97	100 %

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبته 14.4 % من العينة كان تحصيلهم العلمي دون الثانوية العامة وأن ما نسبته 29.9 % من العينة كان تحصيلهم العلمي ثانوية عامة أو دبلوم وأن ما نسبته 45.4 % من العينة كان تحصيلهم العلمي بكالوريوس وما تبقى من العينة والذي نسبته 10.3 % كان تحصيلهم العلمي دراسات عليا .

4. العمل:

النسبة	التكرار	طبيعة العمل
% 46.4	45	قطاع خاص
% 23.7	23	قطاع حكومي
% 29.9	29	أخرى
% 100	97	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ما نسبته 46.4 % من العينة كانت طبيعة عملهم في القطاع الخاص وأن ما نسبته 23.7 % من العينة كانت طبيعة عملهم في القطاع الحكومي، وما تبقى من العينة والذين يشكلون ما نسبته 29.9 % فيعملون في مجالات أخرى .

ثانياً: وصف إجابات عينة الدراسة (للمتغيرات المستقلة) :

في البداية لقد قمنا بتوزيع الأوزان بالنسبة لأسئلة الاستبيان والخاصة بموضوع الدراسة على النحو التالي :

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
1	2	3	4	5	الأسئلة

أما الوسط الحسابي والانحراف المعياري والذي يصف إجابات عينة الدراسة فقد كان على الشكل التالي :

<u>الانحراف المعياري</u> (Std. Deviation)	<u>الوسط الحسابي</u> (Mean)	<u>الأسئلة</u> <u>Question</u> (Number)
1.25856	3.7526	Q1
1.18136	2.8557	Q2
0.84214	4.3505	Q3
0.97355	3.0103	Q4
0.97554	3.8351	Q5
1.03057	4.0206	Q6
0.93530	3.1443	Q7

0.97499	3.8660	Q8
0.97378	3.2680	Q9
0.81623	3.0206	Q10
0.93794	2.7835	Q11
1.03753	3.9175	Q12
0.90650	3.3814	Q13
0.72213	3.2474	Q14
1.08755	3.7629	Q15
1.03990	2.5670	Q16
0.96620	3.0620	Q17
1.14489	3.0412	Q18
0.85341	3.2887	Q19
1.06066	3.0000	Q20
1.04063	3.0206	Q21
1.14226	2.8660	Q22
0.73437	3.6598	Q23
0.96023	3.1237	Q24
0.94932	2.8763	Q25

نلاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات العينة إيجابية نحو الفقرات أعلاه وذلك لأن متوسطاتها الحسابية أكبر من متوسط أداة القياس (3) ما عدا الفقرات (2، 11، 16، 22، 25) فإن اتجاهاتها سلبية وذلك لأن متوسطاتها الحسابية أقل من متوسط أداة القياس (3).

ثالثاً : اختبار الثبات :

لقد تم استخدام اختبار (كروينباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس حيث بلغت قيمة ألفا (61.8%) وهي نسبة جيدة كونها أعلى من النسبة المقبولة (60%).

رابعاً : اختبار فرضيات الدراسة :

الفرضية الأولى:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية والخدمات التي تقدمها المصارف التجارية.
لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (14 ، 16، 18 ، 21 ، 22 ، 23 ، 24 ، 25) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	2.9697	0.42342	- 2.587	0.011
التجاري	3.2258	0.51610	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (-2.587) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 .
وهذا يعني أن البنوك الإسلامية تنوع في خدماتها مقارنة مع البنوك التجارية .
وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك الإسلامية.
الفرضية الثانية:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين المعاملة التي تقدمها المصارف الإسلامية لعملائها والمعاملة التي تقدمها المصارف التجارية لعملائها.
لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (1 ، 2 ، 15) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.5859	0.63800	2.870	0.005

—	—	0.66018	3.1828	التجاري
---	---	---------	--------	---------

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (2.870) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 . وهذا يعني أن البنوك الإسلامية تقدم معاملة أفضل للعملاء مقارنة مع البنوك التجارية . وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك الإسلامية.

