

تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني

دكتور/ ثامر علي النويران^(*)، دكتور/ فهد مطر المطيري^(**)

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الإسلامي الأردني من وجهة نظر الزبائن، وذلك حتى تتمكن إدارة البنك من معرفة موقعها التنافسي في السوق، وتوفير قاعدة بيانات عن تقييم زبائن البنك لجودة الخدمات المقدمة لهم ومدى رضاهم عن تلك الخدمات، مما يسمح للبنك من إجراء التعديلات المطلوبة على تلك الخدمات المقدمة للزبائن ومن ثم كسب رضاهم، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة ومعرفة تقييم الزبائن لتلك الخدمات تم اخذ عينة مكونة ٥٠٠ عميل من عملاء البنك الإسلامي الأردني وذلك بشكل عشوائي، حيث جرى تطوير استبانة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ومن ثم تم استخدام عدة أساليب إحصائية لتحليل النتائج واختبار الفرضيات، وقد توصلت الدراسة إلى أن تقييم زبائن البنك الإسلامي الأردني للخدمات المصرفية المقدمة لهم كانت ايجابية، وأوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك بتأهيل الموظفين لديها وتطوير خبراتهم ومهاراتهم من أجل تقديم أفضل الخدمات للزبائن، بالإضافة لضرورة إجراء مسح دوري لمعرفة آراء زبائن البنك للخدمات المقدمة لهم ليتم تعديلها وتطويرها بناءً على ذلك.

(*) دكتوراه في الاقتصاد والمصارف الإسلامية / مدير مركز منارات البادية للبحوث والدراسات - الأردن.

(**) دكتوراه في الاقتصاد والمصارف الإسلامية - السعودية.

المقدمة

تواجه المؤسسات المصرفية في عالمنا اليوم العديد من التحديات، ولعل من أبرزها تزايد أعداد المؤسسات المصرفية، وتنامي حدة المنافسة بينها، خاصة في ظل حرية التجارة، وزيادة التكتلات الاقتصادية، والانفتاح الاقتصادي، وزيادة متطلبات العملاء، وتسارع حركة التطور في مختلف المجالات.

وفي سبيل قيام تلك المؤسسات بمواجهة هذه التحديات خاصة في ظل نمطية الخدمات المقدمة للجمهور، فقد اتجهت معظم تلك المؤسسات للتركيز على جودة الخدمات المقدمة للزبائن، كأحد المداخل الرئيسية لزيادة قدرتها التنافسية بين تلك المؤسسات، ومن ثم زيادة الحصة السوقية لها وزيادة أرباحها.

وتعتبر قضية جودة الخدمات من القضايا التي تحظى بأهمية كبيرة على الصعيد العالمي والمحلي، حيث دخل هذا المفهوم في جميع المجالات تقريباً، وأصبحت المنظمات على وعي كامل بضرورة الاهتمام بقضية الجودة في مختلف أعمالها، ولم تقتصر قضية الجودة على المنتجات فقط بل تعدى الأمر إلى الكثير من الخدمات التي تقدمها المؤسسات أيضاً.

ولذلك فقد كان موضوع جودة الخدمات وخاصة المصرفية من المواضيع التي تصدرت اهتمامات الباحثين من خلال العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع من جوانب مختلفة، ولعل أهم تلك الدراسات المتعلقة بقياس الفجوة بين توقعات العملاء للخدمات المقدمة لهم والواقع الذي يلمسوه بعد الحصول على الخدمة، وهذا الجانب من الجوانب المهمة التي

تعطى المصرف صورة واضحة عن واقع الخدمة التي يقدمها، ومدى رضي الزبون عنها، مما يسمح للمصرف باكتشاف جوانب القصور في تلك الخدمات، وإعادة تصميم وتشكيل خدماته بما يلبي رغبات العملاء ويتجاوز توقعاتهم ويضمن استمرارية تعامل العميل مع المصرف، ويساعد المصرف على مواجهه المنافسة.

واستناداً لما سبق فقد جاءت هذه الدراسة لقياس جودة الخدمات التي تقدمها المصارف من وجهة نظر الزبائن، حيث تم أخذ البنك الإسلامي الأردني كنموذج ليتم دراسته، وقد تم تقسيم الدراسة لقسمين رئيسيين، الأول تعلق بالجانب النظري من الدراسة، من خلال الاستفادة من أدبيات هذا الموضوع، والجانب الثاني تعلق بالدراسة الميدانية.

مشكلة الدراسة

تعتبر قضية جودة الخدمات المصرفية من المواضيع المطروحة بشكل واضح في السوق المصرفي، وذلك كون الخدمات المصرفية تتسم بالنمطية والتشابه من حيث الطبيعة الإجرائية، مما أثر على إمكانية التميز في الخدمة، هذا بالإضافة لزيادة المنافسة بين المصارف، مما دفع المصارف للاهتمام بمجالات أخرى للتنافس، فبرز مفهوم جودة الخدمات المصرفية كمجال من مجالات التميز بين المصارف، وذلك لإشباع رغبات العملاء وكسب رضاهم وولائهم، الأمر الذي ينعكس بشكل مباشر على المصرف ويساهم في رفع الحصة السوقية وزيادة الأرباح، ومن هنا تحاول الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما تقويم العملاء لمستوى جودة الخدمات التي يقدمها البنك الإسلامي الأردني؟

كما يمكن تقسيم مشكلة الدراسة للأسئلة الفرعية التالية:

- إلى أي مدى يمكن أن تؤثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء؟
- ماذا نقصد بالخدمات المصرفية وما هي أهم خصائصها؟
- ما هي مفاهيم جودة الخدمات المصرفية وما هي أهم أبعادها؟
- ما هو تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم من المصرف؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، ومدى توافقها مع رغباتهم وحاجاتهم، وذلك بهدف تطوير تلك الخدمات والعمل على إرضائهم، وضمن هذا السياق فإن هذه الدراسة تسعى لتحقيق الأهداف التالية:

- ١- الكشف على مستوى رضى الزبون عن جودة الخدمات المقدمة له.
- ٢- التعرف على أهم أبعاد جودة الخدمات المصرفية والتي يوليها زبائن المصرف محل الدراسة الاهتمام.
- ٣- التعرف على مستوى الخدمات المصرفية الفعلية التي يقدمها البنك الإسلامي الأردني، وتلك التي يتوقعها الزبائن.
- ٤- تقديم المقترحات الكفيلة بتنفيذ جودة الخدمات المصرفية، وزيادة الحصة السوقية للمصرف.

