

تأثير ابعاد جودة الخدمة المصرفية في ربحية المصرف:دراسة حالة في عينة من

المصارف الاسلامية العراقية

The effect of the dimensions of banking service quality on the profitability of the bank (a case study in a sample of Iraqi Islamic banks

أ. د . وحيدة جبر خلف /المشرف
Prof Dr. Waheeda Jabr Khalaf
dr.waheda.1971@gmail.com

هاله عيدان حسون /الباحث
Halah idan Hassoun
halaedan9595@gmail.com

كلية الادارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة المصرفية، الربحية، المصارف الاسلامية

Keywords: quality of banking service, profitability, Islamic banks

المستخلص:

تهدف الباحثتين الى التعرف على مدى تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية المتمثلة ب (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، الملموسة) في ربحية المصارف الإسلامية معبراً عنها ب (مؤشر العائد على الموجودات (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)) وقد حاول هذا البحث الإجابة على عدة تساؤلات منها هل هناك تأثير لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في الربحية ؟ ولغرض التعرف على طبيعة العلاقة بين المتغيرات اعتمد البحث مجموعة من الفرضيات منها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في الربحية). ولاختبار فرضيات البحث تم تطبيقها على عينة من المصارف الإسلامية للحصول على المعلومات اللازمة من خلال التقارير السنوية للمصارف عينة البحث للمدة (2010-2019) واستمارة استبانة وزعت على عينة مكونة من مصرفين أما عدد افراد العينة فقد بلغ (164) زبوناً. وقد اعتمد البحث مجموعة من المقاييس والاساليب والادوات الاحصائية للوصول الى النتائج المتعلقة بأهداف البحث مستعينة بالبرنامج الاحصائي (SPSSV24) وبرنامج (EXCEL2016) تمهيداً لاختبار فرضيات البحث.

وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات كان اهمها ان ابعاد جودة الخدمة المصرفية لا تؤثر بشكل كبير في الربحية على وفق مؤشر العائد على الموجودات (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE). وختاماً توصل البحث الى مجموعة من التوصيات كان ابرزها (على المصارف الاسلامية عينة البحث العمل على توفير خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ومتكاملة وذلك من خلال زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، المستخدمة في تقديم الخدمات للزبائن بما يلائم متطلبات العصر باعتبارها أهم الأدوات التي تحرص المصارف على اقتنائها للصمود في مواجهة المنافسة، وللوصول إلى توقعات زبائنهم مما يضمن استمرار تعاملهم مع المصرف ومن ثم تعزيز موقعه التنافسي. وكسب حصة سوقية جديدة وبالتالي ارتفاع مستويات الربحية).

Abstract

The two researchers aimed to identify the impact of the dimensions of banking service quality represented by (dependency, responsiveness, empathy, safety, and tangibility) on the profitability of Islamic banks, expressed as (return on assets index (ROA) and return on equity (ROE)). The research answered several questions, including: Is there an effect of the dimensions of banking service quality on profitability? To identify the nature of the relationship between the variables, the research adopted a set of hypotheses, including (there is a significant statistically significant effect of the dimensions of banking service quality on profitability). A sample of Islamic banks to obtain the necessary information through the annual reports of the banks, the research sample for the period (2010-2019) and a questionnaire form distributed to a sample consisting of two banks, and the number of members of the sample amounted to (164) clients. The research adopted a set of standards, methods, and statistical tools to reach the results related to the research objectives, using the statistical program (SPSSv24) and the program (EXCEL2016) in preparation for testing the research hypotheses.

The research reached a set of conclusions, the most important of which was that the dimensions of banking service quality do not significantly affect profitability according to the return on assets (ROA) and return on equity (ROE) indicator. In conclusion, the research reached a set of recommendations, the most prominent of which was (Islamic banks, the research sample, should work to provide modern, advanced, and integrated banking services by increasing investment spending in the field of information technology, which is used to provide services to customers in a manner that suits the requirements of the times as the most important tools that banks are keen on Its acquisition to withstand in the face of competition and to reach the expectations of its customers, which ensures the continuity of their dealings with the bank and thus enhance its competitive position and gain a new market share and thus higher levels of profitability).

المبحث الاول، الجانب المنهجي للبحث / المطلب الاول، المنهجية

اولاً، مشكلة البحث. شهد القطاع المصرفي العراقي خلال الأعوام الماضية نمواً ملحوظاً سواء كان على مستوى حجم العمليات المصرفية او عدد المصارف العاملة في السوق، مما ادى الى زيادة المنافسة بين هذه المصارف، وعلى اعتبار ان الحصول على أكبر حصة سوقية وبالتالي تنمية الارباح يعد هدفاً رئيساً لبقاء هذه المصارف، فأنها تعتمد استراتيجيات مختلفة تسعى من خلالها الى الحفاظ على الزبائن الحاليين واكتساب زبائن جدد ومن أهم هذه الاستراتيجيات هي تحسين جودة الخدمات المقدمة

وتطويرها وخلق خدمات جديدة للزبون مما يتيح تحقق الرضا والولاء وهذا ما ينعكس على ربحية المصرف.

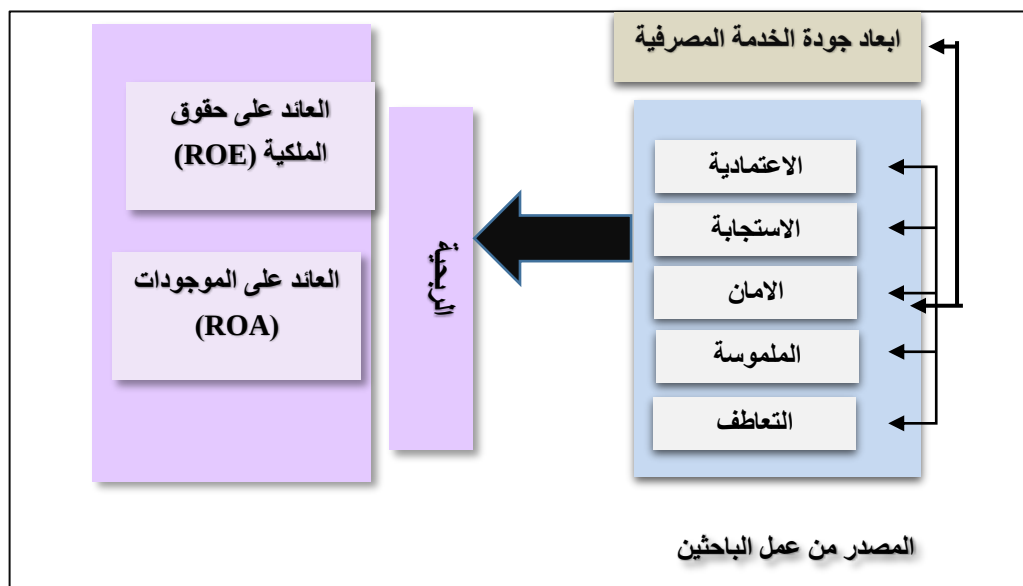
1. ما مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة في المصارف الاسلامية من وجهة نظر الزبائن.
 2. هل هناك اختلاف في الاهمية النسبية التي يوليها زبائن المصارف الاسلامية العراقية للابعاد التي يستخدمونها عند تقويمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم.
 3. هل هناك تأثير لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في ربحية المصارف الاسلامية العراقية ؟
- ثانياً، أهمية البحث:** تكمن أهمية هذا البحث في ضرورة تعزيز وتطوير جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف الاسلامية العراقية، لا سيما في ظل الظروف والتغيرات التي تشهدها البيئة السوقية المصرفية في العراق وسعي المصارف لتحقيق اعلى مستويات من الربحية، وعليه تتحدد أهمية البحث من خلال النقاط الآتية:-

1. لفت إنتباه واهتمام ادارات المصارف الى تعزيز جودة الخدمة المصرفية.
2. توفير البيانات اللازمة لإدارات المصارف العراقية (عينة الدراسة) للتعرف على جودة الخدمة المصرفية المقدمة لاسيما بعد تزايد حدة المنافسة ووعي الزبائن، الامر الذي يساعد ادارات هذه المصارف على تحسين وتطوير اسلوب تقديم هذه الخدمات أذ تعمل على تحقيق اعلى مستوى لرضا الزبائن الحاليين وجذب المزيد من الزبائن المحتملين مما سينعكس ايجاباً على الوضع التنافسي- للمصرف وعلى حصته السوقية ومن ثم تحقيق مستوى ربحية اعلى.
3. إبراز الدور الذي تلعبه جودة الخدمة المصرفية في تحقيق الربحية.

ثالثاً، أهداف البحث

1. تسليط الضوء على جانب معرفي فيما يتعلق بجودة الخدمات المصرفية وابعادها في المصارف الاسلامية، والتعرف على مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلياً في المصارف الاسلامية العراقية عينة الدراسة.
 2. تحديد الأهمية النسبية للابعاد التي يستخدمها زبائن المصارف الاسلامية في تقويم جودة الخدمة المصرفية.
 3. التعرف على تأثير ابعاد جودة الخدمة المصرفية في ربحية المصارف الاسلامية.
- رابعاً، مخطط فرضية البحث:** استناداً الى طبيعة مشكلة واهداف البحث جرى تصميم المخطط الفرضي للبحث، وكما موضح في شكل (1) والذي يعبر عن العلاقة المنطقية بين متغيرات البحث وكالاتي
1. المتغير الاول: والذي يتمثل بالمتغير المستقل أبعاد جودة الخدمة المصرفية وتتمثل بـ (الاستجابة، الامان، الاعتمادية، الملموسة، التعاطف).

شكل (1) مخطط فرضية البحث



2. المتغير الثاني: والذي يتمثل بالمتغير التابع (الربحية) وتتمثل بمؤشرات (العائد على الموجودات، العائد على حقوق الملكية)

خامساً، فرضيات البحث

1- **الفرضية الرئيسية:** (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في الربحية) وينبثق منها فرضيتين ثانويتين على النحو الآتي:

1. الفرضية الثانوية الأولى: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في مؤشر الربحية (ROE)) للمصارف الاسلامية عينة الدراسة وتنبثق منها خمس فرضيات فرعية على النحو الآتي:

- أ. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROE).
- ب. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROE).
- ج. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROE).
- د. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROE).
- هـ. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROE).

2. **الفرضية الثانوية الثانية:** (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لجودة الخدمة المصرفية في مؤشر الربحية (ROA)) للمصارف الاسلامية عينة الدراسة وتنبثق منها خمس فرضيات فرعية على النحو الآتي:

- أ. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROA).
- ب. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROA).
- ج. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROA).
- د. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROA).

٥. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROA).
 تقوم الباحثتين بقياس مؤشرات الربحية على وفق المعادلات الآتية:

1- مؤشر العائد على الموجودات (ROA)

معدل العائد على الموجودات ROA = (صافي الربح ÷ اجمالي الموجودات) × 100

2- مؤشر العائد على حقوق الملكية (ROE)

معدل العائد على حقوق الملكية ROE = (صافي الربح ÷ حقوق الملكية) × 100

سابعاً، مجتمع وعينة البحث.

1. اختيار عينة البحث: اشتملت عينة الدراسة على عدد من الزبائن المتعاملين مع المصارف الاسلامية (عينة الدراسة) وقد تم توزيع (200) استبانة أعيد منها (173) وكانت (146) منها صالحة للتحليل.
2. وصف عينة الدراسة: تم سحب عينة عمدية (قصدية) شملت (146) زبوناً من بعض المصارف العراقية وتتضمن العينة معلومات واسعة . والجدول (1) يوضح وصف لهذه العينة وكالاتي:

جدول (1) وصف المعلومات التعريفية عن الزبائن المتعاملين مع المصارف عينة الدراسة

لسمه	الفئة	المصرف الوطني الاسلامي		مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية		مجموع العينة	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
النوع الاجتماعي	ذكر	40	51.3	29	42.6	69	47.26
	انثى	38	48.7	39	57.4	77	52.74
المجموع		78	100	68	100	146	100
الحالة الاجتماعية	أعزب	25	32.1	30	44.1	55	37.67
	متزوج	53	67.9	38	55.9	91	62.33
المجموع		78	100	68	100	146	100
المؤهل العلمي	اعدادية فما دون	19	24.4	13	16.3	32	21.92
	دبلوم	21	26.9	9	11.3	30	20.55
	بكالوريوس	33	42.3	39	48.8	72	49.32
	ماجستير	4	5.1	7	8.8	11	7.534
	دكتوراه	1	1.3	0	0	1	0.685
المجموع		78	100	68	100	146	100
عدد سنوات التعامل مع الجهاز المصرفي	أقل من 3 سنوات	13	16.7	23	28.8	36	24.66
	من 3 سنوات إلى أقل من 5 سنوات	29	37.2	24	30	53	36.3
	من 5 سنة فأكثر	36	46.1	21	26.3	57	39.04
المجموع		78	100	68	100	146	100

المصدر: من اعداد الباحثتين بالاعتماد على مخرجات الاستبانة

من خلال تحليل بيانات المحور الاول من الاستبانة والمتعلق بالمعلومات التعريفية والذي عكسته نتائج الجدول (1) يتضح الآتي :

1.النوع الاجتماعي : ان نسبة الاناث في المصارف عينة البحث هي الاكثر وبنسبة طفيفة عن نسبة الذكور وبواقع (52.74%).

2. الحالة الاجتماعية: ان نسبة العزاب في المصارف عينة البحث كانت هي الاكثر اذ سجلت (37.67%).

3. المؤهل العلمي: تبين ان نسبة ذوي شهادات البكالوريوس في المصارف عينة البحث هي الاكثر وبواقع (49.23%) ويليها اعدادية فما دون بنسبة (12.92%) ومن ثم الدبلوم بنسبة (20.55%)، بينما بلغت نسبة الدكتوراه النسبة الادنى بنسبة (0.685%)، بما يؤكد ان غالبية الزبائن المتعاملين مع المصارف الاسلامية العراقية الذين يتمتعون بالوعي المصرفي هم من حملة الشهادات.

4. عدد سنوات التعامل مع الجهاز المصرفي: تشير النتائج الى ان نسبة الزبائن الذي كانت مده تعاملهم مع المصارف عينة البحث من (ثلاث سنوات الى اقل من خمسة سنوات) يمثلون النسبة الاكبر لأفراد العينة اذ بلغت نسبتهم (36.3%)، وتليها الفئة من (5 سنوات فاكث) بنسبة (39.4%) في المصارف الاسلامية، واخيراً الفئة (اقل من 3 سنوات) بنسبة (24.66%) ويبين جدول (1) تفاصيل هذا المعلومات.

ثامناً: ادوات الدراسة

1. الجانب النظري: لقد اعتمدت الباحثتين في اغناء هذا الجانب من الدراسة على ما توفر في المصادر العربية والاجنبية من الكتب والدوريات والرسائل والإطريخ والبحوث ذات الصلة بموضوع الدراسة، فضلاً عن الاستعانة بالشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت).