الفرضية الثالثة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين تكاليف الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية وتكاليف الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية . لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (7 ، 13 ، 19) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.3283	0.53106	1.502	0.136
التجاري	3.1505	0.56985	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (1.502) وهي ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1 . وهذا يعني أن تكاليف الخدمات المقدمة في البنوك الإسلامية لا تعتبر أفضل بالمقارنة مع البنوك التجارية . وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك التجارية

الفرضية الرابعة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه المصارف الإسلامية والمصارف التجارية من خدمات مخصصة لجذب العملاء .

لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (3 ، 4 ، 12 ، 17)
الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.4343	0.49947	-1.080	0.283
التجاري	3.5591	0.59247	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (-1.080) وهي ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1 .
وهذا يعني أن البنوك الإسلامية لا تقدم خدمات مخصصة لجذب العملاء بشكل أفضل من البنوك التجارية. وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك التجارية.

الفرضية الخامسة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين ما تقدمه المصارف الإسلامية والمصارف التجارية من خدمات التكافل الاجتماعي.
لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (5، 6، 9، 10) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.5000	0.53986	1.647	0.103
التجاري	3.3011	0.58598	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (1.647) وهي ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1 . وهذا يعني أن البنوك الإسلامية لا تقوم بخدمات التكافل الاجتماعي بشكل أفضل مقارنة مع البنوك التجارية. وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك التجارية.

الفرضية السادسة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين السرعة المستخدمة لانجاز الخدمات في البنوك الإسلامية و السرعة المستخدمة لانجاز الخدمات في البنوك التجارية. لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (8 ، 11 ، 20) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.1768	0.44614	-0.857	0.396
التجاري	3.3011	0.74712	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (-0.857) وهي ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1 . وهذا يعني أن السرعة المستخدمة في البنوك الإسلامية لا تعتبر أفضل منها في البنوك التجارية. وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك التجارية.

الفرضية السابعة:

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة في البنوك الإسلامية و جودة الخدمات المقدمة في البنوك التجارية. لقد تمت عملية اختبار هذه الفرضية من خلال الفقرات (8 ، 11 ، 20) الموجودة في الاستبيان والجدول التالي يبين نتائج الاختبار لهذه الفرضية:

المصرف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة
الإسلامي	3.6061	0.69408	0.177	0.859
التجاري	3.5806	0.57069	—	—

لقد تم استخدام اختبار (T-test For Independent Sample) لاختبار الفرضية أعلاه والذي من خلاله ظهرت النتائج في الجدول السابق، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة = (0.177) وهي ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية H0 ونرفض الفرضية البديلة H1 . وهذا يعني أن جودة الخدمات في البنوك الإسلامية لا تعتبر أقل منها في البنوك التجارية. وتحليل الفروقات كان لصالح البنوك التجارية.

النتائج :

- من واقع هذه الدراسة نستطيع التوصل إلى النتائج التالية:
1. تفضيل أغلبية العملاء التعامل مع البنوك الإسلامية والحصول على التمويل حسب الشريعة الإسلامية .
 2. تنوع البنوك الإسلامية لخدماتها والذي يوازي إلى حد ما الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية باستثناء الخدمات الربوية .
 3. السرعة المستخدمة في البنوك الإسلامية ليست أفضل منها في البنوك التجارية ، وهذا ما أثبتتها إجابات العينة التي تم توجيه الاستبيان لها حيث أكدت على أن السرعة في إنجاز الأعمال في البنوك التجارية أفضل منها في البنوك الإسلامية.
 4. جودة الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية توازي إلى حد ما جودة الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية.
 5. الهدف الأساسي لأي مصرف سواء أكان إسلامياً أو تجارياً هو جذب أكبر قدر من العملاء ولكن من خلال ما توصلنا إليه من نتائج العينة فقد تبين لنا العكس لدى المصارف الإسلامية ويعزي الباحث هذه النتيجة إلى محدودية الاستثمارات التي تمارسها المصارف الإسلامية.