٥- توفير قاعدة معلومات تساعد إدارة المصرف في تقييم مستوى الخدمات التي يقدمها، ومن ثم المساهمة في معالجة نقاط الضعف.

أهمية الدراسة

كما هو معروف فان السوق المصرفية تسير بشكل متنام في جو مليء بالمنافسة التي تستدعي الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية، ويمكن إجمال أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- معرفة توجهات الزبائن نحو الخدمات المصرفية المقدمة لهم وذلك بهدف تطويرها.
- تمكن المصرف من معرفة موقعة في السوق من خلال وجهة نظر زبائنه حول جودة الخدمات المقدمة لهم، ومدى رضاهم عن تلك الخدمات.
- مساعدة المصرف في تحسين وتطوير خدماته، من خلال معرفة مواطن القوة والضعف في تلك الخدمات، ومن ثم جذب أكبر قدر من الزبائن في السوق، وزيادة ربحية.
- يؤدي تطبيق نتائج هذه الدراسة لاستفادة الزبائن من خلال تحسين الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

سبب اختيار الموضوع

- من الأسباب الموضوعية التي كانت وراء اختيار هذا الموضوع ما يلي:
- لفت انتباه المصارف لأهمية جودة الخدمات في كسب رضا وولاء الزبون.

- تزايد اهتمام المصارف بتحسين جودة الخدمات المصرفية نظراً لاحتدام المنافسة فيما بينها.

منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري من هذه الدراسة من خلال الاعتماد على الكتب والأبحاث التي تناولت الموضوع، أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج الإحصائي باستخدام برنامج SPSS في تحليل آراء زبائن البنك فيما يقدمه من خدمات للوصول للنتائج التي تساهم في تطوير وتحسين الخدمات المصرفية، بالإضافة لاستخدام مقياس جودة الخدمات المعروف (SERVPERF).

فرضيات الدراسة

نظراً لاستخدام مقياس جودة الخدمات المعروف (SERVPERF) نفترض أن الجودة الكلية للخدمة المصرفية في البنك الإسلامي الأردني من وجهة نظر الزبائن تعتمد على خمسة أبعاد وهي: الجوانب الملموسة والاعتمادية والاستجابة والتعاطف والأمان، وبناءً عليه فقد استهدفت الدراسة اختبار الفرضية التالية: إن تقييم الزبائن لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم من قبل البنك محل الدراسة كان تقييماً سلبياً.

حدود الدراسة

تتجه الدراسة في إطارها الميداني نحو اختبار فرضية الدراسة في حدود زبائن البنك الإسلامي الأردني من خلال فروع في عمان والزرقاء والمفرق، وهي محافظات ذات كثافة سكانية عالية، حيث يبلغ عدد الفروع والمكاتب في تلك المحافظات ٥٥ فرعاً ومكتباً، وبنسبة ٥٦٪ من فروع ومكاتب البنك في المملكة.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن البنك الإسلامي الأردني في محافظات عمان والزرقاء والمفرق، حيث تم توزيع استبانات عددها ٥٠٠ استبانة اختيرت بشكل عشوائي خلال الفترة من ٩/١٠/٢٠٠٦ ولغاية ١٠/١١/٢٠١٦، أعيد منها ٤٧٨ استبانة، واستبعد ١٢ بسبب عدم اكتمال البيانات فيها، وتبقى ٤٦٦ استبانة صالحة للتحليل الإحصائي وبنسبة ٩٣٪ من إجمالي الاستبانات الموزعة، وأن عينة بهذا الحجم تعد مناسبة لتحقيق الغرض من الدراسة.

أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة بالاستبانة، حيث تم تصميمها بشكل يساعد في تحقيق الهدف من الدراسة، وقد قسمت إلى محورين، الأول وخصص للعوامل الشخصية والمحور الثاني وخصص بجودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، ولتحقق من صدق الاستبانة كأداة لجمع البيانات فقد تم عرضها على ثلاث محكمين متخصصين (الصدق الظاهري) وذلك للتأكد من دقة صياغة العبارات ووضوح عناصرها، حيث تم إجراء بعض التعديلات لرفع درجة المصداقية والقياس لأداة الدراسة، ومن ثم تم قياس مستوى الثبات والتناسق الداخلي باستخدام مقياس (كرون باخ الفا Cronbashes Alpha)، للتأكد من قدرة الفقرات على تفسير المتغيرات ومدى ثباتها وملاءمتها ووجود اتساق داخلي بين الفقرات، وقد كانت نتائج التناسق الداخلي بين العناصر المكونة للاستبانة مقبولة وكما في الجدول التالي:

جدول رقم (١)
معاملات كرون باخ الفا لمتغيرات الدراسة

المتغير	عدد الأسئلة	كرون باخ الفا
الجوانب الملموسة	٣	٧٢١٥،
الاعتمادية	٥	٨٠٢٦،
سرعة الاستجابة	٢	٨٢٠٣،
التعاطف	٧	٨٥٢٨،
الأمان	٧	٧٩٩٠،
جميع الفقرات	٢٤	٩٢٢١،

المصدر: من إعداد الباحث.

الدراسات السابقة

في حدود اطلاع الباحث فان هناك بعض الدراسات التي تحدثت عن موضوع جودة الخدمات المصرفية والتي ترتبط بدراستنا وهنا نذكر بعضها منها:

١- دراسة بشير محمود بعنوان «اثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة تنافسية المصارف» (٢٠١١)^(١)، وقد هدفت هذه الدراسة لبيان الدور الذي من الممكن أن تقوم به الخدمات المصرفية الجيدة على زيادة الحصة السوقية للمصرف، وقد قسم الباحث دراسته لجانب نظري وجانب تطبيقي من خلال تصميم استبانة للجمهور، وقد خلصته الدراسة لأن هناك علاقة

(١) محمود، بشير، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة تنافسية المصارف، مجلة الاقتصاد، الكويت، العدد السابع عشر، ٢٠١١.

قوية بين تطوير الخدمات المصرفية وزيادة حصة المصرف في السوق، حيث أوصى الباحث بضرورة الاهتمام بتطوير الخدمات المصرفية لمواجهة المنافسة في السوق المصرفي.