2. الجانب الميداني: اعتمدت الدراسة في هذا الجانب على وسيلتين للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة هما:

أ. الاستبانة: تعد أداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة الحالية، واعتمدت الباحثتين استمارة الاستبانة (للزبائن) لقياس ابعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف عينة الدراسة وتم صياغة استئلتها بشكل واضح ومفهوم، وقد اشتملت على محورين المحور الاول المعلومات التعريفية لأفراد عينة الدراسة وتضمن (النوع الاجتماعي، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل مع الجهاز المصرفي)، والمحور الثاني جودة الخدمة المصرفية وتم الاعتماد على (5) متغيرات فرعية وإجمالي فقرات (25) فقرة، وتم توزيعها بالتساوي على (5) فقرات ولكل بُعد من ابعاد جودة الخدمة المصرفية والمتمثلة بـ (الاستجابة، الاعتمادية، الامان، الملموسة، التعاطف) وتم اعتماد مقياس (Likert) الخماسي الذي يحدد درجات الاجابة بخمس مستويات كما موضح في جدول (2).

جدول (2) درجات مقياس ليكرت الخماسي

اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
5	4	3	2	1

ب. التقارير والبيانات: وتتمثل بالتقارير السنوية والبيانات المالية ومنها (قائمة المركز المالي وقائمة الدخل) لا لمصارف عينة الدراسة (مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية، المصرف الوطني الاسلامي) للسنوات (2010 – 2019).

المطلب الثاني: الدراسات السابقة

جدول (3) بعض من الدراسات العربية والاجنبية السابقة ذات الصلة بجودة الخدمة المصرفية والربحية

عطاوي ، 2015	عنوان الدراسة
" جودة الخدمات المصرفية وأثرها على اداء البنوك (دراسة ميدانية) "	أهم اهداف الدراسة
التعرف على اثر جودة الخدمات المصرفية على اداء المصارف الجزائرية والاردنية مقاسا بالربحية ، وذلك بتطوير نموذج يمكن الاستفادة منه للربط بين جودة الخدمات المصرفية وربحية المصارف.	حجم العينة ومجال التطبيق
تم اخذ عينة مكونة من (434) زبون في المصارف الجزائرية و (653) زبون في المصارف الاردنية، وتم التطبيق في (6) مصارف جزائرية و(15) من المصارف الاردنية.	طريقة جمع البيانات وأهم الاساليب الاحصائية المستخدمة
جمع المعلومات المالية من التقارير المالية السنوية للمصارف تحت الدراسة، بالإضافة الى البيانات الاحصائية الصادرة عن بورصة عمان للفترة ما بين (2009-2000). والمصادر الاولى من خلال توزيع استبانة على عينة من زبائن المصارف الجزائرية والاردنية. وتم الاعتماد على برنامج (spss) والاحصاء الوصفي ، واختبار الثبات معامل كرونيباخ الفا ، واستخدام اختبار(One Sample T-test) ، وتحليل التباين (ANOVA) ، واسلوب الانحدار الخطي المتعدد.	أهم استنتاجات الدراسة
هناك اثر ايجابي ذو دلالة احصائية لجودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلاً على اداء المصارف الجزائرية والاردنية مقاسا بمعدل العائد على الموجودات ومعدل العائد على حقوق الملكية.	عنوان الدراسة
جروح ، 2015	عنوان الدراسة
"جودة الخدمات المصرفية وأثرها في ربحية المصارف (دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في سوريا) "	أهم اهداف الدراسة
هدفت الدراسة الى التعرف على مدى تطبيق المصارف الخاصة للابعاد الاساسية لجودة الخدمة وذلك من وجهة نظر العملاء ومدى مساهمة هذا التطبيق في كل من رضا العملاء وربحية المصارف.	حجم العينة ومجال التطبيق
مجتمع الدراسة مكون من (11) مصرفاً من المصارف الخاصة السورية المدرجة في سوق دمشق المالية تم الاعتماد على الاستبيان كمصدر اساسي للبيانات وذلك فيما يختص بجودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء بالإضافة الى التقارير المالية الصادرة عن هيئة الاوراق المالية والمصارف وذلك فيما يختص بتقييم ربحية المصارف. وكان (برنامج الحزم الاحصائية spss ، المتوسط الحسابي ، مصفوفة معامل الارتباط ، معامل الثبات الفا كرونباخ) من أهم الاساليب الاحصائية المستخدمة.	طريقة جمع البيانات وأهم الاساليب الاحصائية المستخدمة
واستنتج من الدراسة ان العملاء ينظرون الى الخدمة المقدمة من قبل المصرف الذي يتعاملون معه على انها ذات جودة مقبولة وانهم يشعرون بالرضا تجاه هذه المصارف. وكذلك كشفت الدراسة عن وجود علاقة معنوية بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية والعائد على السهم بينما كانت العلاقة جزئية بين ابعاد جودة الخدمة وكل من صافي الايرادات وصافي الدخل.	أهم استنتاجات الدراسة
ODENY, 2016	عنوان الدراسة
The Influence of Service Quality on Performance of Barclays Bank of Kenya Limited	أهم اهداف الدراسة
تأثير جودة الخدمة على أداء مصرف باركليز الكيني المحدود	حجم العينة ومجال التطبيق
فحص تأثير جودة الخدمة على أداء مصرف باركليز الكيني المحدود	طريقة جمع البيانات وأهم الاساليب الاحصائية المستخدمة
ولتحقيق اهداف الدراسة تم اخذ عينة مكونة من (10) من المدراء العاملين في المصرف	أهم استنتاجات الدراسة
تم استخدام طريقة المقابلات لجمع البيانات، وتم استخدام تقنية تحليل المحتوى لتحليل البيانات.	عنوان الدراسة
Goyit , 2016 & Nmadu	عنوان الدراسة
Service Quality and Profitability of Banks: A Study of Selected Nigerian Bank	أهم اهداف الدراسة
جودة الخدمة وربحية البنوك : دراسة مختارة المصرف النيجري	حجم العينة ومجال التطبيق
هدفت الدراسة الى تقييم تأثير الاستثمار في جودة الخدمة على ربحية المصارف في نيجيريا.	طريقة جمع البيانات وأهم الاساليب الاحصائية المستخدمة
مجتمع الدراسة مكون من (5) مصارف في نيجيريا	أهم استنتاجات الدراسة
تم الاعتماد على التقارير المالية للمصارف لجمع البيانات، واستخدمت الدراسة انحدار المربعات الصغرى العادية (OLS) لفحص التأثير الكلي للمتغيرات المستقلة على الربحية	
لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الاستثمارات في جودة خدمات المصارف وربحية المصارف في نيجيريا.	

المبحث الثاني، الجانب النظري**المطلب الاول، نشأة ومفهوم المصارف الإسلامية والخدمات المصرفية التي تقدمها**

اولاً، نشأة ومفهوم المصرف الاسلامي، يعود اقدم تاريخ لمؤسسات التمويل الإسلامي إلى عام 1940 عندما تم إنشاء صناديق الادخار في ماليزيا التي تعمل بدون فوائد، وفي عام 1950 بدأ التفكير المنهجي في باكستان في تطوير طرق تمويل تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية. وبدأت المحاولات الجادة في العصر الحديث للتخلص من المعاملات المصرفية الربوية وإنشاء مصارف تقوم بالخدمات المصرفية وتعمل وفق الشريعة الإسلامية في عام 1963م عندما تم إنشاء مصارف الادخار المحلية في منطقة الدقهلية بمصر اذ كانت بمثابة صناديق ادخار لصغار الفلاحين (سمحان ويمان، 2011:155). ان البداية الحقيقية للعمل المصرفي الاسلامي بصورة المصرف التجاري المتكامل الخدمات ترتبط بإنشاء بنك دبي الاسلامي عام 1977م ، أما في العراق فقد كانت بداية المصارف الإسلامية بتأسيس المصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية عام 1992م ويعد اول مصرف اسلامي خاص تأسس في العراق آنذاك بهدف إقامة مشاريع دعم وتنمية الاقتصاد الوطني وفقاً لأطر الصيرفة الإسلامية الصحيحة (ياس وجميل، 2020:132). تبدأ المصارف الإسلامية من منطلق أن المال هو مال الله، وأن البشر مستخلفون على هذه الأموال لتوجيهها إلى ما يرضي الله. في خدمة عباد الله، وبالتالي فإن الفرد ليس حراً حرية مطلقة يفعل في ماله ما يشاء لأن يده يد عارضة والملكية الحقيقي هي لله الخالق كَلَّ شيء لذلك يجب على المصارف الإسلامية أن تلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية التي توجه المال لخدمة المجتمع (عريقات وعقل، 2012:109). عرفت المصارف الإسلامية بأنها مؤسسات مالية تنص أنظمتها وقواعدها وإجراءاتها على التزامها بمبادئ الشريعة الإسلامية وحظر استلام ودفع الفوائد على أي من عملياتها (Alametal, 2017:2). كما عرفت المصارف الإسلامية بأنها " منظمة مالية ومصرفية، اقتصادية واجتماعية تسعى إلى جذب الموارد من الأفراد والمؤسسات وتعمل على استخدامها الاستخدام الأفضل مع أداء الخدمات المصرفية المتعددة وتعمل على تحقيق العائد المناسب لأصحاب رأس المال كما تسهم في تحقيق التكافل الاجتماعي في المجتمع وتلتزم بمبادئ ومقتضيات الشريعة الإسلامية وذلك بهدف تحقيق التنمية الإيجابية الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والمؤسسات مع مراعاة ظروف المجتمع " (بوحيزر، 2012:112). وهناك من عرفها بأنها تلك المصارف التي التزمت بأحكام الشريعة الإسلامية في تعاملاتها المصرفية والاستثمارية ، وتخلت عن التعامل بالربا اخذاً وعطاءً، ولها هيئة رقابة شرعية تراقب تطبيق ذلك (المجيدى، 2015:25).

ثانياً، الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية، تعد الخدمات المصرفية بشكل عام الواجهة الرئيسة للزبائن مع المصرف ووسيلة مهمة لجذب الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن الحاليين اذ انها بوابة العبور للتعامل في انشطة المصرف المختلفة. ويقدم المصرف الإسلامي جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف التجاري باستثناء الخدمات التي تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية، والتي تستخدم أسعار الفائدة وهي تعد ربا محرم في تنفيذ تلك الخدمات (البلتاجي، 2012:63). ويمكن تقسيم الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف الإسلامية إلى ثلاث مجاميع

المجموعة الاولى، خدمات لا تختلف في تنفيذها عن خدمات المصارف التجارية وتشمل

1. عمليات الصرف الاجنبي بيعاً وشراء: وهي شكل من أشكال التبادل، اذ يتم بيع عملة مقابل مبلغ معادل لعملة أخرى هنا عملة واحدة هي الأصل بينما الأخرى هي الدفع. تتطلب الشريعة الإسلامية تبادل العملات على الفور وبالمثل فإن المعادن المستخدمة في الأصل كعملة (الذهب والفضة وما إلى ذلك) لا يمكن استبدالها إلا مع بعضها البعض على الفور ولا تسمح الشريعة بالتداول المستقبلي لأي من العملات أو المعادن المستخدمة أصلاً كعملة (Habib, 2018:62).

2. تحصيل الأوراق التجارية: لا تقوم المصارف الإسلامية بخصم أو شراء الأوراق باعتبارها ربا نسيئة، وإنما كل الذي تقوم به هو فقط تحصيل الأوراق التجارية لصالح زبائنه، وبما أن هذا التحصيل يندرج ضمن أعمال الوكالة الجائزة شرعاً فإن تقاضي المصارف الإسلامية أتعاباً أو أجراً عن هذا العمل يعد أمراً مشروعاً لأنه من الوكالة بأجر (قانة ، 2018:76)

3. الحوالات المصرفية: وهي خدمة مصرفية يتم بمقتضاها تحويل مبالغ أو استحصالها بناء على طلب زبون الفرع الى مستفيد خارج مدينة الفرع ويمكن أن تكون خارج البلد وهي إما حوالات مبيعة أو مبتاعة أو برسم التحصيل أو حوالات خارجية وبموجب ذلك يتم تأسيس قيود محاسبية حسب طبيعة الحوالة سواء كانت نقدية أو من الحساب ويمكن أن تكون بصك أو حوالة هاتفية أو بريدية أو برقية كما في الحوالات المبيعة أو عبر نظام سويفت الدولي الذي يربط بين مختلف المصارف ضمن شبكة متميزة من حيث السرعة والأمان والمرونة وانخفاض تكلفته وتتم الحوالات لقاء عمولات ومصاريف تمثل كلفة العملية حسب جدول أسعار العمليات المصرفية للمصرف (رحيم واخرون، 2017:128)

المجموعة الثانية: وهي الخدمات نفسها المقدمة في المصارف التجارية الا انها تختلف من ناحية التطبيق عن ما يقدم في المصارف التجارية اذ يقوم المصرف الاسلامي بتقديم تلك الخدمات بعيداً عن الفوائد الربوية وهذا ما سنحاول توضيحه من خلال استعراض اهم هذه الخدمات.

1. الودائع

أ. الودائع الجارية: يتم فتح حسابات الودائع الجارية من قبل الأفراد والشركات ويمكن للزبائن سحب أموالهم في أي وقت وتقبل المصارف الإسلامية الأموال الموجودة في هذه الحسابات على أنها أمانة أو وديعة والتي تتضمن حفظ الخزائن من الناحية القانونية وفي الصيرفة الإسلامية المعاصرة، يتم دمج عقد الوديعة مع عقد الضمان لتوفير نفس وظائف الحسابات الجارية في المصارف التجاري وفي هذا الحالة يقدم المصرف ضماناً للمبلغ المودع، ولا يحق للمودعين الحصول على أي أرباح في هذا الحساب (Habib, 2018:60). وعادة تكون الحسابات الجارية مصحوبة بتسهيلات إضافية مثل بطاقات الخصم والائتمان ودفاتر الشيكات بالإضافة إلى التسهيلات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف وغيرها من الميزات الحديثة (SCHOON, 2016:77).

ب. الودائع الادخارية: يجري فتح هذه الحسابات لتشجيع صغار المدخرين، وهي مختلفة عن حسابات التوفير في المصارف التجارية في أن أصحابها لا يحصلون على فائدة محددة مسبقاً، بل يكونون مشاركين في نتائج أعمال المصرف فيحصلون على نسبة من الأرباح المحققة والتي يتم احتسابها على أساس الرصيد الأدنى للحساب ويمنح صاحب الحساب دفتر تسجيل فيه كل عملية سحب أو إيداع (الشمري و ابراهيم، 2019:228).