التوصيات:

- من أهم التوصيات التي خرجت بها هذه الدراسة ما يلي:
1. ضرورة التركيز على رضا العملاء ودرجة ولائهم لمصارفهم وربط مدى الرضا بمدى تحقيق الربحية التي تتوقعها البنوك لنفسها .
 2. ضرورة التركيز على مدى التقليل من الفجوات الحاصلة في تصور العملاء بين ما يتوقعون الحصول عليه من خدمات وبين الأداء الفعلي لتلك الخدمات .
 3. ضرورة قيام الإدارات في المصارف العاملة بتبني برامج لتطوير وتحسين مستوى جودة الخدمات وخاصة مع زيادة المنافسة في السوق المصرفية ومحاولتها بلوغ القمة في تأدية خدماتها مقارنة مع مثيلاتها وبروز الخدمة كميزة تنافسية في هذا السوق .
 4. ضرورة تركيز الإدارات في البنوك الإسلامية على محاولة تقديم خدمات مخصصة لجذب العملاء للتعامل معها .
 5. ضرورة تركيز الإدارات في البنوك الإسلامية على محاولة تقديم الخدمات بأقل جهد ووقت وتكلفة على العميل، حيث تعتبر كلها من الأمور التي تجذب العملاء للتعامل معها .
 6. ضرورة تبني الإدارات في البنوك التجارية لبرامج هادفة تشجع على مفهوم التكافل الاجتماعي وعدم اقتصار هذه الخدمات على البنوك الإسلامية فقط .

المراجع:

أولاً: الكتب العربية:

1. العجارمة، تيسير، 2005 التسويق المصرفي . دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، ، عمان .
2. السعيد، عبد المنعم، العيسى، نزار، 2004 النقود والمصارف والأسواق المالية _ دار وائل للنشر والتوزيع، ، عمان، الأردن .
3. عبد الله، خالد أمين ، الطراد، إسماعيل إبراهيم، 2006 إدارة العمليات المصرفية المحلية والخارجية دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، ، عمان_الأردن .
4. العبادي، عبد الله عبد الرحيم، 1981 موقف الشريعة من المصارف الإسلامية المعاصرة . المكتبة العصرية، ، بيروت .

5. حمود، سامي حسن ، 1982 تطور الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية .
مطبعة الشرق، ط2، عمان_الأردن.
6. رشيدات، ممدوح محمد ، 2001 التشريعات المالية والمصرفية في الأردن . دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان.
7. حنون، محمد حسن ، 2005 الأعمال والخدمات المصرفية التجارية والإسلامية . د.ن، عمان .
8. شكري، ماهر كنعن، 2004 العمليات المصرفية الخارجية . دار الحامد للنشر والتوزيع، ط2، عمان .

ثانياً: الدوريات والمجلات العلمية:

1. معلا، ناجي ذيب، 1998، "قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن: دراسة ميدانية، دراسات، العلوم الإنسانية، م.ج 25، ع 2، ص 374-357.
2. الطالب، غسان سالم، 2004، "تقييم الأداء المالي للبنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار" : المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية، العلوم الإنسانية، م.ج 8، ع 1، ص 123-111.
3. رسمية احمد أمين أبو موسى، "اثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الاردنية": "دراسة مقارنة بين البنك الإسلامي الأردني وبنك الإسكان"، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، 2000، عمان

بسم الله الرحمن الرحيم

الإخوة والأخوات المحترمين،

تهدف هذه الإستبانة إلى التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية وسرعة إنجاز هذه الخدمات مقارنة مع المصارف التجارية ومدى رضا العميل بذلك.

إن تعاونكم في الإجابة على أسئلة الإستبانة سوف يساعد الباحث على الوصول إلى الهدف الرئيسي من إجراء هذه الدراسة، لذا أرجو التكرم بقراءة هذه الإستبانة بدقة وتمعن بالإجابة على أسئلتها بموضوعية، علما بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم هذه المعلومات إلا لأغراض البحث العلمي فقط،

شاكرا لكم حسن تعاونكم

الباحث

القسم الأول : الأسئلة المتعلقة بالعميل :-

__الجنس:

- ذكر
- أنثى

__ الفئة العمرية:

- 18- 30
- 31- 40
- 41- 50
- 51 فما فوق.