٢- دراسة وفاء ناصر بعنوان «جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضي الزبائن» (٢٠١١)^(١)، وقد هدف الباحث من خلال هذه الدراسة لبيان اثر جودة الخدمات المصرفية على رضي العملاء، وذلك من خلال أخذ عينة من عملاء المصارف في الكويت، وقد خلصت الدراسة لأن هناك علاقة قوية بين تطوير الخدمات المصرفية وتحقيق رضي العملاء، وقد أوصت الدراسة بضرورة إيجاد أقسام متخصصة في المصارف لتطوير الخدمات المصرفية وقياس هذا الرضي من وقت لآخر.

٣- دراسة مصطفى الناصر بعنوان «مدى إدراك ووعي عملاء البنوك لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم» (٢٠١٣)^(٢)، حيث هدفت هذه الدراسة لبيان مدى اهتمام وإدراك العملاء لجودة الخدمات المصرفية المقدمة اليه، وذلك من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من عملاء المصارف في لبنان، وقد توصلت الدراسة لان العملاء يولون جودة الخدمات المصرفية اهتماماً متزايداً، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتطوير الخدمات المصرفية أولاً بأول، وبما يتماشى مع الخدمات المقدمة من المصارف الأخرى.

(١) ناصر، وفاء، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضي الزبائن، دار الخور للنشر، قطر، الطبعة الأولى، ٢٠١١.

(٢) الناصر، مصطفى، مدى إدراك ووعي عملاء البنوك لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، مكتبة عصمت للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠١٣.

٤- دراسة عبد اللطيف عاشور بعنوان «العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية» (٢٠١٤)^(١)، حيث هدفت هذه الدراسة لبيان أهم العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية وذلك من خلال استطلاع رأي بعض مدراء المصارف في الجزائر، وذلك من خلال اخذ عينة من هؤلاء المدراء، وذلك للتوصل لأهم العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية، وقد أوصت الدراسة بضرورة إيجاد أقسام خاصة في المصارف لتطوير وقياس الخدمات المصرفية المقدمة من البنك.

٥- دراسة فارس عبيسات بعنوان «تحليل جودة الخدمات المصرفية» (٢٠١٥)^(٢)، وقد هدفت هذه الدراسة لتحليل ودراسة مدى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في الأردن، حيث تم أخذ عينة من عملاء البنوك التجارية في الأردن وتوزيع استبانة على هذه العينة، وقد توصلت الدراسة لنتيجة مفادها أن هناك تنافس بين المصارف التجارية في الأردن في تقديم خدمات بجودة عالية وذلك لكسب رضي العميل، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك التجارية حيث تعتبر من أهم الأساليب التي تستطيع من خلال هذه المصارف كسب رضي العملاء.

(١) عاشور، عبد اللطيف، العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية، بحث مقدم لمؤتمر النهوض الاقتصادي، الجزائر، ٢٠١٤.

(٢) عبيسات، فارس، تحليل جودة الخدمات المصرفية، بحث مقدم لمؤتمر المصارف العربية في مواجهة المنافسة، قطر، ٢٠١٥.

المبحث الأول

الخدمات المصرفية: مقدمة عامة

مفهوم الخدمة

قدم الكثير من الباحثين تعاريف متعددة للخدمة، فمثلاً عُرِفَت الخدمة على أنها «مجموعة إجراءات أو معاملات تقع بين مقدمة الخدمة وبين العميل، وذلك لإنتاج مخرجات تعمل على أرضاء العميل»^(١)، وعرفت أيضاً بأنها «نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف إلى طرف آخر لا شباع حاجة غير مشبعة لديه دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية من المنتج إلى العميل»^(٢).

خصائص الخدمة

يوجد عدة خصائص تميز الخدمة عن السلع المادية وهذه الخصائص هي^(٣):

- ١- الخدمة غير ملموسة: وهي أكثر الخصائص التي تُذكر للتفريق بين الخدمات والسلع أي انه لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو لمسها أو سماعها.
- ٢- التلازمة: وتعني ضرورة وجود مقدمة الخدمة والعميل في نفس الوقت حتى يتم تقديم الخدمة.
- ٣- تقلب الأداء أو عدم التماثل: وذلك لأن أداء الخدمة يتقلب من موظف

(١) دعبول، زاهر، مبادئ تسويق الخدمات، دار الرضا، دمشق، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص ١١.

(٢) أيوب، بوشة، أثر الابتكار المصرفي على جودة الخدمات المصرفية، مؤتمر الإدارة الرابع، شرم الشيخ، ص ٦.

(٣) محفوظ، حسين، الأساليب الحديثة في التسويق، دار المناهج للتوزيع والنشر، القاهرة، الطبعة الثانية، ص ١٩.

لآخر في نفس المؤسسة، كما أن أداء الموظف نفسه قد يتغير من وقت لآخر، لذلك فإن جودة الخدمة تعتمد على من يقدم الخدمة ومتى وأين وكيف يتم تقديمها.

٤- الفناء: تتميز الخدمة بالفناء حيث لا يمكن تخزينها واستخدامها في وقت آخر.

٥- عدم نقل الملكية: أي أن المستهلك يستفيد من الخدمة دون أن يمتلكها. ويلاحظ من الخصائص السابقة أنه يصعب تحديد وقياس جودة الخدمات وذلك بعكس السلع المادية.

مفهوم جودة الخدمة

تؤكد التوجهات الحديث على ضرورة الاهتمام بجودة الخدمات، وذلك لأنه إحدى الوسائل التي يمكن من خلالها تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، وقد تعددت تعاريف جودة الخدمة وذلك بسبب صعوبة حصر- خصائص الخدمة والعوامل المؤثرة فيها، فعرفها البعض بأنها «الفرق بين ما يتوقعه العملاء من الخدمة وما يحصلون عليه فعلياً»^(١)، أو هي «تقديم خدمات تتمتع بمستوى أفضل مما يتوقعه العملاء، أو التميز في تقديم الخدمات المطلوبة بفعالية بحيث تكون خالية من الأخطاء والعيوب والشوائب، وتقدم بأقل كلفة ممكنة كما أنها ترتقي لمستوى توقعات العملاء وتحقق رضاهم»^(٢)، كما تعرف بأنها هي «نتيجة عملية تقييم يقارن فيها الزبون

(١) عاشور، عبد اللطيف، **العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية**، بحث مقدم لمؤتمر النهوض الاقتصادي، الجزائر، ٢٠١٤، ص ٣٢.

(٢) الصميدعي، حاتم، **التسويق المصرفي**، دار المشرق للنشر، بيروت، الطبعة الثانية، ٢٠١١، ص ٦٣.

توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له»^(١)، وبالتالي فإنه يمكن القول أن جودة هي الفرق بين ما يُدعى أن هذه الخدمة تتمتع به وبين الأداء الفعلي لها.