ج. ودائع او حسابات الاستثمار: تضم حسابات الاستثمار أموال المستثمرين التي في الغالب لا يستطيع أصحابها استثمارها بأنفسهم فيفوضون المصرف الإسلامي الاستثمارها أو من يقوم بذلك على أساس نظام المشاركة في الربح والخسارة ، وعادة ما تستثمر في تمويل المشاريع المتوسطة وطويلة الأجل، ولا يضمن المصرف أصل الوديعة ولا أي عائد منها فهي تفويض من صاحبها للمصرف باستثمارها، وتنقسم هذه الودائع إلى قسمين: **ودائع استثمارية عامة** لا يحدد فيها مجالات الاستثمار والتوظيف من قبل المودع وللمصرف كامل الحرية في استثمارها، وتشترط الاتفاق على نسبة توزيع الربح او الخسارة مقدما من الناحية الشرعية. **ودائع استثمارية مقيدة** يلتزم المصرف بالاستثمار في المجالات التي يحددها صاحب الوديعة ، ويوزع العائد حسب نتيجة الأعمال. وتعد الودائع الاستثمارية البديل لودائع الاجل في المصارف التجارية (فيشوش، 2020:115)

2. الاعتمادات المستندية: تتفق المصارف التجارية والإسلامية في المنظور العام لعمليات الاعتمادات المستندية من ناحية المفهوم والإطار العام والأنواع والأهداف والمستندات... وغيرها، لكنها تختلف عن بعضها في الآليات والإجراءات التطبيقية والتغطية الشرعية لها، ففي الإسلامية يدخل المصرف وبشكل مباشر كمشتري للبضاعة ومستورد لها نيابة عن الزبون وعلى أساس الوكالة بأجر وحسب نوع التغطية لتلك الاعتمادات وعلى هذا الأساس تقدم أربع أنواع وصيغ من الاعتمادات (رحيم وآخرون ، 2017:170) وهي كما يأتي :-

أ. اعتماد الوكالة: تطبق المصارف الإسلامية اعتماد الوكالة في حالة قيام الزبون الأمر بفتح الاعتماد بتقديم تغطية كاملة لمبلغ الاعتماد أي أن المعاملة لا تتضمن تمويل من قبل المصرف، فما يؤديه المصرف من خدمات في هذا الاعتماد إنما يكون بتفويض من قبل الزبون كوكيل عنه فيما يقوم به ويرجع عنه وبذلك يجوز للمصرف أخذ أجر معلوم نظير الخدمات التي يقدمها المصرف .

ب. اعتماد المراجعة: كثيراً ما تطبق المصارف الإسلامية اعتماد المراجعة في حال طلب الزبون فتح الاعتماد المستندي دون قدرته على تغطية مبلغ الاعتماد كلياً، فيحتاج من المصرف الحصول على تمويل كامل لتغطية قيمة ما يحتاجه من السلع من السوق الخارجي . (رحيم وآخرون، 2017:171)

ج. اعتماد المضاربة: وفي هذا حالة يكون التمويل كلياً من المصرف على اساس المضاربة والزبون بصفته المضارب. والربح يكون بحسب ما هو متفق عليه بنسبة مئوية شائعة بينه وبين الزبون فاتح الاعتماد اما في حالة الخسارة فان الذي يتحملها جميعها هو المصرف الممول بوصفه صاحب رأس المال.

د. اعتماد المشاركة: في هذه الحالة يكون التمويل جزئياً من المصرف ويساهم الزبون بالجزء الآخر، أي انه يتم على اساس المشاركة ويكون الربح حسب ما هو متفق عليه بين المصرف والزبون. أما في حالة الخسارة فأنها تتم بينهما على حسب نسبة مساهمة كل منهما في رأس المال (المنشد وحسين، 2014:127)

3. خطابات الضمان: وهي ما تسمى بالكفالة المصرفية اذ يتعهد المصرف كتابياً بالوفاء بالتزامات الزبون تجاه طرف آخر في حالة الإخلال بذلك من قبله وهي على عدة أنواع بحسب المعيار المتخذ للتصنيف كالصيغة أو الغرض أو التغطية ... الخ وتقوم المصارف الإسلامية بإصدار خطابات الضمان التي تم تكييفها على شكل عقد كفالة ويحق للمصرف أن يحصل على عمولة أو أجر مقابل الأتعاب المحتملة

والتكاليف الناتجة عن إصداره سواء كان الخطاب مغطى بالكامل من طرف الزبون أو غير مغطى (بوحيزر، 2012:136)

4. بطاقات الائتمان: من المعروف أن بطاقات الائتمان حالياً تعد واحدة من أكثر طرق الدفع شيوعاً فيما يتعلق بالمعاملات الاستهلاكية. إذ يتم قبول بطاقة الائتمان على نطاق واسع لاسيما عندما يتعلق الأمر بالمدفوعات عبر الإنترنت إذ توفر مستوى من الأمان ضد إفلاس المورد قبل تسليم البضائع (Schoon, 2016: 78) وتقدم المصارف الإسلامية بطاقات الائتمان ولكن بدلاً من تحصيل فائدة عليها مثل المصارف التجارية ، تستعيز عن ذلك بما يأتي :- (Habib, 2018:63-64)
أ. رسوم الخدمة الدورية: تفرض جهة إصدار البطاقة على حامل البطاقة رسوم ثابتة شهرية أو سنوية.

ب. البيع بالدفع المؤجل: هنا يستخدم حامل البطاقة بطاقته للدفع مقابل السلع أو الخدمات، يصبح مصدر البطاقة (المصرف) مالك السلعة أو الخدمة عن طريق الدفع للتاجر ثم يبيع السلعة أو الخدمة لحامل البطاقة بالسعر الأصلي بالإضافة إلى هامش يتم دفعه في نهاية المدة أو على شكل أقساط على امتداد المدة.

ج. عقد شراء الإيجار: مصدر البطاقة هو مالك السلعة أو الخدمة حتى يقوم حامل البطاقة بالدفع النهائي ويصبح المالك خلال هذه المدة، يدفع حامل البطاقة إيجاراً للسلعة أو الخدمة لمصدر البطاقة (المصرف).

د. بطاقة الائتمان مسبقة الدفع: يقوم حامل البطاقة بإيداع مبلغ على البطاقة ويستخدمه لشراء السلع والخدمات

بطاقات الائتمان الإسلامية لا تجذب أي فائدة على عكس بطاقات الائتمان التجارية إذ تفرض جهة إصدار البطاقة فائدة على أي رصيد مستحق، ولا يمكن لمصدر بطاقة الائتمان الإسلامية فرض غرامة على الزبون مقابل التأخر في السداد على الرغم من أنه قد يتم فرض رسوم إدارية لتغطية أي تكاليف مرتبطة باسترداد الديون. ولا يمكن استخدام بطاقات الائتمان الإسلامية عادةً لشراء عناصر غير متوافقة مع الشريعة (Schoon, 2016:79)

5. الأوراق المالية: إن المصارف الإسلامية لا تتعامل أبداً بالسندات إذ أنه يعد صك دين يحصل صاحبه على فائدة ربوية ولذلك فإن المصارف الإسلامية لا تتعامل به وأيضا تتضمن الخدمات المصرفية المتعلقة بالأسهم الآتي: (محمد، 2019:73)

أ. حفظ الأسهم: ويجوز للمصارف القيام بحفظ الأسهم للمتعامل ويتقاضى أجراً فهي كالوديعة .
ب. بيع الأسهم: يمكن للمصرف القيام ببيع وشراء الأسهم لصالح زبائنه كوكيل عنهم ويستحق عن ذلك أجراً

ج. الاكتتاب: يجوز للمصرف القيام بذلك للشركات الجديدة وهنا يعد المصرف وكيلاً ويستحق أجراً .
د. صرف أرباح الأسهم: ويجوز للمصرف صرف أرباح الأسهم نيابة عن الشركات وهي أيضاً من باب الوكالة ويستحق عليها أجرة ولكن لا يجوز للمصرف بصفة عامة التعامل في أسهم شركات تباع منتجات تخالف الشريعة مثل السجائر والخمور.

المجموعة الثالثة: وهي الخدمات التي تتميز او تختص بها المصارف الاسلامية، وفيما يأتي استعراض الاله هذه الخدمات

1. المراجعة: يشير مصطلح عقود المراجعة إلى معاملة التكلفة الزائدة التي يشتري فيها المصرف أصلاً ملموساً يطلبه الزبون ثم يعيد بيعه للزبون بربح محدد مسبقاً. وتشتمل على ثلاثة أطراف: المشتري والبائع والممول. يوفر الممول (المصرف) التمويل عن طريق شراء السلعة المرغوبة من طرف ثالث (البائع) وإعادة بيعها إلى المشتري (الزبون) بسعر أعلى محدد مسبقاً (هامش ربح) يدفع على أقساط في حين أن الممول يجب أن يكون لديه سند ملكية للسلعة في مرحلة ما من المعاملة Eid& (Asutay, 2019:21).

2. المشاركة: يعد التمويل بالمشاركة من أهم الأدوات التمويلية التي تستخدمها المصارف الإسلامية بفاعلية وهو ما يميزها عن التجارية إذ يتم تقديم التمويل الذي يطلبه الزبون دون أن يتقاضى المصرف فائدة محددة وإنما يشارك المصرف في الناتج المحتمل سواء كان ربحاً أو خسارة حسب أسس توزيعية متفق عليها بين المصرف والزبون، ومن هنا تكون العلاقة بين الأطراف شراكة لا علاقة الدائن بالمدين (عريقات وعقل، 2012:162). أي بمعنى لا يساهم المصرف بالمال فحسب، بل يشارك أيضاً في الادارة (Khan&Porzio,2010:55)

3. المضاربة: وهي عقد بين طرفين إذ يقوم المصرف الاسلامي (رب المال) بتمويل أنشطة المضاربة وفق عقود للتمويل متوسطة وطويلة الأجل يتعاقد من خلالها المصرف على تقديم التمويل لأصحاب المشروعات (المضارب) مقابل نسب لتقاسم الارباح (المنعم، 2016:10). ويجب على المضارب أن يستخدم التمويل بطريقة متفق عليها ثم يعود إلى رب المال (المصرف) كلا من الأصل والحصة المتفق عليها مسبقاً من الربح ثم يحتفظ المضارب (الشريك العامل) بالحصة المتفق عليها من الأرباح المستحقة له ويجب بالضرورة تحديد الية تقسيم الأرباح بين الطرفين على أساس نسبي ولا يمكن أن يكون عائداً مضموناً في حالة الخسارة تقتصر مسؤولية (المصرف) عن الخسائر على رأس المال الذي ساهم به أي يتحمل المصرف كل هذه الخسارة ولا يتحمل المضارب الخسارة إلا ضياع وقته وجهده الذي لا ينال عنه أي تعويض (Lone, 2016:11).

4. الإيجار (الإجارة): هو عقد قائم على الخدمة ، ويستخدم بشكل كبير لتلبية احتياجات التمويل قصيرة ومتوسطة الأجل بما في ذلك شراء إيجار أو استئجار أحد الأصول بناءً على رسوم الإيجار المتفق عليها والمدة. تقدم المصارف الإسلامية هذا الخدمة لزبائنها وتتضمن بعض التطبيقات الشائعة تأجير الأصول الثابتة وتأجير مجموعة من الخدمات وتمويل الممتلكات والمركبات ومشاريع والتمويل الشخصي وتقدم المصارف الإسلامية حالياً نوعين رئيسيين من الإجارة هما الإجارة والإجارة والاقتناء وفي الوقت الراهن تبنت العديد من المؤسسات المالية الإسلامية الإجارة أو التأجير كوسيلة للتمويل كبديل للقروض القائمة على الفائدة وهذا ما يسمى الإيجار التمويلي. النوع الاول الإجارة أو الإجارة العادية هي بمثابة عقد إيجار تشغيلي تقليدي ويمكن أيضاً تسميتها عقد إيجار حقيقي ولا تنتهي بنقل ملكية الأصل المؤجر من المؤجر إلى المستأجر بدلاً من ذلك يتم إرجاع الأصل إلى المؤجر في نهاية مدة الإجارة، في هذا النوع من الإجارة لا تكفي الإجارة أو الإيجارات التي يتم تحصيلها خلال مدة الإجارة لاسترداد القيمة الكاملة للأصل (HABIB,2018:130). أما

النوع الثاني الإجارة والاقتناء هي معاملة لا يدفع بموجبها المستأجر الإيجار فحسب، بل يشتري تدريجياً حصة في العقار المؤجر (Khan& Porzio, 2010:55).

5. السلم: هو سلعة مؤجلة موصوفة في الذمة بثمن يدفع عاجلاً ويسمى المشتري (المسلم) والبائع المسلم إليه والثلث المعجل (رأس مال السلم) وتسمى السلعة مؤجلة التسليم (المسلم فيه) أي أن السلم هو نوع من البيوع يدفع فيه المسلم (الطرف المشتري) رأس المال حالاً إلى المسلم إليه (الطرف البائع) على أن يكون المسلم فيه (المبيع) موصوف في ذمة البائع إلى أجل متفق عليه إذن فالسلم هو من بيوع الآجال (كداسة، 2020:83).

6. الأستصناع: هو عقد يشير إلى اتفاق لبيع أصل غير موجود للزبون والذي سيتم تصنيعه وفقاً المواصفات المشتري ويجب تسليمه في تاريخ مستقبلي محدد وبسعر بيع محدد مسبقاً على عكس السلم إذ يجب أن يتم السداد بالكامل من قبل المصرف عند تنفيذ العقد فإن عقد الاستصناع له طرق دفع مرنة إذ يمكن الدفع وفقاً للاتفاق بين الطرفين وقد يقرر المصرف تصنيع أو بناء الأصل بمفرده أو قد يقرر الاستعانة بخدمة طرف ثالث (El Tiby، 2011:51).

المطلب الثاني، ابعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف الاسلامية

اولاً، مفهوم جودة الخدمة المصرفية في الاسلام، الجودة من منظور إسلامي تراعي نظرة الإسلام إلى جودة الخدمات المقدمة تبعاً لحاجة كل قطاع كما أن لكل نوع من الخدمات له مواصفات بحد أدنى لا يمكن القبول بأقل منها وهذا يعني عدم صلاحية تقديم الخدمة المصرفية إلا بتحقيق مواصفات معينة تزيد أو تقل تبعاً لحجم الطلب عليها إذ يظهر أثر الجودة في قبول المنتج شراً بما يأتي: (الوادي وآخرون، 2010:118-114)

1. ترتبط جودة المنتجات بالالتزام بالضوابط الشرعية لأن الدين معاملة ويقوم على الأخلاقيات والازدهار لا يكون إلا من خلالها فالضوابط الشرعية معياراً يقاس عليه مدى الانحراف في التطبيق العملي ويتم تفويض ولي الأمر بحسب المصلحة العامة للتحقق من التزام الضوابط الشرعية.
2. وضعت الشريعة الإسلامية وسائل للحكم على الجودة والمواصفات: أن يتوفر أدنى منفعة من الخدمة ويقيم سعرها من قبل الخبراء، بحيث لا يقع المنتفع بالخدمة بتغريب وغبن وهو أمر لا يحتاج لاتفاق مسبق مع البائع، لأنه بديهي فإذا حصل تغريب وغبن فسخ العقد ورد الثمن للمشتري.
3. المنهج الإسلامي في إدارة الجودة يتناسب مع الأنظمة المعاصرة للجودة ويتميز بسبب ارتباطها بالضوابط الشرعية مما يبرز شموليتها لرعاية جميع المصالح وبالنظر إلى مستويات الجودة من خلال الاستقراء يتضح وجود ثلاث مستويات، وتتمثل بالإيفاء: وهو تقديم المنتج طبقاً للحد الأدنى المقبول من أداء العامل والذي به يستحق الأجر، والإتقان: إذ يضاف على الإيفاء مزايا ضمنية لا تتوفر في المرحلة السابقة تتفق مع ما يتوقعه الزبون، والإحسان: إذ تحقق مزايا للخدمة تفوق ما يتوقعه الزبون.