__ المستوى العلمي:

- دون الثانوية العامة.
- ثانوية عامة، دبلوم.
- بكالوريوس.
- دراسات عليا.

__ طبيعة العمل:

- قطاع خاص.
- قطاع حكومي.
- أخرى

<u>الأسئلة</u>				
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
				1. أفضل التعامل مع البنوك الإسلامية بدلا من البنوك التجارية
				2. يوجد في المصارف الإسلامية موظفين مخصصين للتعامل مع العملاء المميزين ولا يتوفر ذلك في المصارف التجارية.
				3. أفضل الحصول على تمويل حسب الشريعة الإسلامية أكثر من الحصول على تسهيلات

					ائتمانية من البنوك التجارية.
					4. تؤجر البنوك التجارية الخزائن الحديدية ولا يتوفر ذلك في البنوك الإسلامية.
					5. تنافس البنوك التجارية البنوك الإسلامية في بلوغ ثقة الجميع في خدماتها المميزة.
					6. يتوفر لدى البنوك الإسلامية منح القروض الحسنة على عكس البنوك التجارية.
					7. العمولات التي يقتطعها البنك الإسلامي مقابل الخدمات الإضافية التي يقدمها العميل أعلى مقارنة مع البنوك التجارية (مثل تصديق الشيك، تصديق توقيع، كشف حساب.....).
					8. سرعة إنجاز البنوك التجارية لمعاملاتها اليومية تفوق سرعة البنوك الإسلامية.
					9. تقدم البنوك الإسلامية البعثات والدورات الدراسية مقارنة مع البنوك التجارية.
					10. يتوفر لدى البنوك التجارية خدمة إدارة أموال الشركات بعكس البنوك الإسلامية.
					11. سرعة إنجاز الاعتمادات المستندية والكفالات في البنوك الإسلامية تفوق سرعتها في البنوك التجارية.
					12. انتشار فروع المصارف التجارية وقدرتها على إيصال الخدمات إلى مختلف التجمعات السكانية يفوق ذلك لدى المصارف الإسلامية.
					13. تكلفة الحوالات الخارجية في البنوك الإسلامية أقل منها في البنوك التجارية.

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الأسئلة
					14. تتوفر لدى البنوك التجارية خدمة إدارة ممتلكات الأفراد بينما لا يتوفر ذلك في البنوك الإسلامية.
					15. فن التعامل مع العملاء العاديين في البنوك التجارية يفوق ذلك في البنوك التجارية.
					16. يتوفر لدى البنوك الإسلامية خدمة البطاقات الذكية بينما لا يتوفر ذلك في البنوك التجارية.
					17. توفر البنوك التجارية التمويل لأصحاب المهن والحرفيين على عكس البنوك الإسلامية.
					18. تواكب البنوك الإسلامية كل جديد في مجال الصناعة المصرفية والتكنولوجية أفضل من البنوك التجارية.
					19. تكلفة تجديد بطاقة الصراف الآلي على العميل في البنوك التجارية أعلى منها في البنوك الإسلامية.
					20. يتوفر لدى البنوك الإسلامية نظام الحوالات السريعة مقارنة بالبنوك التجارية.
					21. يتوفر لدى البنوك التجارية خدمات أعمال الصرافة بينما لا يتوفر ذلك في البنوك الإسلامية.
					22. يتوفر لدى البنوك التجارية نظام المقاصة الإلكترونية بينما لا يتوفر ذلك لدى البنوك الإسلامية.

					23. تقوم البنوك الإسلامية بدور الوكيل في عمليات البيع والشراء مقارنة مع البنوك التجارية.
					24. تقبل البنوك التجارية تلقي اكتتابات الشركات في مراحل التأسيس وزيادة رأس المال ولا يتواجد ذلك في المصارف الإسلامية.
					25. تتوفر لدى البنوك التجارية خدمات ال SMS لإبلاغ المشتركين عن بيانات الشيكات المرتجعة والمبالغ المسحوبة بعكس البنوك الإسلامية.