مفهوم الخدمة المصرفية

تعرف الخدمات المصرفية بأنها «مجموعة من الخصائص الظاهرة والضمنية والخارجية التي يجب أن تتوافق مع احتياجات العملاء»^(٢)، كما تعرف على أنها «مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بني الطرفين»^(٣).

خصائص الخدمة المصرفية

تتصف الخدمات المصرفية بالعديد من الخصائص والتي يمكن إيجازها فيما يلي^(٤):

١ - الخدمات المصرفية ليست مادية وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها.

(١) ناصر، وفاء، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضي الزبائن، دار الخور للنشر، قطر، الطبعة الأولى، ٢٠١١، ص ٣٣.

(٢) أيوب، بوشة، أثر الابتكار المصرفي على جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص ٣٨.

(٣) بركات، محمود، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥، ص ٤٨.

(٤) شلبي، طارق، رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية، الصفاء للنشر والتوزيع، عين شمس، مصر، ٢٠٠٨، ص ١٣٤.

- ٢- الخدمات المصرفية ليست محمية براءات اختراع، وبالتالي فإنها تُقدم من عدد غير محدود من المصارف.
- ٣- الخدمات المصرفية فير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال.
- ٤- تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي. من خلل الاتصال بين مقدم الخدمة والعميل.
- ٥- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء فعند وجود خطأ أو عيوب عند تقديمها فإن الاعتذار هو البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- ٦- الخدمات المصرفية غير نمطية وتختلف طريقة تقديمها من زبون لآخر.

مفهوم جودة الخدمات المصرفية

ويتعلق هذا الأمر بمدى نجاح الخدمات المقدمة وبما يتوافق مع توقعات العملاء، وقد تباينت الاجتهادات في تعريف الجودة على الرغم من اتفاق الجميع على أهميتها ودورها في تحقيق ميزة تنافسية للمنتج في السوق، على اعتبار أنها مفهوم عالمي ذو دلالات مختلفة وذلك وفقاً لاختلاف وجهات نظر الباحثين^(١)، وعند البحث عن تعريف للجودة يرد في المعجم الوسيط تعريف محدد والأصل جاد ومصدرة جودة بمعنى صار جيداً، ويقال جاد العمل فهو جيد، وجمعها جياذ أو جيائد^(٢)، ويعرفها بعض الباحثين بأنها

(١) الناصر، مصطفى، مدى إدراك ووعي عملاء البنوك لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، مكتبة عصمت للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠١٣، ص ٤٩.

(٢) عيسات، فارس، تحليل جودة الخدمات المصرفية، بحث مقدم لمؤتمر المصارف العربية في مواجهة المنافسة، قطر، ٢٠١٥، ص ١٨.

«التجاوب المستمر مع حاجات العميل ومتطلباته المختلفة»^(١)، بينما يرى آخرون أنها تعني «الحصول على أكبر معدل من الرضا مقابل أقل معدل استهلاك لمدخلات الإنتاج»^(٢).

معايير وأبعاد جودة الخدمة المصرفية

تباينت آراء الباحثين حول في عدد المعايير الأساسية لجودة الخدمة، واهم هذه المعايير هي^(٣):

- ١ - الملموسية: وتتمثل في الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل المباني والأجهزة والتقنيات المستخدمة ومظهر الموظفين.
- ٢ - الاعتمادية: حيث تشير الاعتمادية إلى قدرة مقدم الخدمة المصرفية على أداء الخدمة بشكل يمكن الاعتماد عليه وبدرجة دقة عالية، أي ثبات الأداء والقدرة على تقديم الخدمة التي وُعدت بها في الوقت الذي يريد وبدقة ترضي طموحات العميل، وتتناسب بما وعد به.
- ٣ - مدى توفر الخدمة من حيث المكان والزمان: أي إمكانية الوصول إلى الخدمة والحصول عليها دون انتظار.
- ٤ - الأمان: ويعني خلو المعاملات المصرفية من الخطورة أو الخطأ أو الشك.

(١) الصميدعي، حاتم، التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص ٧٨.

(٢) عاشور، عبد اللطيف، العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق ٥٣.

(٣) محمود، بشير، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة تنافسية المصارف، مجلة الاقتصادي، الكويت، العدد السابع عشر، ٢٠١١، ص ٦.

- ٥- المصداقية: وتعني قدرة المصرف على الإيفاء بالالتزامات وتعهداته نحو الزبون بصدق وأمانة.
- ٦- معرفة وفهم الزبون: ويقصد به الجهد الذي يبذل للتعرف على حاجات ورغبات الزبائن وتقديم الخدمة بناء على ذلك.
- ٧- الاستجابة: وتعني مدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وإيجاد الحلول المناسبة لمشاكلهم بسرعة وكفاءة.
- ٨- الجدارة: وتشير إلى أن الزبون يذهب للمصرف الذي يتوقع أن يقدم له خدمات بكفاءة وجدارة.
- ٩- الكفاءة: وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة المصرفية.

أهداف الجودة المصرفية

- للجودة المصرفية عدد من الأهداف وهي^(١):
- ١- يستطيع المصرف من خلال جودة خدماته تحقيق متطلبات العملاء وبشكل دائم.
 - ٢- تحقيق الجودة المطلوبة والمحافظة على مكانة المصرف في السوق، وتحقيق من خلال الثقة التي يمنحها المصرف لإدارته.

أهمية جودة الخدمات المصرفية

يبرز هنا سؤال وهو لماذا يجب الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية،

(١) جبلي، هدى، قياس جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، ٢٠٠٩، ص ١٥٩.

يمكن الإشارة لعدد من الأسباب المتعلقة بأهمية جودة الخدمات المصرفية، وذلك أن جودة الخدمات المقدمة من المصرف تضمن استمرار تعامل العملاء الحاليين مع المصرف واستقطاب عملاء جدد، ومن ثم تحقيق رضاهم، كما تعمل هذه الجودة على تحسين سمعة المصرف مما يقلل من شكاوى العملاء، ويساعد على زيادة الإنتاجية وتحقيق القدرة على التنافس في السوق^(١).