4. تتميز النظرة إلى جودة الخدمات في المصارف الإسلامية عن غيرها من نماذج الجودة المعتمدة بعدة أمور منها الرقابة الذاتية فكل موظف يحاسب نفسه مستشعراً رقابة الله تعالى له وهي تقلل الجهد والتكاليف التي تتطلبها أدوات الرقابة كما يترتب عليها ضبط النفقات. والاحتساب إذ ينظر الموظف إلى ميزان حسناته بنظرة تتعدى المكافآت المادية والمعنوية بما يدفعه لتقديم أفضل ما عنده

لخدمة المجتمع والمنشأة لما في عمله من خدمة للأهداف المشروعة وبذلك يتحقق المسؤولية الجماعية إذ توجه الأحكام الشرعية الموظف للعمل بما يحقق مصلحة المنشأة والمجتمع. الشمولية فالموظف ينظر إلى عمله بأنه كسب لرزقه وتحقيق الربح منشأته من خلال خدمة المجتمع، ولذلك ينظر بشمولية إلى أثر تدني أو جودة عمله على المنشأة والمجتمع كما أنه يقدم النصيح من مبدأ الأمر بالمعروف والتعاون على البر والتقوى. والتركيز على رضا الزبائن لما في ذلك من تأدية للأمانة وفعل الخير والعون.

ثانياً، أبعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية: أن جودة الخدمة المصرفية تعتمد على ابعاد متعددة، لذلك تعددت المحاولات لتحديد أبعادها إذ حدد الباحثان (Lehtinen & Lehtinen, 1982) ثلاثة ابعاد لجودة الخدمة وهي الجودة المادية والجودة التفاعلية وجودة المؤسسة (الصورة)، إذ تتعلق الجودة المادية بالجوانب الملموسة للخدمة، وتتضمن الجودة التفاعلية الطبيعة التفاعلية للخدمات وتشير الى تدفق ثنائي الاتجاه الذي يحدث بين الزبون ومقدم الخدمة، وتشير جودة المؤسسة الى الصورة المنسوبة الى مقدم الخدمة من قبل الزبائن الحاليين والمحتملين: Kang & James, 2004: (267). وحدد (Grönroos, 1982) بعدين لجودة الخدمة المصرفية وهما الجودة الفنية (ما الخدمة المقدمة) بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي. والجودة الوظيفية (كيف يتم تقديم الخدمة) اي الكيفية التي يتم فيها عملية نقل الجودة الفنية الى الزبائن (عطاوي، 2015:38). أما (Parasurman et a, 1985) فقد اقترحوا في نموذج لهم عشر ابعاد لجودة الخدمة المصرفية وهي (المصدقية، الملموسة، التفاعلية، الموثوقية، فهم الزبون، الأمان، امكانية الوصول، الاتصالات، الكفاءة، المجاملة) (Yarimoglu, 2014:83)، وفي أوائل التسعينيات من القرن الماضي تم تنقيح النموذج مع الأخذ في الاعتبار نتائج التحليلات الإحصائية المختلفة وكشف عن ارتباط كبير بين الأبعاد العشرة الأولى. لذا تم دمجها في خمس أبعاد لجودة الخدمة النهائية القادرة على التقاط جوانب جميع الأبعاد العشرة لتصبح كما يأتي:-

1. الاستجابة: يقصد بها رغبة المصرف في إبداء العون للزبائن وتقديم الخدمة لهم عند طلبها والحصول على الخدمة الفورية والمعاملة الحسنة من قبل موظفي المصرف كما يحرص المصرف على تبليغ الزبائن بالوقت المحدد لإنجاز الخدمة.
2. الملموسة: تتعلق بمظهر المنشأة والمعدات اي هي المادة المستخدمة لإضفاء الطابع الملموس على الخدمة.
3. التعاطف: هو عبارة عن توفير الرعاية والاهتمام الشخصية بالزبائن من خلال الاستقبال الجيد من قبل موظفي المصرف، وعلى المصرف الموازنة بين مصلحة الزبون واسعار الخدمة المقدمة، والإعلان عن خدماته بطريقة مناسبة
4. الاعتمادية: تعبر عن القابلية لأداء الخدمة الموعودة بشكل يمكن الوثوق به وعلى نحو دقيق.
5. الأمان: عدم وجود خطر أو اخطاء او شك.

المطلب الثالث، مفهوم ووسائل تحسين الربحية وطرق قياسها في المصارف الاسلامية اولاً، مفهوم الربح والربحية

1. مفهوم الربح في الفقه الاسلامي: نوع من نماء المال الناتج، من استخدام هذا المال في نشاط استثماري. وما يميز حساب الربح في المصارف الاسلامية أن يخضع في قياسه المحاسبي وعملية توزيعه الى الاحكام والقواعد الواردة في فقه المعاملات بشأن الاحكام، العامة في المعاملات الاسلامية وما ورد في فقه المعاملات بشكل خاص في فقه المضاربة بصفتها اساس العلاقات في الانشطة الجديدة في المصارف الاسلامية. ويطلق مفهوم الربح على عائد النشاط التجاري بصفة خاصة دون سائر الانشطة الاقتصادية الاخرى كما ان الربح هو الزيادة على رأس المال سواء كان في قيمة عروض التجارة بدون بيع او تحقيق فعلي بعد تصفية النشاط التجاري (عثمان، 2020: 40-41). وأيضا عرف الربح في عرف فقهاء الدين (هو زائد ثمن مبيع نتج عن ثمنه الأول) اذ يتضح من هذا المفهوم أن الربح هو ما نتج عن عملية تبادل تجاري تنقلب فيه النقود إلى عروض تجارية ثم تباع بازدياد من ثمن شرائها فهذه الزيادة تسمى في العرف، الفقهي ربحا ولهذا لا يدخل تحت مفهوم الربح ما يحصل عليه الإنسان من غير عملية تجارية. وعرفه ابن خلدون بأنه محاولة الكسب بتنمية المال بشراء السلع بالرخص وبيعها بالغلاء اذ جعلت الشريعة الإسلامية حفظ المال أحد مقاصدها الخمسة وحفظ المال يكون باستثماره الإنتاج الربح الذي به يحفظ رأس المال المنتج وينمي (تومي وذباح، 2017: 27)

2. مفهوم الربحية في المصارف الإسلامية: نظرا لاختلاف المصارف الإسلامية عن التجارية، لكون المصارف الإسلامية لا تكتفي بدور الوساطة المالية بل تتعدى أنشطتها الى الاعمال التجارية والاستثمارية المباشرة فهي بذلك اقرب الى المصارف الشاملة المتمثلة في (المجالات الاجتماعية والتنمية والدينية وتحقيق رفاهية المجتمع) باعتبار أن النظام المصرفي الإسلامي يقوم على تصور ورؤيا مفادها (ان المال هو ملك لله تبارك وتعالى وان البشر وجدوا ليكونوا مستخلفين فيه لا مالكين له) ومن هذا الأساس فإن الانسان (المستخلف) عليه أن يعمل بما جاء بمحكم كتاب الله العزيز من خلال تصرفه بهذه الأموال طبقا لإرادة الباري عز وجل ويعد المصرف وسيط مالي بين الوحدات الاقتصادية فضلا عن دوره في تعظيم الارباح للوحدات وتقديم الخدمات المالية المتوافقة مع مبادئ الشريعة الاسلامية (الشمرى وآخرون، 2020: 361).

ثانياً، وسائل تحسين الربحية في المصارف الإسلامية، تلجأ العديد من المنظمات بشكل عام والمصارف بشكل خاص إلى زيادة الربحية ، وذلك من خلال تحقيق رضا الزبائن وتحسين الخدمات المقدمة لهم، وتمييزها على درجة عالية من الدقة مما يساعدهم في استمرار ما يقومون به من أنشطة مختلفة. هناك عدة طرق لتحسين ربحية المصارف منها :- (حسين، 2019: 49) (العراف، 79-80 2020: (القحطاني، 2020: 27)

1. البحث عن فرص جديدة وخدمات حديثة ذات صفة ابتكارية من شأنها اشباع حاجات الزبائن يقدمها المصرف في قطاعات وأنشطة جديدة أو مناطق جغرافية جديدة أو لزبائن جدد أو خدمات جديدة للزبائن الحاليين.

2. رفع أسعار بعض الخدمات المصرفية التي تسمح التشريعات المصرفية بزيادتها فمن المعروف أن معظم الفوائد والعمولات موحدة بين المصارف إلا أن الممارسين غالبا ما يجدون لزيادة الإيرادات من

3. هذا المدخل صعبة ولا سيما أن أسعار الفائدة مثلاً لها حد أدنى وحد أعلى ويتوقف السعر على ظروف الزبون.

4. الانتفاع الكامل بالأموال والأصول. المتاحة تحت تصرف المصرف حيث أن بعض المهتمين بتحسين الربحية غالباً ما يركزون فقط على ترشيد الانفاق من أجل تحسين الربحية المصرفية ولكن يجب الانتباه إلى أن تحسين الربحية يمكن أن يتم من خلال عدة مداخل كزيادة فئات الفوائد والعمولات وزيادة الفرص الجديدة واستخدام الأصول المتاحة أفضل استخدام.

5. الضغط على النفقات وترشيدها في، أي مجال من المجالات ولا سيما في المصروفات العامة التي تكون فيها مجالات الانفاق دون رقابة.

6. تعزيز نوعية النشاطات التسويقية مثل إعداد برامج تدريبية مميزة لتحقيق التطور النوعي لقوى البيع للتوجه نحو الزبون، ولا سيما هؤلاء الذين لم يحصلوا على الكميات والنوعيات المطلوبة من المصرف أو المنافسين في القطاع ككل، وعلى ذلك بات على المصرف بناء شبكة ذات كفاءة لتوزيع خدماتها.

ثالثاً، معايير قياس الربحية في المصارف الإسلامية: يعد مقياس الربحية مقياس متميز لأداء المؤسسات المالية يوضح كفاءة وفاعلية استخدام المدراء لأموال المصرف (هادي وشاكر، 2020:70). وهناك العديد من المؤشرات لقياس الربحية لكن يتم قياس الربحية في الغالب من خلال (ROA) و (ROE) إذ يتم ذكر هذين المؤشرين بشكل متكرر كدالة للجهات الفاعلة الداخلية والخارجية (Caliskan& Lecuna,162:2020).

1. **العائد على الموجودات (ROA) Return On Assets:** يشير العائد على الموجودات إلى إنتاجية الأصول أي مقدار الدخل الناتج عن كل وحدة من الأصول (Shakila,2019:63). ويعد (ROA) مؤشراً أساسياً لربحية المصرف وكلما ارتفعت هذه النسبة كانت ربحية المصرف أفضل. ويتم احتساب (ROA) من خلال قسمة الربح بعد الضريبة على إجمالي الموجودات يوضح العائد على الموجودات كيف يمكن للمصارف تحقيق الدخل من أصولها على الرغم من أن العائد (ROA) قد يكون متحيزاً

$$\text{معدل العائد على الموجودات (ROA)} = (\text{صافي الربح} \div \text{إجمالي الموجودات}) \times 100$$

بسبب الأنشطة خارج الميزانية العمومية ومع ذلك فإن المتغير المستخدم بشكل أساسي لتحديد أداء المصرف هو (ROA) لأنه لا يتم تحريفه من خلال مضاعفات الأسهم العالية ولذلك فإن (ROA) يعد مؤشراً شائعاً للربحية (Muraina,2018:42). وتحقق هذه النسبة الغايات الآتية: (بنود ونعساني، 2019:71)

أ. المساعدة في اتخاذ القرارات، الخاصة بالاقتراض من خلال، المقارنة بين معدل العائد وكلفة الاقتراض.

ب. تعكس "هذه النسبة الكفاءة التشغيلية. (دون الكفاءة المالية) .

ج. تعد، من أفضل مؤشرات الكفاءة، التشغيلية، ومن أفضل أدوات المقابلة بين أداء المؤسسات، المختلفة وذلك لأنها لا تعكس، أثر الرفع، المالي إذ أن بسط النسبة ومقامها: لم يتأثرا بكيفية تمويل المؤسسة لموجوداتها.

2. **معدل العائد على حقوق الملكية (ROE) Return On Equity:** هو مقياس آخر لتحديد الربحية ويعد احد اهم مقاييس الاداء المالي للمصرف والذي يشير إلى صافي الدخل (NI) على إجمالي حقوق الملكية (TE). ويتم قياسه كما في المعادلة الآتية (عاشور والبسيوني، 2021:628):

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية ROE} = (\text{صافي الربح} \div \text{حقوق الملكية}) \times 100$$

وتشير هذه النسبة الى ربحية الدينار، الواحد المستثمر من قبل مساهمي المصرف. أي أنها تعكس

$$\text{معدل العائد على الودائع ROD} = (\text{صافي الربح NI} \div \text{أجمالي الودائع TD}) \times 100$$

ربحية، الاستثمار الممتلك والمنطق كلما زادت، هذه النسبة كلما عبرت عن كفاءة الإدارة في استغلال أموال المساهمين لضمان عائد مرضي لهم، والعكس يحصل عندما تنخفض هذه النسبة دون المعايير المعتمدة للمقارنة. وتعد هذه النسبة أحد أهم النسب: المالية التي يتم تداولها في سوق الأوراق المالية لأنها تعكس ربحية السهم الواحد وبالتأكيد فإن ارتفاع ربحية السهم الواحد لا بد وأن تؤثر، على تعظيم القيمة السوقية، للسهم في السوق (الزبيدي، 2008:137).

3. **معدل العائد على الودائع (ROD):** يبين مدى قدره المصرف على توليد الأرباح من توظيف الودائع بمختلف أنواعها في نشاطات مختلفة. وقياس معدل العائد على كل دينار من أموال المودعين ويحسب من خلال قسمة صافي الربح (NI) على إجمالي الودائع (TD) وفق المعادلة الآتية (رشم وآخرون، 2020:27):

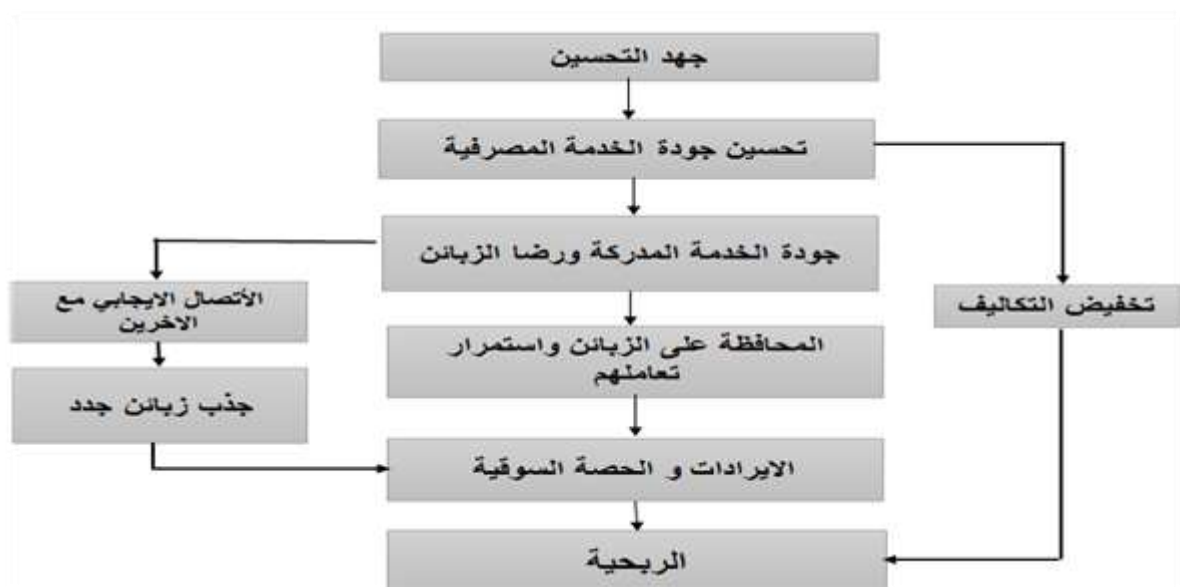
4. **هامش صافي الربح (NPM) Net Profit Margin:** تمثل هذه النسبة مقياس لمقدار صافي الدخل المتحقق بعد الفوائد والضرائب عن كل دينار من الإيرادات المتحققة. والنسبة الأعلى منها تدل على أن موقف الربحية جيد وأن المصرف له سيطرة جيدة على التكاليف بالمقارنة مع المصارف المنافسة وتحسب من خلال قسمة صافي الدخل على إجمالي الإيرادات وفق العلاقة الآتية (رشم وآخرون، 2020:28):

$$\text{هامش صافي الربح NPM} = (\text{صافي الدخل NI} \div \text{إجمالي الإيرادات R}) \times 100$$

رابعاً، **تأثير جودة الخدمة المصرفية على الربحية:** (المشهداني، 2016: 198-199) (عطوي، 2015: 46) (ابو موسى، 2000: 123-124)، إن الاهتمام بالجودة قد بدا واضحاً على المستوى العالمي التي تشجع المؤسسات بكافة أنواعها على الاستثمار بالجودة وتطبيقاتها لما للجودة من منافع اقتصادية متعددة وقد زاد اهتمام مديرو الشركات بعلاقة جودة الخدمة بالربحية وكيفية الاستفادة منها إذ نظروا إلى جودة الخدمة كاستثمار وأدركوا أهمية جهود تحسين الجودة وأثرها على رضا الزبائن وتحقيق الإيرادات المستقبلية. وبشكل عام فقد حاول بعض الباحثين إثبات العلاقة بين جودة الخدمة والربحية وقد توصلوا إلى أنه يوجد علاقة بينهما وإنما هي علاقة ليست مباشرة أو بسيطة، فجودة الخدمة تؤثر على جوانب اقتصادية كثيرة في المؤسسة بعضها تقود مباشرة إلى زيادة في الأرباح. ففي الثمانينات من القرن الماضي استخدمت جودة الخدمة كإستراتيجية للمنافسة وزاد الاهتمام بتحسين جودة الخدمة

بهدف المنافسة وتحقيق النجاح والتقدم المالي للمؤسسات، وقد زاد هذا الاهتمام في التسعينات من خلال الاهتمام بإدارة الجودة الكلية وإظهار أثر جودة الخدمة في تخفيض التكاليف وزيادة الإنتاجية. ففي دراسة لفهم العلاقة ما بين جودة الخدمة ورضا الزبون والعوائد الاقتصادية متمثلة بالعائد على الموجودات وجدت علاقة موجبة بين جودة الخدمة ورضا الزبون والعائد، ذلك أن مستويات الجودة تؤثر إيجاباً على رضا الزبائن الذي يؤثر بدوره على ربحية المصارف. كما اقترحت دراسة أخرى نموذجاً للعلاقة ما بين الجهود المبذولة لتحسين جودة الخدمة والربحية ونظرت إليها كسلسلة من التأثيرات لذلك أن تحسين جودة الخدمة المصرفية ينتج عنه زيادة في جودة الخدمة المصرفية المدركة ورضا الزبائن وما يرافق ذلك من تقليل للتكاليف وزيادة ولاء الزبائن، والحديث عن المصرف وخدماته للآخرين كل ذلك يؤدي إلى زيادة الإيرادات والحصة السوقية وهذا يؤدي إلى زيادة الربحية. ولصعوبة احتساب العوائد المالية المباشرة المتأتية من اتصال الزبون بالآخرين، فقد أشير إليها بالنقاط المقطع وهذا ما يوضحه الشكل (2)، ويلاحظ مما سبق تعدد الدراسات التي بحثت في العلاقة ما بين جودة الخدمة والربحية، وإن اختلفت الدراسات في طريقة البحث، إلا أنها كانت تركز في معظمها على معدل العائد على الموجودات وتأثره بمستوى جودة الخدمة المصرفية و إيجاد جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن لعدد من السنوات وكذلك التركيز على مصادر الإيرادات المختلفة.

شكل (2) تحسين جودة الخدمة المصرفية واثرها على الربحية



Source: Rust, Roland T., Anthony J. Zahorik, & Timothy L. Keiningham (1995), "Return on Quality (ROQ): Making Service Quality Financially Accountable", Journal of Marketing, P. 59

يلاحظ من شكل (2) أن تحسين جودة الخدمة المصرفية يؤدي إلى زيادة جودة الخدمة المصرفية المدركة ورضا الزبائن، وهذا يؤثر أيضاً في تخفيض التكاليف واستمرار الزبائن في التعامل مع المصرف

وجذب زبائن جدد الأمر الذي يؤدي إلى تحسن في الإيرادات وفي الحصة السوقية، التي ينجم عنها زيادة الربحية.

المبحث الثالث، الجانب العملي للبحث / المطلب الاول، نبذة تعريفية عن المصارف الاسلامية المبحوثة

المحور الاول، مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية،

اولاً، تأسيس المصرف واهدافه، أسس المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية في عام 1992 برأس مال قدره (126,400) ألف ديناراً مدفوع بالكامل وبأشرف المصرف أعماله بعد حصوله على إجازة ممارسة الصيرفة الصادرة من البنك المركزي العراقي في عام 1993 وبأشرف نشاطه في 24/4/1993 وقد تم تعديل عقد تأسيس المصرف بزيادة رأسماله عدة مرات إلى أن وصل (250) مليار ديناراً عراقياً في عام 2019 (مصرف العراق الاسلامي، 2019:12). بينما نصت اهدافه على الالتزام بتوفير أفضل معايير الخدمات وفق الشريعة الإسلامية وبما يتناسب مع الأحكام والقوانين السائدة عن طريق استخدام أحدث التقنيات في جميع التعاملات سواء في وسائل الاتصال أو في تقنيات الحاسوب. والتشجيع على توفير وادخار الأموال والاستثمار الصحيح لها في المجالات الاستثمارية المختلفة في ظل مبادئ الشريعة الإسلامية. كذلك الحفاظ على الموقع الريادي للمصرف بين المصارف الإسلامية وتقديم أفضل الخدمات للزبائن والمساهمة في توسيع السوق النقدية لدعم السياسة النقدية للبنك المركزي العراقي من خلال شبكة فروع المصرف في كافة محافظات العراق ودعم الاقتصاد الوطني، وإيجاد أنظمة للتعامل الاستثماري في جميع القطاعات الاقتصادية تتمثل بصيغ التمويل (المرابحة، المشاركة، المضاربة، الإجارة) وغير ذلك من أنواع التمويل (مصرف العراق الاسلامي، 2018:6).

ثانياً، أهم الخدمات التي يقدمها مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية

<http://www.iraqiislamicb.iq>

1. الخدمات المصرفية للأفراد: تقديم خدمات مصرفية للأفراد تشمل مجموعة متنوعة ومتسعة من أنواع الحسابات والبطاقات الائتمانية بما يلبي احتياجات وتطلعات زبائن المصرف وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية وهي الحسابات وتشمل (حسابات الادخار والجارية والوديعة وحسابات النخبة)، والبطاقات الائتمانية مثل (بطاقة الخصم المباشر والراتب ومتعددة الاغراض السفر وبطاقة الانترنت)، والمنتجات الاسلامية مثل (المرابحة والاجارة والاستصناع والتكافل)، وخدمات اخرى مثل (خدمات توطين الرواتب وخدمات الصراف الالي وخدمات الانترنت البنكي وخدمة الحوالات الفورية من ويسترن يونيون).

2. الخدمات المصرفية للأعمال: يقدم المصرف العراقي الإسلامي فريقاً من مدراء العلاقات التجارية يعمل جاهداً مع الشركات لفهم متطلباتهم لكي تحظى الشركات بخدمات سريعة وبكفاءة عالية وباهتمام شخصي. اذ يقدم انواع من حسابات الاعمال التي توفر للمتعاملين مع المصرف من الشركات بكافة المجالات حلولاً مالية مبتكرة تحت مظلة أنظمة مصرفية إسلامية ملتزمة بأحكام الشريعة الإسلامية تغطي تمويل الشركات، وكذلك الخدمات المصرفية الاستثمارية وتمويل المشاريع بالإضافة الى تمويل التجارة والسلع ومنتجات سوق رأس المال، وتقديم الخدمات المصرفية الدولية، والأوراق المالية

والمقاولات وخطوط الانتاج. كما يقوم المصرف بتمويل التجارة من خلال الاعتمادات المستندية وخطابات الضمان.

ثالثاً: تحليل المؤشرات المالية لمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية. يوضح الجدول (3) التطورات الحاصلة في أهم المؤشرات المالية للمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية للمدة (2010 – 2019)، اذ سجل مجموع النقد (47,630) مليون دينار عام 2010، ثم ليرتفع ارتفاعاً واضحاً بلغ (219,741) مليون ديناراً عام 2011، و (257,669) مليون ديناراً عام 2014 نتيجة لاعتماد المصرف سياسة تحفظية التي فرضتها الظروف الاقتصادية والسياسية في البلد، لينخفض بعد ذلك الى (251,802) مليون ديناراً عام 2015 نتيجة لزيادة التمويلات الاسلامية الممنوحة، ثم شهد بعد ذلك ارتفاعاً تدريجياً متواصلاً ليصل الى (473,234) مليون ديناراً عام 2019 التزاماً بتعليمات البنك المركزي العراق بان تكون نسبة تغطية السيولة (90%) ويتم اعدادها شهرياً. بينما سجلت التمويلات الاسلامية (15,843) مليون ديناراً عام 2010 ثم شهدت هذه التمويلات ارتفاعاً متواصلاً للمدة (2010 – 2015) لتبلغ (158,743) مليون ديناراً في نهاية عام 2015 ويعود ذلك الارتفاع الى التنوع في منح الائتمان للزبائن ثم اخذت التمويلات بالانخفاض لتصل الى (122,253) مليون ديناراً عام 2018 نتيجة الانحسار في منح عمليات التمويل عالية المخاطر والتي تجنب المصرف الدخول بها خلال هذه المرحلة، بالإضافة الى قرار ادارة المصرف بالتريث في منح الائتمان بشقي انواعه لحين رسم سياسات جديدة تتفق مع متطلبات البنك المركزي العراقي ثم شهدت ارتفاعاً واضحاً بلغ (190,528) مليون ديناراً عام 2019.

ان اجمالي الموجودات شهدت ارتفاعاً متواصلاً خلال مدة الدراسة فيما عدا عامي 2015 و 2016. اذ بلغ اجمالي الموجودات (80,273) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهدت ارتفاعاً تدريجياً متواصلاً اذ بلغ (471,443) مليون ديناراً عام 2014 وهذا الارتفاع يتمثل بنمو السيولة النقدية، اذ انه بعد عام 2014 انخفض اجمالي الموجودات الى (469,590) مليون ديناراً عام 2015 نتيجة انخفاض رصيد النقد واستمر بالانخفاض الى (447,197) مليون ديناراً عام 2016 ويعود السبب في ذلك الى انخفاض التمويلات بمختلف انواعها وانخفاض رصيد المدينون، ثم عاود الارتفاع وبشكل تدريجي ليصل الى (782,159) مليون ديناراً عام 2019 ومعظم هذه الزيادة ناتجة عن ارتفاع رصيد مجموع النقد بالإضافة الى التمويلات الاسلامية والاستثمارات ورصيد المدينون وان هذا التطور في موجودات المصرف يدل بشكل واضح ان المصرف يسير بخطى مدروسة. بينما سجل مؤشر الودائع وما في حكمها (28,515) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهدت ارتفاعاً متواصلاً ليصل الى (223,760) مليون ديناراً عام 2013، ثم انخفضت بعد عام 2013 وبشكل تدريجي لتصل الى (185,946) مليون ديناراً عام 2016 نتيجة الظروف التي يمر بها البلد والتي كانت وراء ارتفاع حجم السحوبات على الودائع، لترتفع بعد ذلك وبشكل متواصل الى (510,019) مليون ديناراً عام 2019 نتيجة خطة المصرف لاستقطاب الودائع والتي يمكن تلخيصها بـ (تشجيع الدفع الالكتروني، اجتذاب ودائع القطاع الخاص الاستثماري، استقطاب شريحة القاصرين وتعزيز ثقافة الشمول المالي، طرح منتجات اسلامية مبتكرة، اطلاق برامج المعاملات الالكترونية، دعم ثقافة الإعلان بكافة الوسائل). لقد شهد رأس المال المدفوع ارتفاعاً متواصلاً للمدة (2010 – 2014)، اذ سجل (51,192) مليون ديناراً عام 2010، ليرتفع الى (250,000)

مليون ديناراً عام 2014 وتمت الزيادة عن طريق الاكتتاب، وذلك استناداً الى تعليمات البنك المركزي العراقي، ويستمر بالثبات حتى عام 2019 وهي مدة الدراسة. اما فيما يخص حقوق الملكية فقد شهدت ارتفاعاً متواصلاً خلال المدة (2010 – 2015)، اذ بلغ (51,758) مليون ديناراً عام 2010 ثم ارتفعت لتسجل (271,906) مليون ديناراً عام 2015 وتعود هذه الزيادة في حقوق الملكية الى زيادة رأس مال المدفوع والاحتياطات بمختلف انواعها بالإضافة الى الارباح المحتجزة، لتتخفض بعد ذلك الى (262,597) مليون ديناراً عام 2018 نتيجة زيادة مخصص الائتمان النقدي من الفائض المتراكم، لتعاود الارتفاع الى (272,140) مليون ديناراً عام 2019 نتيجة لاحتجاز ارباح هذه السنة، وذلك لمواجهة مخاطر انتشار فايروس كورونا. بينما سجل صافي الدخل بعد الضريبة (99) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهد ارتفاعاً متواصلاً ليبلغ (27,710) مليون ديناراً عام 2013 نتيجة لزيادة نشاط المصرف، ثم شهدت المدة (2014 – 2019) مساراً متذبذباً ارتفاع تارثاً وانخفاض تارثاً اخرى، اذ سجل في عام 2014 انخفاضاً واضحاً بلغ (6,630) مليون ديناراً ويعود ذلك لخسائر بعض الفروع اذ منها كانت حديثة التأسيس مما تسببت بتحمل نفقات ادارية كبيرة، والآخرى تقع ضمن المناطق الساخن مما ادى الى توقف نشاطها. وسجل في عام 2019 ارتفاعاً واضحاً مقارنة بالعام السابق بلغ (11,933) مليون ديناراً نتيجة لزيادة الائتمان الممنوح، بالإضافة الى تحديث الخدمات التي يقدمها والتي تتواءم مع التقنيات الحديثة لتلبية متطلبات الزبائن.