قياس جودة الخدمات

نالت مقاييس جودة الخدمات انتباه الباحثين منذ سبعينيات القرن العشرين حيث تركزت جهودهم في محاولة إيجاد منهجية مناسبة لقياس جودة الخدمات^(٢)، ولعل من أهم تلك المحاولات هي محاولة العلماء باراسورمان وزملائه حيث تمكنوا من تصميم نموذج أسموه SEVQUAL وذلك لقياس الفجوات بين الخدمات التي يتوقعها العملاء والخدمات المقدمة فعلا من المصرف، وقد قاموا بتصميم هذا المقياس والمكون من خمسة أبعاد وهي الجوانب الملموسة والاعتمادية والاستجابة والتعاطف والأمان^(٣).

(١) معلا، عوض، استراتيجيات رضا العميل، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨، ص ٧٦.

(٢) محمود، بشير، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة تنافسية المصارف، مرجع سابق، ص ١٦.

(٣) عبيسات، فارس، تحليل جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص ٢٣.

المبحث الثاني دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني

تعريف بالبنك^(١)

تأسس البنك الإسلامي الأردني عام ١٩٧٨ كشركة مساهمة عامة محدودة تابع لمجموعة البركة المصرفية، وذلك لممارسة الأعمال التمويلية والمصرفية والاستثمارية طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية الغراء، وقد باشر الفرع الأول للبنك عمله في تاريخ ١٩٧٩/٩/٢٢ م، ويبلغ رأسمال البنك (١٥٠) مليون دينار أردني.

ويقدم البنك خدماته المصرفية والاستثمارية والتمويلية من خلال فروعه المنتشرة في جميع أنحاء المملكة، كما يقدم خدمات الصراف الآلي في أماكن متعددة ومختارة في جميع أنحاء المملكة.

ويعمل في البنك الإسلامي حوالي (٢١٤٨) موظفاً وموظفة يتصفون بالخبرة والدراية الكافية لتقديم الخدمات المصرفية الإسلامية، كما بلغ عدد حسابات العملاء العاملة في البنك حوالي (٨١٦,١) ألف حساب.

نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

أولاً: وصف خصائص عينة الدراسة

بغرض التعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، تناول الجزء الأول من الاستبانة بعض البيانات الشخصية لأفراد العينة وهي

(١) الموقع الرسمي للبنك الإسلامي الأردني على شبكة الانترنت،

<http://www.jordanislamicbank.com>

الجنس والحالة الاجتماعية والعمر والمستوى التعليمي والوظيفة ومدة التعامل مع البنك، وكما هو موضح فيما يلي:

١- وصف عينة الدراسة حسب الجنس

جدول رقم (٢)

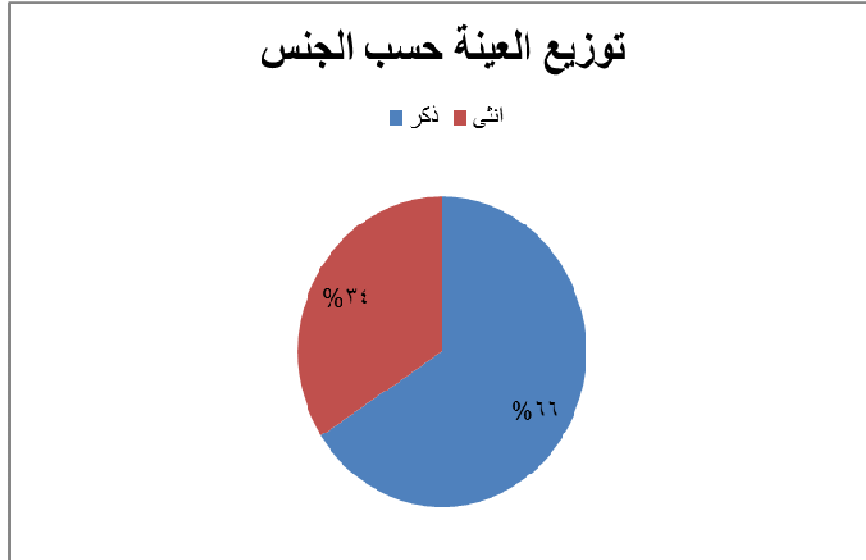
توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٣٠٧	٦٥,٩٪
أنثى	١٥٩	٣٤,١٪
المجموع	٤٦٦	١٠٠٪

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة كبيرة من أفراد العينة هم من الذكور حيث بلغ عددهم ٣٠٧ فرداً ونسبة ٦٥,٩٪، في حين بلغ عدد الإناث ١٥٩ ونسبته ٣٤,١٪. ولتوضيح الجدول أعلاه نورد الشكل البياني التالي:

شكل رقم (١)
توزيع العينة حسب الجنس



٢- وصف عينة الدراسة تبعاً للحالة الاجتماعية.

جدول رقم (٣)
توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
متزوج	٣٧٨	٨١,١٪
أعزب	٨٨	١٨,٩٪
المجموع	٤٦٦	١٠٠٪

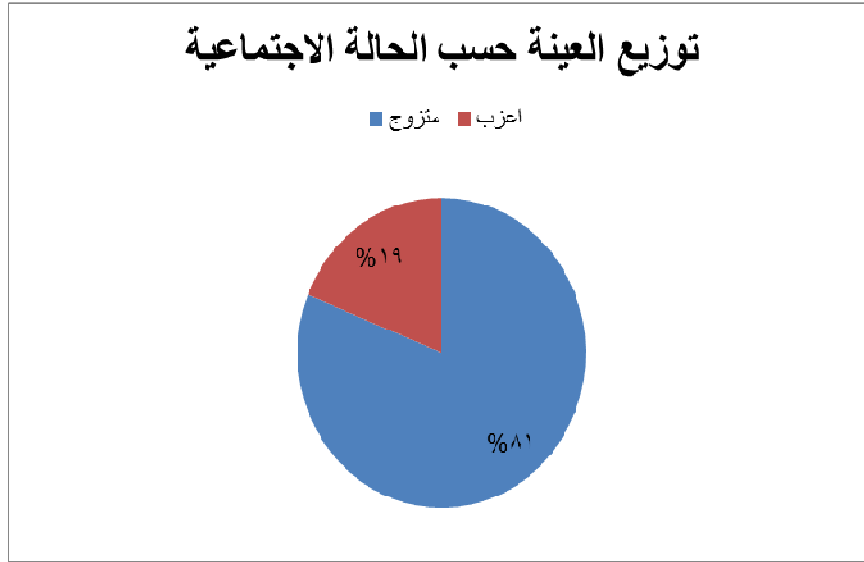
المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

يظهر من الجدول رقم (٣) أن نسبة المتزوجين الذين يتعاملون مع البنك بلغت ٨١,١٪ (٣٧٨ فرداً) من مجموع أفراد العينة، في حين بلغت

نسبة العزاب ١٨,٩ ٪ (٨٨ فرداً) من مجموع أفراد العينة، ولتوضيح الجدول أعلاه نورد الشكل البياني التالي:

شكل رقم (٢)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



٣- وصف عينة الدراسة تبعاً للعمر.

حيث تم توزيع أفراد العينة حسب العمر إلى خمس فئات ويُلخصها الجدول التالي:

جدول رقم (٤)
توزيع أفراد العينة حسب فئات العمر

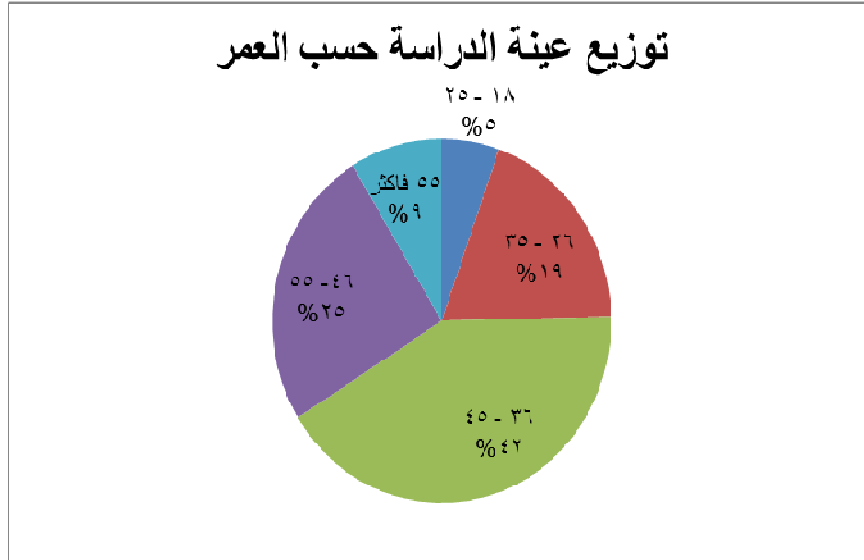
العمر / سنة	التكرار	النسبة المئوية
٢٥ - ١٨	٢٦	٥,٥٪
٣٥ - ٢٦	٨٩	١٩,١٪
٤٥ - ٣٦	١٩٣	٤١,٥٪
٥٥ - ٤٦	١١٧	٢٥,١٪
٥٥ فأكثر	٤١	٨,٨٪
المجموع	٤٦٦	١٠٠٪

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة ٤١,٥٪ من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين ٣٦ و ٤٥ سنة (١٩٣ فرداً)، و ٢٥,١٪ (١١٧ فرداً) تتراوح أعمارهم ما بين ٤٦ و ٥٥ سنة، و ١٩,١٪ ما بين ٢٦ و ٣٥ سنة، في حين ٨,٨٪ تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة، وقد بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ و ٢٥ سنة ٥,٥٪، والشكل التالي يوضح ذلك أيضاً.

شكل رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية



٤ - وصف عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي.

يوضح الجدول أدناه توزيع أفراد العينة حسب المستويات التعليمية المختلفة.

جدول رقم (٥)

توزيع أفراد العينة حسب التحصيل العلمي

التحصيل العلمي	يقرا ويكتب	ابتدائي	متوسط	ثانوي	دبلوم	بكالوريوس	شهادة عليا	المجموع
التكرار	٣٦	٦١	٥٩	١٠٦	٤٣	١٢٨	٢٣	٤٦٦
نسبة مئوية	٧.٧%	١٣%	١٢.٧%	٢٢.٨%	٩.٢%	٢٩.٦%	٥%	١٠٠%

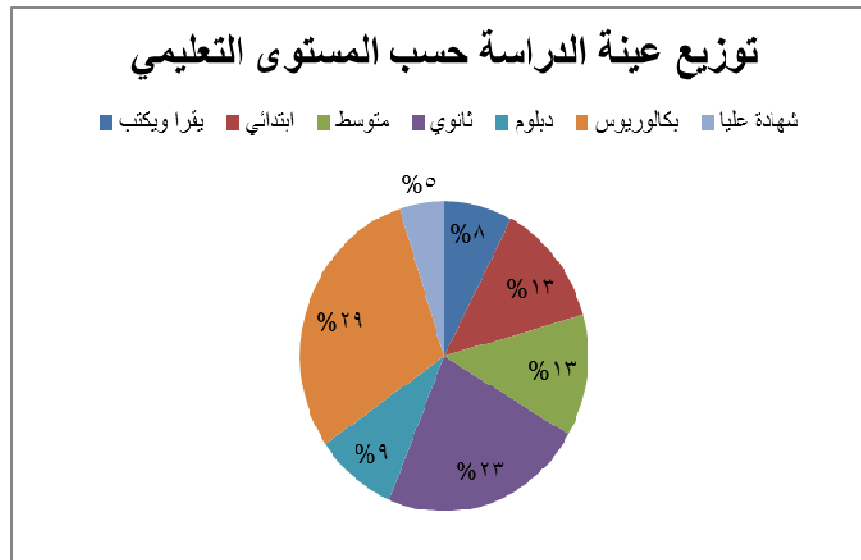
المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

يظهر الجدول رقم (٥) ارتفاع نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس إذ بلغت ٢٩,٦٪ من مجموع أفراد العينة، يليها حملة الشهادة الثانوية بنسبة

٢٢,٨٪ واحملوا الشهادة الابتدائية بنسبة ١٣٪، واحملوا شهادة الدبلوم بنسبة ٩,٢٪، والذين لا يقرون نسبة ٧,٧٪ وحاموا الشهادة العليا ٥٪، كما نورد الشكل رقم (٤) لتوضيح توزيع العينة حسب المؤهل العلمي.

شكل رقم (٤)

توزيع عينة الدراسة حسب التحصيل العلمي



٥- وصف عينة الدراسة حسب المهنة.

يوضح الجدول أدناه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة.