جدول (3) لمؤشرات المالية لمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية للمدة (2010 – 2019)

(مليون دينار)

المؤشر السنة	مجموع النقد	تمويلات اسلامية	اجمالي الموجودات	الودائع ومافي حكمها	رأس المال المدفوع	حقوق الملكية	صافي الدخل
2010	47,630	15,843	80,273	28,515	51,192	51,758	99
2011	219,741	46,959	310,104	195,417	102,384	114,687	11,735
2012	207,486	89,734	373,683	198,189	152,000	175,494	22,453
2013	241,770	126,370	455,487	223,760	202,000	231,727	27,710
2014	257,669	128,078	471,443	207,586	250,000	263,857	6,630
2015	251,802	158,743	469,590	197,684	250,000	271,906	7,684
2016	270,486	137,618	447,197	185,946	250,000	261,251	6,958
2017	290,265	139,089	469,740	201,988	250,000	267,752	7,088
2018	316,241	122,253	504,543	241,945	250,000	262,597	5,040
2019	473,234	190,528	782,159	510,019	250,000	272,140	11,933

المصدر: تم اعداد الجدول من قبل الباحثين استناداً الى التقارير السنوية لمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية للسنوات (2010-2019)

المحور الثاني، المصرف الوطني الاسلامي

اولاً، تأسيس المصرف واهدافه: تأسس المصرف (كشركة مساهمة خاصة) بموجب إجازة التأسيس في عام 2005 برأسمال قدره (25) مليار ديناراً مدفوعاً بالكامل وحصلت موافقة البنك المركزي العراقي على ممارسة أعمال الصيرفة الشاملة كما تم السماح للمصرف بالتوسط ببيع وشراء العملات الأجنبية وحسب الإجازة الصادرة في 26/9/2005 ولكن الظروف الأمنية حالت بينه وبين ممارسته النشاط المصرفي الفعلي حتى شهر نيسان 2010 وذلك بعد تغيير مالكه وتحسن النسبي للظروف الأمنية في البلد

(المصرف الوطني الاسلامي، 2017: 18). ونصت اهدافه على العمل المصرفي وفقاً لحكم الشريعة الاسلامية والابتعاد عن التعامل بالربا اخذاً وعطاءً والعمل على تنمية وتطوير اقتصاد البلد اذ ربط التنمية الاجتماعية مع التنمية الاقتصادية باعتبار ان الانسان هو اساس التنمية وهو المستهدف بها وذلك من خلال المسؤوليات الاجتماعية وتحقيق التكافل. كما عمل على الاستمرار بتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية وتطويرها وفقاً لحكم الشريعة الاسلامية السمحاء، وفتح شبكة من الفروع لخدمة شرائح وقطاعات واسعة من المجتمع واستكمال تطبيق الانظمة الالكترونية والتقنيات الجديدة في التعامل المصرفي. وقد حدد المصرف المسؤولية الاجتماعية ودوره فيها من خلال اربع اتجاهات هي المسؤولية الاجتماعية تجاه (المساهمين، العاملين، الزبائن، المجتمع) (المصرف الوطني الاسلامي، 2010: 15).

ثانياً، الخدمات والمنتجات التي يقدمها المصرف الوطني الاسلامي: يقدم المصرف خدماته باستخدام تقنيات المعلومات المتطورة مثال ذلك نظام السويفت ونظام المقاصة الآلي الموحد عبر البنك المركزي العراقي (RTGS) ودخوله ضمن نظام الاتصال المشترك وبأشراف البنك المركزي العراقي ويعمل على مكنته العمل وفق نظام TEMENOS العالمي وكذلك يعمل وفق نظام الصكوك الالكترونية ACH وتقديم خدمة بطاقات الماستر كارد MasterCard ويسعى الى الحصول على خدمة الويسترن يونيون WesternUnion وغيرها من الانظمة العالمية. ويوفر المصرف الوطني الاسلامي الخدمات المصرفية الاتية : (<https://www.nib.iq/content.php>)

1. فتح الحسابات الجارية وقبول الودائع (حسابات التوفير والودائع الثابتة) بالدينار العراقي والعملات الأجنبية ومنح الائتمان المصرفي بكافة انواعه ومنها الائتمان نقدي ويشمل تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة وفق صيغ التمويل الاسلامي وللقطاعات الصناعية والزراعية والتجارية والخدمية. بالإضافة الى المساهمة في تأسيس الشركات. أما الائتمان التعهدي ويشمل إصدار خطابات الضمان الداخلية والخارجية وفتح الاعتمادات المستندية عن الاستيرادات الخارجية.
2. إصدار السفاتج والصكوك وقبول الحوالات الداخلية والخارجية بكافة أنواعها، وبيع وشراء العملات الأجنبية بالإضافة الى شبكة من المراسلين في الخارج تقدم الخدمات المصرفية للشركات والأفراد.
3. منح بطاقة الخصم المباشر المتوافقة مع الشريعة الإسلامية وترتبط بالحساب الجاري للزبون ويمكن استخدامها للسحب النقدي من الصرافات الآلية أو الشراء عن طريق نقاط البيع أو التسوق عبر الإنترنت.

ثالثاً، تحليل المؤشرات المالية للمصرف الوطني الاسلامي. يوضح الجدول (4) التطورات الحاصلة في المؤشرات المالية لالمصرف الوطني الاسلامي للمدة (2010 – 2019)، اذ بلغ مجموع النقد (25,844) مليون ديناراً عام 2010 وهي السنة الاولى التي يمارس بها المصرف نشاطه، ثم شهدا تذبذب واضحاً خلال المدة (2011-2015) ليشهد بعد ذلك انخفاضاً واضحاً ويصل الى (169,242) مليون ديناراً عام 2016، ليرتفع بعد ذلك الى (195,699) مليون ديناراً عام 2017، ليعود بعد ذلك بالانخفاض حتى بلغ (73,086) مليون ديناراً عام 2019. بينما بلغت التمويلات الاسلامية

(32,188) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهدت ارتفاعاً واضحاً وبشكل متواصل حتى بلغ (361,163) مليون ديناراً عام 2013 وذلك ناتج عن توسع إدارة المصرف في منح المrabحات لغرض استثمارها الفائض النقدي وبشكل كفوء، لينخفض الى (330,602) مليون ديناراً عام 2014 و (433,866) مليون ديناراً عام 2016 ويعود هذا الانخفاض للوضع الاقتصادي الذي يمر به البلد وتوقف عجلة الاعمال والبناء، ثم عاود الارتفاع الى (527,297) مليون ديناراً عام 2017 وهو اعلى رقم وصل له مؤشر التمويلات الاسلامية خلال مدة الدراسة، لينخفض بعد ذلك انخفاضاً واضحاً بلغ (371,644) عام 2019 نتيجة ازمة فيروس كورونا الذي تسبب بتوقف معظم المشاريع الاستثمارية والخدمية. اما اجمالي الموجودات فقد بلغت (73,457) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهدت ارتفاعاً متواصلاً حتى بلغ (624,678) مليون ديناراً عام 2013 نتيجة لزيادة الائتمان النقدي (المrabحات) ورصيد المدينون، بعدها اخذت بالتذبذب حتى وصلت الى اعلى حد لها (780,950) مليون ديناراً عام 2017 نتيجة لزيادة مجموع الموجودات المتداولة، ثم انخفضت الى (521,146) مليون ديناراً عام 2019. في حين بلغت الودائع و ما في حكمها (22,961) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهدت ارتفاعاً واضحاً وبشكل متواصل حتى بلغ (338,857) مليون ديناراً عام 2013 نتيجة لاستقطاب المصرف الودائع بأشكالها المختلفة من خلال تقديم الخدمات المصرفية المتعددة والسريعة، لينخفض بعد ذلك الى (277,460) مليون ديناراً عام 2014 نتيجة حاله الركود الاقتصادي الشامل وشحة السيولة النقدية في التداول التي نتجت من الانخفاض الحاد والمفاجئ في اسعار النفط ولاسيما ان تلك الابرادات النفطية تساهم في تمويل ما يوازي (95%) من الموازنة السنوية للبلد باعتباره احادي المورد، بالإضافة الى التوجه لاقتصاد الحرب، ليرتفع ارتفاعاً واضحاً بلغ (402,828) مليون ديناراً عام 2015 وذلك نتيجة وضع سياسات جديدة لاستقطاب الودائع، لينخفض الى (241,960) مليون ديناراً عام 2019. بينما سجل مؤشر حقوق الملكية (50,495) مليون ديناراً عام 2010، ثم شهد ارتفاعاً واضحاً بلغ (107,005) مليون ديناراً عام 2011 ليستمر بالارتفاع حتى وصل الى (285,821) مليون ديناراً عام 2013 وترجع تلك الزيادة الى الزيادة الحاصلة لرأس المال المدفوع ومجموع الاحتياطات، وقد اتخذت المدة (2014- 2019) مساراً متذبذباً وبشكل طفيف انخفاضاً تارة وارتفاعاً تارة أخرى نتيجة التغيرات الحاصلة لمجموع الاحتياطات والارباح المدورة. وهنا لابد من الاشارة الى ان رأس المال المدفوع شهد ارتفاعاً متواصلاً للمدة (2010 – 2013) اذ بلغ (50,000) مليون ديناراً عام 2010 ليستمر بالارتفاع حتى بلغ (251,000) مليون ديناراً عام 2013 وكانت الزيادة عن طريق الاكتتاب وتدوير الارباح التزاماً بتعليمات البنك المركزي العراقي، ليبقى ثابت حتى نهاية عام 2019. بينما بلغ صافي الدخل (1,723) مليون ديناراً عام 2010 اذ تعد السنة الاولى لمباشرة المصرف نشاطه المالي، ثم شهد ارتفاعاً متواصلاً حتى بلغ (32,620) مليون ديناراً عام 2013 ويعود ذلك الى التوسع في حجم المحفظة الائتمانية والاستثمارات والحوالات الخارجية بالدرجة الاساس بالشكل الذي ينسجم ويتوافق مع تعليمات البنك المركزي العراقي، ذلك ان المنتجات والخدمات التي قدمها المصرف الى زبائنه كان لها دور حيوي وأساسي في تحقيق هذه الارباح، وهو يعد اعلى ربح وصل له المصرف خلال مسيرته العملية ومدة الدراسة، لينخفض الى (21,554) مليون ديناراً عام 2016 بسبب الوضع الاقتصادي والسياسي الذي يمر به

البلد، ثم عاود ارتفاعاً طفيفاً بلغ (25,444) مليون ديناراً عام 2017، لينخفض بعد ذلك انخفاضاً واضحاً بلغ (2,503) مليون ديناراً عام 2019 نتيجة أزمة فيروس كورونا.

جدول (4) المؤشرات المالية لا لمصرف الوطني الاسلامي للمدة (2010- 2019)

المؤشر السنة	مجموع النقد	تمويلات اسلامية	اجمالي الموجودات	الودائع وما في حكمها	رأس المال المدفوع	حقوق الملكية	صافي الدخل
2010	25,844	32,188	73,457	22,961	50,000	50,495	1,723
2011	128,125	103,828	239,869	132,864	100,000	107,005	6,510
2012	229,975	255,311	490,516	313,315	150,000	177,201	26,696
2013	201,592	361,163	624,678	338,857	251,000	285,821	32,620
2014	203,312	330,602	562,921	277,460	251,000	285,461	30,066
2015	221,886	443,164	691,494	402,828	251,000	288,665	28,556
2016	169,242	433,866	649,623	364,790	251,000	284,832	21,554
2017	195,699	527,297	780,950	492,599	251,000	288,352	25,444
2018	108,025	443,468	602,004	325,143	251,000	276,860	7,829
2019	73,086	371,644	521,146	241,960	251,000	279,186	2,503

المصدر: اعداد الباحثين استناداً الى التقارير السنوية لا لمصرف الوطني الاسلامي للسنوات (2010- 2019)

المطلب الثاني، التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

المحور الاول، اختبار الثبات للاستبانة وتحليل مستو اجابات افراد العينة على ابعاد جودة الخدمة المصرفية

أولاً، اختبار الثبات، يستدل من الجدول (5) ان قيمة معامل الثبات لمجمل فقرات أبعاد جودة الخدمة المصرفية قد بلغت (0.912) بما يؤشر وجود ثبات مرتفع في فقرات أبعاد جودة الخدمة المصرفية بسبب كون قيمة معامل الثبات كانت أكثر من (0.700). فيما سجلت قيم معامل الثبات للأبعاد المستقلة (الاعتمادية، الاستجابة، الامان، الملموسة، التعاطف) سجلت (0.788، 0.769، 0.724، 0.816، 0.747) على التوالي وجميعها أكبر من (0.700). بما يثبت تخطي فقرات الاستبانة لاختبار الثبات بنجاح.

جدول (5) نتائج اختبار الثبات

متغيرات الدراسة	معامل ثبات Cronbach's Alpha	مستوى الثبات	تعليق الباحث
X1 الاعتمادية	0.788	عال	وجود ثبات كبير في فقرات أبعاد جودة الخدمة المصرفية
X2 الاستجابة	0.769	عال	
X3 الامان	0.724	متوسط	
X4 الملموسة	0.816	عال	
X5 التعاطف	0.747	متوسط	
X مجمل أبعاد جودة الخدمة المصرفية	0.912	عال	

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

ثانياً، تحليل مستوى اجابات افراد العينة على جودة الخدمة المصرفية وأبعادها، تركز الباحثين في هذه المرحلة من التحليل الاحصائي على تفسير مخرجات التحليل الوصفي لأبعاد جودة الخدمة المصرفية، إذ يستفيدان من مصفوفة قوة الاجابات والتي تؤثر مستوى استجابة افراد العينة على فقرات الاستبانة وكما مدرج بالتفصيل في الجدول (6)

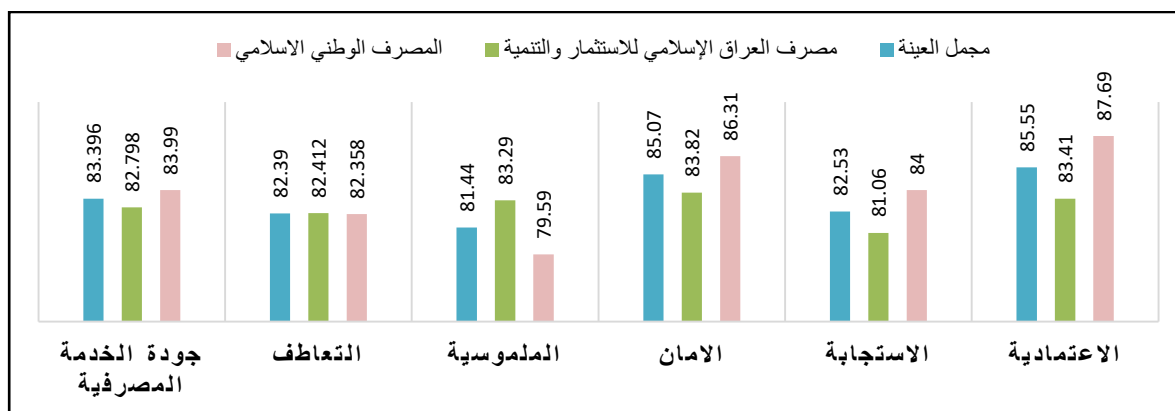
جدول (6) مصفوفة قوة الاجابات على فقرات الاستبانة

الفئة	قيمة المتوسط الحسابي الموزون محصورة ضمن الفترة	قوة الاجابات على فقرات الاستبانة	مستوى الاستجابة من قبل افراد العينة
الأولى	من 1 إلى أقل من 1.8	عدم الاتفاق تماماً	منخفض جداً
الثانية	من 1.8 إلى أقل من 2.6	عدم الاتفاق	منخفض
الثالثة	من 2.6 إلى أقل من 3.4	محايد	معتدل
الرابعة	من 3.4 إلى أقل من 4.2	الاتفاق	مرتفع
الخامسة	من 4.2 إلى 5	الاتفاق تماماً	مرتفع جداً
طول الفئة في المصفوفة = $\{ (4 - 1 - 5) \}$ (أعلى قيمة يأخذها المقياس = 5) = 0.80 } وذلك عند اعتماد مقياس Likert الخماسي في البحث.			