جدول رقم (٦)

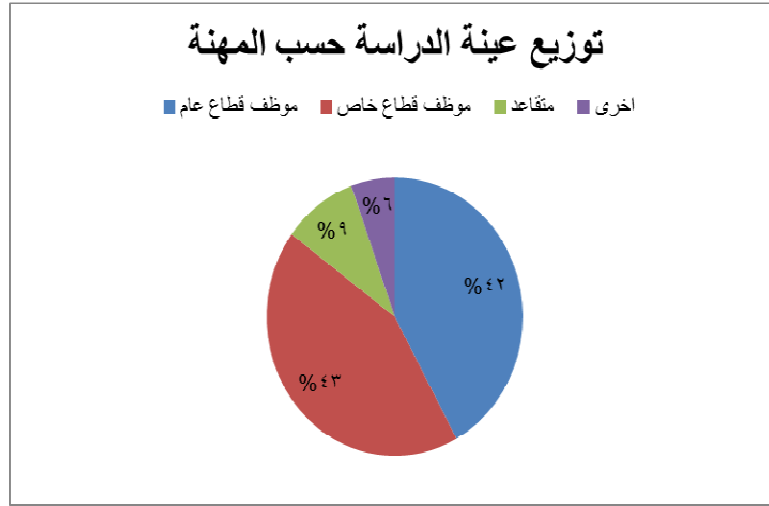
توزيع أفراد العينة حسب المهنة

المهنة	التكرارات	النسبة المئوية
موظف قطاع عام	١٩٦	٤٢٪
موظف قطاع خاص	٢٠١	٤٣,١٪
متقاعد	٤٤	٩,٤٪
أخرى	٢٥	٥,٥٪
المجموع	٤٦٦	١٠٠٪

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

وقد تم توزيع أفراد العينة إلى أربعة أقسام حسب المهنة، وهي موظفو القطاع العام وموظفو القطاع الخاص والمتقاعدين ومهن أخرى، وقد تبين من التحليل أن نسبة ٤٣,١٪ من أفراد العينة يعملون في القطاع الخاص، بينما تبلغ نسبة الذين يعملون في القطاع العام ٤٢٪ من مجموع عينة الدراسة، و ٩,٤٪ متقاعدين، و ٥,٥٪ يعملون في مهن أخرى، ولتوضيح البيانات السابقة نورد الشكل رقم (٥).

شكل رقم (٥)
توزيع أفراد العينة حسب المهنة



٦- وصف عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك.

ويوضح الجدول أدناه توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك.

جدول رقم (٧)
توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل مع البنك

النسبة	التكرار	الصنف
١٨,٥%	٨٦	أقل من سنتين
٤٠%	١٨٧	من ٢ إلى ٥ سنوات
٤١,٥%	١٩٣	أكثر من ٥ سنوات
١٠٠%	٤٦٦	المجموع

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

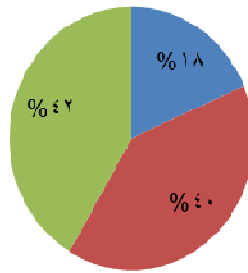
ويتبين من الجدول أعلاه أن نسبة ٤١,٥٪ من أفراد العينة قد مضي على تعاملهم مع البنك أكثر من خمس سنوات، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح مدة تعاملهم مع البنك من ٢ - ٥ سنوات ٤٠٪، و ١٨,٥٪ هي نسبة الذين يتعاملون مع البنك منذ أقل من عامين. ولتوضيح ذلك بيانياً نورد الشكل رقم (٦).

شكل رقم (٦)

توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل مع البنك

توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل مع البنك

■ أكثر من ٥ سنوات ■ من ٢ إلى ٥ سنوات ■ أقل من سنتين



ثانياً: التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة (اختبار فرضيات الدراسة)

كما اشرنا في منهجية الدراسة سابقاً فقد تم استخدام نموذج قياس SEVQUAL هو نموذج تم اعتماده واستخدامه في العديد من الدراسات المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية، بالإضافة لبعض المقاييس الإحصائية لبرنامج SPSS، وفي ضوء فرضيات الدراسة التي نود اختبارها تحصلنا على النتائج التالية:

- يوضح جدول رقم (٨) أبعاد الجودة وعبارات الاستبانة المرتبطة بها.

جدول رقم (٨)

أبعاد الجودة وعبارات نموذج القياس المرتبطة بها

أبعاد جودة الخدمة	عبارات الاستبانة المرتبطة بها	عدد العبارات
الجوانب الملموسة	٣-١	٣
الاعتمادية	٨-٤	٥
الاستجابة	١٠-٩	٢
التعاطف	١٧-١١	٧
الأمان	٢٤-١٨	٧

المصدر: تم إعداد الجدول من قبل الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة على الاستبانة، ويوضحها الجدول رقم (٩).

تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن .. دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني
د/ ثامر علي النويران، د/ فهد مطر المطيري

جدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لدرجات إجابات أفراد العينة

المحور	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه
الجوانب الملموسة	المظهر العام للبنك (الأثاث والديكور) ملائم وجذاب	٤.٨٧	٤.٤٨	موافق بشدة
	يملك البنك تقنيات حديثة	٤.٣٨	٥.٣٠	موافق بشدة
	ملائمة البيئة الداخلية للبنك لتقديم الخدمة	٤.٣	٦.٠٣	موافق بشدة
الاعتمادية	يوفر البنك سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	٤.٤١	٥.٧١	موافق بشدة
	يقدم البنك لي جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة	٤.٤٣	٥.١٨	موافق بشدة
	إن موظفي البنك الذين أتعامل معهم يمكن الاعتماد عليهم	٤.٣٥	٥.٤٩	موافق بشدة
	يولي موظفو البنك رعاية خاصة لي كزبون	٤.٧٨	٤.٦٦	موافق بشدة
	تضع إدارة البنك المصلحة العليا للزبون نصب أعينها	٤.٢٥	٥.٩٦	موافق بشدة
	يستجيب الموظفون لطلباتي بشكل فوري	٤.١١	٦.٣٠	موافق
	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة	٤.١٦	٧.٧٢	موافق
الاستجابة	يتمتع موظفو البنك بالسمعة الحسنة	٤.٢٧	٨.٨١	موافق بشدة
	يمتاز البنك بالسمعة الطيبة في خدمة زبائنه	٤.٢٣	٧.٥٢	موافق بشدة
	يقوم موظفو البنك بتكثيف الخدمة لتلبي حاجاتي ورغباتي	٤.١٩	٧.١٠	موافق بشدة
التعاطف	أثق دائماً بعمليات البنك	٤.٣٦	٦.٨٣	موافق بشدة
	اللباقة والذوق في التعامل مع الزبائن	٤.٣٨	٧.٠٣	موافق بشدة
	اعتناء موظفي البنك بملاصحتهم وهندامهم	٤.٣٦	٧.٦٥	موافق بشدة
	يقوم البنك بتوزيع استمارات استبيان لمعرفة متطلبات الزبائن	٤.٣٤	٧.٦٨	موافق بشدة
	إن أوقات عمل البنك تناسبني	٤.٢٢	٦.٨٥	موافق بشدة
	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بي بسرية تامة	٤.١٥	٧.٠٥	موافق
	أشعر بالأمان عند تعاملي مع موظفي البنك	٤.٢٤	٦.٤٨	موافق بشدة
الأمان	إن موظفي البنك يعرفون طلباتي بسهولة	٤.٠٩	٧.٦٤	موافق
	بإمكانني الحصول على بعض الخدمات البنكية وحل المشاكل عن طريق الهاتف	٣.٥٤	١.٢٤٤	موافق بشدة
	قصر مدة انتظار الحصول على الخدمة	٤.٠٥	٨.١٠	موافق بشدة
	ملائمة وقرب موقع البنك الذي أتعامل معه لي	٤.١٤	٦.٦٠	موافق بشدة