Source: Karnilev, Sergey Sergeyev "Multiple Regression ", 2012, Publishing House Statistical Science Library Moscow Russian Federation ,First Edition ,p,56

يوثق الجدول (7) والشكل (3) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون لجودة الخدمة المصرفية سجلت (4.1698) واستقرت قيمة المتوسط الحسابي الموزون جودة الخدمة المصرفية ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، بما يؤكد ان الاجابة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري لجودة الخدمة المصرفية بلغت قيمته (0.7993)، والذي يبين مدى تجانس اجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات جودة الخدمة المصرفية، بينما سجلت الأهمية النسبية لجودة الخدمة المصرفية (83.39%)، بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على فقرات وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، ومنه نستخلص ان الادارة في المصارف الاسلامية العراقية المبحوث مهتمة بأبعاد جودة الخدمة المصرفية المتمثلة بـ (الاعتمادية، الاستجابة، الامان، الملموسة، التعاطف) وكما موضح في الجدول (7) والشكل (3) على النحو الآتي:

شكل (3) ترتيب المصارف من حيث كل بعد من ابعاد جودة الخدمة المصرفية على وفق شدة الاجابات %



المصدر: من اعداد الباحثين استناداً الى جدول (23)

وقد توزعت مستويات استجابات عينة الدراسة على أبعاد جودة الخدمة المصرفية بين أعلى مستوى استجابة من قبل أفراد العينة حققه البعد المستقل الاعتمادية من بين جميع الأبعاد المستقلة الخمس وبمتوسط حسابي مرجح بلغ (4.2776) وبانحراف معياري بلغ (0.7743)، وأهمية نسبية للأمان شكلت (85.55%) كما مؤشر في شكل (3) بما يرجح اتفاق أغلب أفراد عينة الدراسة على أهمية الأمان لدى عينة من المصارف الإسلامية العراقية في خططها لتعزيز جودة الخدمة المصرفية. فيما يظهر شكل (3) إلى أن البعد المستقل الملموسة حقق أدنى مستوى استجابة بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي الموزون لهذه البعد المستقل (4.0721) وكان الانحراف المعياري للملموسة قد سجل (0.8635)، وأهمية نسبية بلغت (81.44%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم أفراد عينة الدراسة على وجود اهتمام أقل من قبل الإدارة في المصارف الإسلامية العراقية المبحوث بالملموسة مقارنة بباقي أبعاد جودة الخدمة المصرفية في خطط المصارف الإسلامية العراقية لتعزيز جودة الخدمة المصرفية، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

يوثق جدول (7) وشكل (3) أن المصرف الوطني الإسلامي الأفضل من حيث جودة الخدمات المصرفية على وفق آراء أفراد عينة الدراسة من مصرف العراق الإسلامي للاستثمار والتنمية.

جدول (7) مستوى أهمية المتغير المستقل جودة الخدمة المصرفية

السمة	الأبعاد المستقلة	المصرف الوطني الإسلامي	مصرف العراق الإسلامي للاستثمار والتنمية	مجموع العينة
المتوسط الحسابي الموزون	X1	4.3846	4.1706	4.2776
	X2	4.2	4.0529	4.1265
	X3	4.3154	4.1912	4.2533
	X4	3.9795	4.1647	4.0721
	X5	4.1179	4.1206	4.1193
	X	4.1995	4.14	4.1698
الانحراف المعياري	X1	0.69	0.8587	0.7743
	X2	0.6847	0.9329	0.8088
	X3	0.6909	0.8917	0.7913
	X4	0.7905	0.9366	0.8635
	X5	0.6664	0.8511	0.7587
	X	0.7045	0.8942	0.7993
الأهمية النسبية % (شدة الإجابة)	X1	87.69	83.41	85.55
	X2	84	81.06	82.53
	X3	86.31	83.82	85.07
	X4	79.59	83.29	81.44
	X5	82.358	82.412	82.39
	X	83.99	82.798	83.396

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

المحور الثاني: التحليل الوصفي للمتغير التابع «الربحية»

1. التحليل الوصفي لمؤشرات الربحية لمصرف العراق الإسلامي للاستثمار والتنمية: يستدل من جدول (8) وشكل (4) أن معدل العائد ROA كان أقرب ما يكون من معدل العائد ROE في عام 2010، ثم ليرتفع بعد ذلك معدل العائد على حقوق الملكية ليصبح أكثر بكثير من معدل العائد على

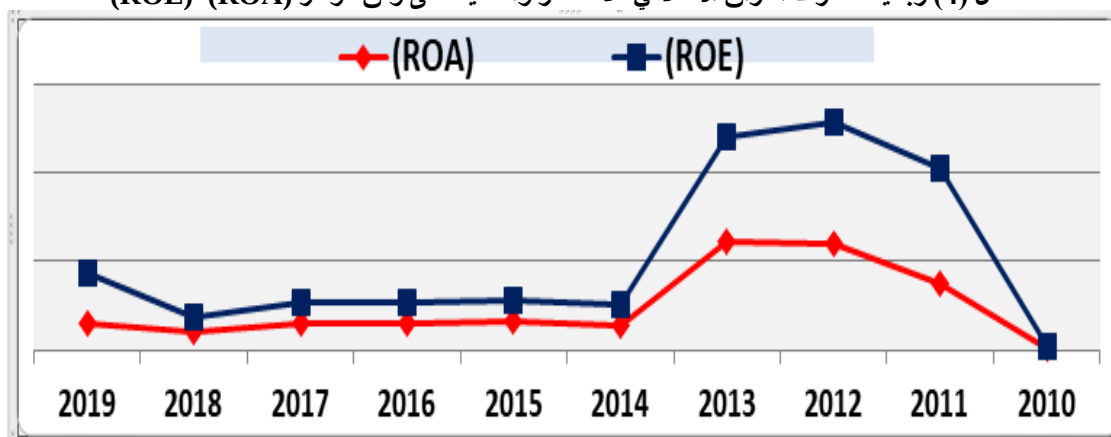
الموجودات خلال المدة (2011-2014)، ثم ليتقاربا بعد عام 2014 ويستمر بالتقارب حتى عام 2018 ثم ليرتفع بعد ذلك معدل ROE.

جدول (8) ربحية مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية على وفق مؤشر (ROE , ROA)

السنة المؤشر	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
ROE	5.212	4.385	1.919	2.647	2.663	2.826	2.513	11.96	12.79	10.23
ROA	2.463	1.526	0.99	1.509	1.556	1.636	1.406	6.084	6.009	3.784

المصدر: تم اعداد الجدول من قبل الباحثين استناداً الى بيانات جدول (3، 4)

شكل (4) ربحية مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية على وفق مؤشر (ROE) (ROA)



المصدر: من اعداد الباحثين استناداً الى جدول (8)

2. التحليل الوصفي لمؤشرات الربحية للمصرف الوطني الاسلامي: نستخلص من جدول (9) وشكل (5) ان معدل العائد على الموجودات والعائد على حقوق الملكية كانا متقاربين خلال عامي (2010 و2011)، ثم بعد ذلك ارتفع العائد ROE ليصل الى (15.07) عام 2012 وهو اعلى مستوى وصل له خلال مدة الدراسة ثم لينخفض ويستمر بالانخفاض حتى عام 2016 ليرتفع قليلاً عام 2017 ثم لينخفض الى (0.82) ليصبح اقرب ما يكون من العائد ROA الذي بلغ (0.48) في عام 2019

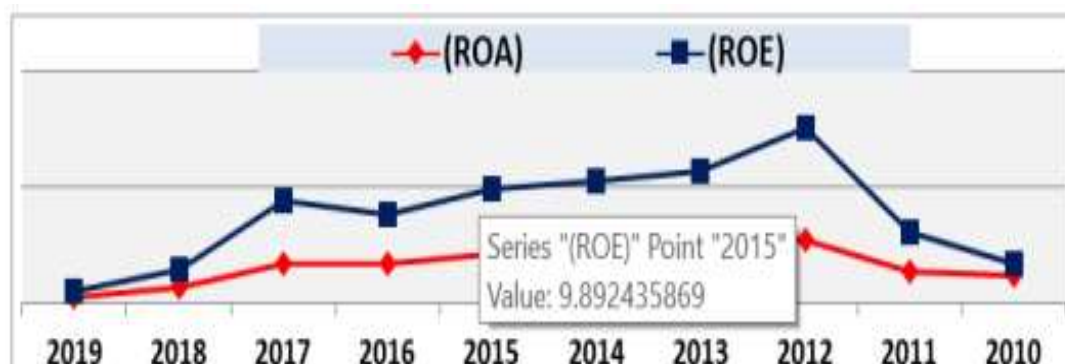
جدول (9) ربحية المصرف الوطني الاسلامي على وفق مؤشر (ROE , ROA)

السنة \ المصرف	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
ROE	7.651	0.897	2.828	8.824	7.567	9.892	10.53	11.41	15.07	6.084	3.412
ROA	3.355	0.48	1.3	3.258	3.318	4.13	5.341	5.222	5.442	2.714	2.346

المصدر: تم اعداد الجدول ن قبل الباحثين استناداً الى بيانات الجدول (4,3)

شكل (5) ربحية المصرف الوطني الاسلامي على وفق مؤشر (ROE) و (ROA)

المصدر: من اعداد الباحثين استناداً الى جدول (9)



المطلب الثالث، اختبار فرضيات البحث

يستخدم الباحثين اختبار (F-TEST) لبيان صحة فرضيات تأثير ابعاد جودة الخدمة المصرفية المستقلة الخمسة في الربحية، إذ ستقبل فرضية التأثير عندما تكون القيمة الاحتمالية المناظرة لقيمة F المحسوبة أصغر من مستوى معنوية (0.05)، اي قبول الفرضية بنسبة (95 %) وسيقوم الباحثان في هذه المرحلة من التحليل باختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في الربحية) وينبثق منها فرضيتان ثانويتان

اولاً: الفرضية الثانوية الاولى: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في مؤشر ROE) للمصارف الاسلامية عينة الدراسة وتنبثق منها خمس فرضيات فرعية وعلى النحو الاتي:-

1. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROE).
2. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROE).
3. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROE).
4. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROE).
5. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROE).

وكانت نتائج التحليل الاحصائي لاختبار فرضيات تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية المستقلة الخمسة في المتغير التابع المتمثل بمؤشر الربحية (ROE) العائد على حقوق الملكية على النحو الآتي:-

يوضح جدول (10) رفض الفرضية الفرعية الأولى التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROE) العائد على حقوق الملكية وبنسبة ثقة (95 %) إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.517) وهي غير معنوية بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.547) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد بالدراسة والبالغ (0.05)، كذلك رفض الفرضية القائلة (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROE)) بنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.403) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.590) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد بالدراسة والبالغ (0.05)، ايضاً رفض الفرضية الفرعية الثالثة التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROE)) وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.079) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.806) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد بالدراسة والبالغ (0.05). يعين جدول (10) رفض الفرضية التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROE)) وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (3.468) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.204) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد بالدراسة والبالغ (0.05) كما يوضح الجدول رفض الفرضية التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROE)) بنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (1.315) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.370) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد بالدراسة والبالغ (0.05)

جدول (10) نتائج التحليل الاحصائي لاختبار الفرضية الثانوية الاولى المنبثقة من الفرضية الرئيسية

المتغير التابع	المستقل	اختبار F		نتيجة الاختبار
		قيمة F المحتسبة	القيمة الاحتمالية	
مؤشر الربحية (ROE)	الاعتمادية	0.517	0.547	رفض الفرضية
مؤشر الربحية (ROE)	الاستجابة	0.403	0.590	رفض الفرضية
مؤشر الربحية (ROE)	الأمان	0.079	0.806	رفض الفرضية
مؤشر الربحية (ROE)	الملموسة	3.468	0.204	رفض الفرضية
مؤشر الربحية (ROE)	التعاطف	1.315	0.370	رفض الفرضية

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

ثانياً: الفرضية الثانوية الثانية: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية في مؤشر الربحية (ROA)) للمصارف الاسلامية عينة الدراسة وتنبثق منها خمس فرضيات فرعية على النحو الآتي:-

1. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROA).
2. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROA).
3. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROA).
4. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROA).

5. يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROA). وكانت نتائج التحليل الاحصائي لاختبار فرضيات تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية المستقلة الخمسة في المتغير التابع المتمثل بمؤشر الربحية (ROA) العائد على الموجودات على النحو الآتي:

يعرض جدول (11) رفض الفرضية الفرعية الأولى التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاعتمادية في مؤشر الربحية (ROA) المنبثقة من الفرضية الثانوية الثانية وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.661) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.501) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة بالدراسة والبالغ (0.05)، كذلك رفض الفرضية الفرعية الثانية التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاستجابة في مؤشر الربحية (ROA)) المنبثقة من الفرضية الثانوية الثانية وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.687) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.494) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة بالدراسة والبالغ (0.05). ويوثق جدول (11) رفض الفرضية القائلة (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للأمان في مؤشر الربحية (ROA)) بنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (0.208) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.693) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة بالدراسة والبالغ (0.05)، كذلك رفض الفرضية الفرعية الرابعة التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للملموسة في مؤشر الربحية (ROA)) وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (5.907) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.136) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة بالدراسة والبالغ (0.05)، وفي الوقت نفسه رفض الفرضية الفرعية الخامسة التي مفادها (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للتعاطف في مؤشر الربحية (ROA)) المنبثقة من الفرضية الثانوية الثانية وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (2.061) وهي غير معنوية. بسبب كون القيمة الاحتمالية بلغت (0.288) وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة بالدراسة والبالغ (0.05)

جدول (11) نتائج التحليل الاحصائي لاختبار الفرضية الثانوية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسية

نتيجة الاختبار	اختبار F		المتغير التابع	المستقل	
	القيمة الاحتمالية	قيمة F المحتسبة		أبعاد المتغير المستقل	
رفض الفرضية	0.501	0.661	مؤشر الربحية (ROA)	الاعتمادية	
رفض الفرضية	0.494	0.687	مؤشر الربحية (ROA)	الاستجابة	
رفض الفرضية	0.693	0.208	مؤشر الربحية (ROA)	الامان	
رفض الفرضية	0.136	5.907	مؤشر الربحية (ROA)	الملموسة	
رفض الفرضية	0.288	2.061	مؤشر الربحية (ROA)	التعاطف	