المصدر: الجدول من إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي للاستبانة.

- المتوسطات الحسابية والاتجاه لدرجات إجابات أفراد العينة وحسب بنود الاستبانة، ويوضح ذلك الجدول رقم (١٠).

جدول رقم (١٠)

المتوسطات الحسابية لدرجات إجابات أفراد العينة على بنود محاور الاستبانة

الاتجاه	المتوسط	المحاور
موافق بشدة	٤,٥١	الجوانب الملموسة
موافق بشدة	٤,٤٤	الاعتمادية
موافق	٤,١٣	الاستجابة
موافق بشدة	٤,٣٠	التعاطف
موافق	٤,٠٦	الأمان
موافق بشدة	٤,٢٨	المجموع لكل المحاور

المصدر: الجدول من إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي للاستبانة.

ومن خلال النتائج السابقة ومقارنة الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة عن كل محور من محاور الاستبانة - تمثل أبعاد الجودة - مع المقياس المعتمد في هذه الدراسة (نموذج قياس SEVQUAL) فإننا نستنتج ما يلي:

- كانت فرضية الدراسة تنص على إن تقييم الزبائن لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم من قبل البنك محل الدراسة كان تقييماً سلبياً، وبعد إجراء التحليل المناسب لإجابات أفراد العينة تبين أن الوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة عن كل محاور أبعاد الجودة هو ٤,٢٨، وبمقارنته مع مقياس SEVQUAL الخماسي نجد أن توجه آراء أفراد العينة موافقاً وبشدة، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية المتعلقة بالدراسة ونستنتج أن تقييم

الزبائن لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم من قبل البنك كان تقييماً
إيجابياً.

نتائج الدراسة

بعد إجراء تحليل بيانات أفراد العينة على الاستبانة الموزعة فإننا نستنتج
أن تقييم عملاء البنك لجودة الخدمات المقدمة لهم كان عالياً، وعلية فإن
جودة الخدمات المقدمة من البنك كانت مرضية للعملاء وفي مستوى
توقعاتهم، وذلك من خلال التقييم العالي جداً للعملاء للجوانب الملموسة
والاعتمادية والتعاطف، بينما كان تقييم العملاء لدرجة استجابة موظفي
البنك والأمان مع البنك أقل درجة إلا أنها تبقى في حدود عليا، وهذا يدل
على جودة الخدمات المقدم من قبل البنك الإسلامي الأردني لعملائه.

التوصيات

هناك بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد إدارة البنك في الارتقاء
بالعمل، وتقديم أفضل الخدمات والحصول على رضا العملاء، وتوصي
الدراسة بما يلي:

- ١- يجب أن تعمل إدارة البنك على الاحتفاظ بمستوى عالي لجودة الخدمات
التي يقدمها.
- ٢- يجب على البنك أن يولي اهتمام أكبر لقضية استجابة موظفي البنك
لطلبات العملاء ورغباتهم.
- ٣- لابد من رفع درجة الأمان وزيادة ثقة العملاء بالبنك، والاستماع
لشكاويهم ومقترحاتهم.

- ٤- لابد للبنك من إعداد برامج تدريبية لتطوير خبرات ومهارات الموظفين من أجل تقديم أفضل للخدمات الممكنة.
- ٥- لابد للبنك من متابعة ردود أفعال العملاء ومعرفة حاجاتهم ورغباتهم من خلال إجراء دراسات بهذا الخصوص.
- ٦- الالتزام بجهود التحسين المستمر للخدمات.
- ٧- ضرورة الأخذ بعين الاعتبار توقعات العملاء ومتطلباتهم عند تقديم الخدمة.

المراجع

- ١- أيوب، بوشة، أثر الابتكار المصرفي على جودة الخدمات المصرفية، مؤتمر الإدارة الرابع، شرم الشيخ.
- ٢- بركات، محمود، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.
- ٣- جبلي، هدى، قياس جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، ٢٠٠٩.
- ٤- دعبول، زاهر، مبادئ تسويق الخدمات، دار الرضا، دمشق، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦.
- ٥- شلبي، طارق، رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية، الصفاء للنشر والتوزيع، عين شمس، مصر، ٢٠٠٨.
- ٦- الصميدعي، حاتم، التسويق المصرفي، دار المشرق للنشر، بيروت، الطبعة الثانية، ٢٠١١.
- ٧- عاشور، عبد اللطيف، العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية، بحث مقدم لمؤتمر النهوض الاقتصادي، الجزائر، ٢٠١٤.
- ٨- عبيسات، فارس، تحليل جودة الخدمات المصرفية، بحث مقدم لمؤتمر المصارف العربية في مواجهة المنافسة، قطر، ٢٠١٥.
- ٩- محفوظ، حسين، الأساليب الحديثة في التسويق، دار المناهج للتوزيع والنشر، القاهرة، الطبعة الثانية.

- ١٠- محمود، بشير، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة تنافسية المصارف، مجلة الاقتصاد، الكويت، العدد السابع عشر، ٢٠١١.
- ١١- معلا، عوض، استراتيجيات رضا العميل، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨.
- ١٢- الموقع الرسمي للبنك الإسلامي الأردني على شبكة الانترنت، <http://www.jordanislamicbank.com>
- ١٣- الناصر، مصطفى، مدى إدراك ووعي عملاء البنوك لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، مكتبة عصمت للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠١٣.
- ١٤- ناصر، وفاء، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضي الزبائن، دار الخور للنشر، قطر، الطبعة الأولى، ٢٠١١.