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

المبحث الرابع، الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1. أوضحت الدراسة ان تحسين جودة الخدمة المصرفية يؤدي الى زيادة جودة الخدمة المصرفية المدركة ورضا الزبائن، وهذا يؤدي ايضاً الى تخفيض التكاليف واستمرار الزبائن في التعامل مع المصرف وجذب زبائن جدد الامر الذي يؤدي الى تحسين الايرادات والحصة السوقية التي ينجم عنها زيادة الربحية.
2. تصنف جودة الخدمة المصرفية بأنها مرتفعة لكنها لم تصل الى الاتفاق التام، فاذا نظرنا الى كل بُعد على حدة نجد ان بُعد الملموسة لم يكن بالمستوى المطلوب الذي يرضي الزبائن عينة البحث، فالجوانب الموجودة ببعد الملموسة تعد مهمة جداً ويجب أن تهتم إدارات المصارف بتحسينها ومعالجتها. وتبين كذلك وجود مستوى منخفض في بعض الجوانب المرتبطة بالتعاطف والاستجابة، والتي كذلك تعد جوانب مهمة جداً على إدارات المصارف عينة الدراسة الاهتمام بتعزيزها وتطويرها.
3. اختلاف المعايير التي يستخدمها زبائن المصارف في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية اذ جاء بُعد الاعتمادية في المرتبة الاولى يليه بُعد الامان وتعقبهما الاستجابة والتعاطف في حين حصل بُعد الملموسة على المركز الاخير، وان لهذا الترتيب أهمية تطبيقية فيما يتعلق بتحديد الاولويات عند القيام بتحسين جودة الخدمة المصرفية، اذ تعد الاهمية النسبية لكل بُعد مؤشراً على درجة الاولوية التي يجب ان يوليها المصرف عند اتخاذ قرار التطوير بالنسبة لكل بُعد من ابعاد الجودة.
4. أظهرت النتائج قلة اهتمام الادارة في المصارف الاسلامية عينة البحث ببعد الملموسة مقارنة بباقي ابعاد جودة الخدمة المصرفية وذلك من وجهة نظر الزبائن عينة البحث، والذي قد يعود الى قلة حرص إدارات المصارف على توفير وسائل الراحة وأماكن انتظار ملائمة ومريحة للزبائن، واستخدام اجهزة حديثة، وتوفير المرافق الخدمية بالمصرف.
5. ان الادارة في المصارف الاسلامية عينة البحث تولي اهتماماً أكبر ببعد الاعتمادية وبعد الامان مقارنة بباقي ابعاد جودة الخدمة المصرفية في خططها لتعزيز جودة الخدمة المصرفية ، وذلك من وجه نظر الزبائن عينة البحث.
6. أوضحت نتائج التحليل ان المتغيرات المستقلة (الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف، الملموسة) لا تؤثر بشكل كبير في الربحية وذلك على وفق مؤشر العائد على الموجودات (ROA) و العائد على حقوق الملكية (ROE) وهذا يدل على عدم وجود علاقة تايثر معنوي لابعاد جودة الخدمة المصرفية في مؤشرات الربحية.

ثانياً: التوصيات

1. يتوجب على ادارة المصارف عينة الدراسة تصميم استراتيجيات خاصة لتحسين وتطوير جودة الخدمة المصرفية المقدمة، لمواجهة تحديات المنافسة في الصناعة المصرفية.
2. تعزيز استجابة الموظفين لاحتياجات الزبائن والاجابة على جميع اسئلتهم واستفساراتهم دون تأخير، والسعي لحل المشاكل التي تواجه الزبائن في تعاملاتهم مع المصرف، وان يحرص المصرف على اعلام الزبائن بالوقت المحدد لإنجاز الخدمة. وكذلك دعم وتعزيز بعد التعاطف ولاسيما فيما يتعلق بالموازنة بين مصلحة الزبون واسعار الخدمات المقدمة، وكذلك الإعلان والترويج عن خدماتهم بأسلوب

مناسب اذ لم تحظ هذه العناصر بالاهتمام اللازم من قبل الزبائن عينة الدراسة مما يدل على انها غير فعالة وغير مؤثرة.

3. على ادارات المصارف عينة البحث ان تأخذ بعين الاعتبار اختلاف المعايير التي يستخدمها زبائن المصارف في أهميتها النسبية لتقييمهم لجودة الخدمة المصرفية عند وضع استراتيجيات التحسين والتطوير.

4. ضرورة الاهتمام بتطوير الجوانب المادية الملموسة وجعلها عامل جذب للزبائن وذلك من خلال توفير وسائل الراحة وأماكن انتظار ملائمة ومريحة للزبائن داخل المصرف، واستخدام اساليب واجهزة حديثة تسهم في تقديم افضل الخدمات للزبائن، وكذلك الاهتمام بتوفير المرافق الخدمية بالمصرف، مما لها أثر كبير في نظر الزبائن عند تقويمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

5. تعزيز الاهتمام ببعد الاعتمادية والذي جاء في المرتبة الأولى من حيث الاهمية النسبية، ولاسيما فيما يتعلق بالوفاء بالالتزامات نحو الزبائن في مواعيدها المحددة وبأقل وقت ممكن للانتظار وبالطريقة الصحيحة من أول مرة. وكذلك زيادة اهتمام ادارة المصرف بتعزيز بعد الامان وذلك من خلال الاهتمام بدقة الكشوفات المالية المقدمة للزبائن، وان يلتزم المصرف بالحفاظ على السرية في معاملات الزبائن، والعمل على توفير الثقة لدى الزبائن بإمكانية سحب أموالهم كاملة في أي وقت يرغبون.

6. تعزيز سياسات واجراءات المصرف في مجال كسب الزبائن والاحتفاظ بهم من خلال بناء الثقة لكونها من دوافع الزبائن للتعامل مع المصرف وبناء علاقة بعيدة الامد ومنها تعزيز الصورة الذهنية عند الزبائن بالتميز والتنوع والجودة والسرعة في التعامل واشعار الزبون بالمعاملة الخاصة في تعامله مع المصرف والاهتمام بسرعة وسهولة تقديم الخدمة، والتي تزيد من مستوى رضا الزبون وبالتالي ولائه للمصرف ويصعب عليه تحوله إلى المصارف الأخرى. وكذلك على المصارف عينة البحث العمل على توفير خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ومتكاملة وذلك من خلال زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، المستخدمة في تقديم الخدمات للزبائن بما يلائم متطلبات العصر، باعتبارها أهم الأسلحة التي تحرص المصارف على اقتنائها للصمود في حلبة المنافسة، وللوصول إلى توقعات زبائنهم مما يضمن استمرار تعاملهم مع المصرف ومن ثم تعزيز موقعه التنافسي وكسب حصة سوقية جديدة وبالتالي زيادة الربحية.

المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع والمصادر باللغة العربية:

أ. الكتب العربية

1. البلتاجي، محمد، 2012، " المصارف الاسلامية : النظرية، التطبيق، التحديات "، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة.
2. الزبيدي، حمزة محمود، 2008، " الادارة المالية المتقدمة "، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
3. سمحان، حسين محمد، ويمن، اسماعيل يونس، 2011، " اقتصاديات النقود والمصارف "، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان.

4. عريقات، حربي محمد، وعقل، سعيد جمعة، 2012، "إدارة المصارف الإسلامية مدخل حديث"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
5. قانة، الطاهر، 2018، "المصارف الإسلامية ودورها في رفع الكفاءة الانتاجية"، دار الخليج للنشر والتوزيع، المملكة الاردنية الهاشمية.
6. المجيدى، عبد القادر قائد سعيد، 2015، "مسؤولية البنوك الإسلامية عن خدماتها المصرفية واعمالها الاستثمارية"، دار الفكر والقانونية، المنصورة.
7. محمد، طه عبدالعظيم، 2019، "الإصلاح المصرفي للبنوك الإسلامية والتقليدية في ضوء قرارات بازل 3"، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية.
8. الوادي، محمد حسين، ونزال، عبدالله ابراهيم، 2012، "تسويق الخدمات المصرفية الإسلامية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.
9. الوادي، محمد حسين، ونزال، عبدالله ابراهيم، وسمحان، حسين محمد، 2010، "إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- ب. البحوث والمجلات والدوريات والمؤتمرات
1. بنود، محمد خالد، ونعساني، اية، 2019، "اثر تطبيق مبادئ الحوكمة في نسب الربحية للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية"، مجلة جامعة حمار المجلد 2، العدد 11.
2. بو حيزر، رقية، 2020، "محددات رحية البنوك الإسلامية الماليزية في ظل تطبيق معايير مجلس الخدمات المالية الإسلامية"، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 8، العدد 2.
3. تومي، عبدالرحمن، وذباح، هشام، 2017، "المفاضلة بين معدل الربح ومعدل الفائدة في تمويل التنمية الاقتصادية حالة السوق المالي الماليزي 1999 – 2016"، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 27.
4. رشم، محمد حسن، ودغيم، علاء داشي، وجواد، حيدر ثجيل، 2020، "قياس رأس المال التحوطي وفق متطلبات لجنة بازل 3 وتأثيره على رحية المصارف التجارية (دراسة تطبيقية في مصرف الائتمان العراقي)"، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 50.
5. شاكر، ريم توفيق، وهادي، علاء عبد الكريم، 2020، "اثر التكاليف التسويقية في رحية شركات التأمين (بحث تطبيقي في شركات التأمين الوطنية)"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 15، العدد 53.
6. الشمري، راشد عبد الامير جاسم، والحويزاوي، احمد ميري احمد، والموسوي، حيدر مجيد حميد، 2020، "مخاطر السيولة علاقتها واثرها على سيولة وريحة المصارف الإسلامية"، مجلة الفنون والآداب وعلوم الانسانيات والاجتماع، العدد 57.
7. الشمري، صادق راشد، وابراهيم، اروى توفيق، 2019، "دور الاحتياطي القانوني في إدارة سيولة المصارف بحث تطبيقي في عينة من المصارف الإسلامية العراقية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد التاسع والخمسون.

8. عاشور، ايهاب محمد كامل، والبسيوني، هيثم محمد عبد الفتاح، 2021، "دراسة وتحليل العلاقة بين نظام الرقابة الداخلية في ظل جائحة كوفيد – 19 والاداء المالي للشركات (دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بياالبورصة المصرية)"، مجلة البحوث المالية، المجلد 22، العدد 2.
9. العقل، هيفاء صالح، وعبدالرحمن، نجلاء ابراهيم، 2020، "اثر السيولة في ربحية المصارف الاسلامية:دراسة عينة من المصارف الاسلامية السعودية"، المجلة العربية للعلوم ونشرالابحاث – مجلة العلوم الاقتصادية والادارية والقانونية، المجلد 4، العدد 14.
10. فيشوش، حمزة، 2020، "مصادر واستخدامات الاموال في المصارف الاسلامية"، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد 50، العدد 1.
11. كداتسة، عائشة، 2020، "محاسبة عقد السلم والسلم الموازي في اطار التمويل الاسلامي لدى المصارف الاسلامية وفق ما تنص عليه (AAOIFI) حالة بنك البركة الجزائري"، مجلة رؤى اقتصادية، المجلد 10، العدد 1.
12. المشهداني، ادم سميان فياض، 2016، "اثر جودة الخدمة المصرفية على ربحية البنوك التجارية (دراسة تطبيقية)"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 7، العدد 2.
13. المنشد، وحيدة جبر، وحسين، غفران عبود، 2014 "التكيف الفقهي للاعتمادات المستندية مع اشارة خاصة لرؤية العلامة السيد محمد باقر الصدر"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 41.
14. ياس، اسماء خضير، جميل، احمد صبحي، 2020، "دور المصارف الاسلامية العراقية في تقديم خدمات التمويل الاسلامي" مجلة الدنانير، العدد التاسع عشر.
- ت. الرسائل والاطاريح
1. ابو موسى، رسمة احمد امين، 2000، "اثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الاردنية (دراسة مقارنة بين بنك الاسكان والبنك الاسلامي الاردني)"، رسالة ماجستير، جامعة ال البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.
2. بو حيزر،رقية، 2012، "استراتيجية البنوك الاسلامية في مواجهه تحديات المنافسة"، اطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير.
3. حسين، احمد علي، 2019، "نمط العلاقة بين الربحية والسيولة والملاءة واثرها في انتاجية المصرف (دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية الخاصة 2012 – 2017)"، اطروحة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
4. عثمان، مهدي عثمان محمد، 2020، "التمويل بصيغة السم واثره في معدلات الربحية والسيولة في المصارف السودانية"، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
5. عطاوي، الهام، 2015، "جودة الخدمات المصرفية واثرها على اداء البنوك: دراسة ميدانية"، اطروحة دكتوراه، جامعة الجيلالي الياصب، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير.
- ث. التقارير والقوانين
1. مصرف العراق الاسلامي للاستثمار والتنمية التقرير السنوي للمدة (2010 – 2019)

2. المصرف الوطني الاسلامي التقرير السنوي للمدة (2010 – 2019)

ج. شبكة المعلومات الدولية

1. موقع المصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية، <http://www.iraqiislamicb.iq>

2. موقع المصرف الوطني الاسلامي، <https://www.nib.iq/content.php>

ثانياً، المراجع والمصادر باللغة الاجنبية.

A-Books

- 1.Alam N., Gupta L., & Shanmugam B., 2017، **“Islamic Finance A Practical Perspective”**, Published by Palgrave Macmillan, Switzerland.
- 2.Eid Wael K.,& Asutay M., 2019, **“Mapping the Risks and Risk Management Practices in Islamic Banking”**, Published by John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd, Printed in Singapore.
- 3.El Tiby,& Amr M., 2011, **“Islamic Banking - How to Manage Risk and Improve Profitability”**, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- 4.Habib Syeda F., 2018, **“Fundamentals of Islamic Finance and Banking”**, first published by John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom.
- 5.Khan M. F. ,& Porzio M., 2010, **“Islamic Banking and Finance in the European Union A Challenge”**, Printed and bound by MPG Books Group, Published by Edward Elgar Publishing Limited, UK.
- 6.Lone Fayaz A. , 2016, **“Islamic Banks and Financial Institutions A Study of Their Objectives and Achievements”**, First published 2016 by PALGRAVE MACMILLAN.
- 7.Mishkin Frederic S. ,& Eakins Stanley G., 2018, **“Financial Markets and Institutions”**, Ninth Edition, Global Edition, Copyright by Mishkin Frederic S., Publisher Services Printed and bound by Vivar in Malaysia.
- 8.Schoon N., 2016, **“Modern Islamic Banking - Products and Processes in Practice”**, first edition, published John Wiley & Sons Ltd. United Kingdom.

B. Journal and Research's

- 1.Kang Gi., & James J., 2004, “Service quality dimensions: an examination of Gro” nroos’s service quality model”, Managing Service Quality, Volume 14 • Number 4
- 2.Caliskana T., & Lecunab H. S., 2020, **“The Determinants of Banking Sector Profitability in Turkey”**, Business and Economics Research Journal Vol. 11, No. 1.
- 3.Shakila C. T., 2019, **“A Comparative Study of Profitability Analysis in Banking Sector of Bangladesh”**, Global Journal of Management and Business

Research: A Administration and Management Volume 19 Issue 8 Version 1.0,
Publisher: Global Journals.

4.Yarimoglu E. K., 2014, “**A Review on Dimensions of Service Quality Models**”, Journal of Marketing Management, Vol. 2, No. 2.