

## دراسة العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

حالة تطبيقية على عملاء المصارف التجارية الخاصة في سوريا

إعداد الطالب

محمد فايز مرشد

إشراف الدكتور

مالك النجار

مشروع أعد لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

2018

## الإهداء

إلى أبي وأمي اللذين علماني الحكمة والصبر وأعطوني الأمل

و إلى كل الذين أكملوا الطريق

إلى أولئك الذين رسموا أجمل الصور وعملوا لتحويلها إلى واقع

## الشكر

الشكر لكل من ساعد على إتمام هذا البحث وأخص به الدكتور المشرف د. مالك النجار وكافة أعضاء الهيئة التدريسية في المعهد العالي لإدارة الأعمال والزملاء والأصدقاء الذي قدموا المساعدة والمشورة .

## جدول المحتويات

الترتيب	العنوان	رقم الصفحة
1	صفحة العنوان	a
2	الإهداء	b
3	الشكر	c
4	جدول المحتويات	d
5	قائمة الجداول	e
6	قائمة الرسوم البيانية	f
7	قائمة الملحقات	f
8	<b>الإطار التمهيدي للبحث</b>	
9	ملخص الدراسة	1
10	Abstract	2
11	النتائج	3
12	المقدمة	4
13	مشكلة البحث	6
14	التعريف بالمشكلة	6
15	خلفيات المشكلة	7
16	أهداف الدراسة	8
17	أهمية الدراسة	8
18	<b>الإطار النظري للبحث</b>	
19	<b>المبحث الأول</b> تعريف بالمصارف التجارية الخاصة في سوريا- البيئة الإجرائية المتعلقة بحسابات الودائع (لأجل والتوفير)	9
20	<b>المبحث الثاني</b> الودائع تعريفها وأنواعها - العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية	15
21	<b>المبحث الثالث</b> التعريف بماهية العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية التي وردت في محاور الدراسة	20
22	<b>الإطار المنهجي للبحث</b>	
23	<b>المبحث الأول منهج، مجتمع وعينة الدراسة</b>	26
24	أولاً منهج الدراسة ومصادر جمع البيانات	26
25	ثانياً مجتمع وعينة الدراسة	27
26	<b>المبحث الثاني</b> أداة الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي	27
27	أولاً أداة الدراسة	27
28	ثانياً أدوات التحليل الإحصائي	30
29	<b>المبحث الثالث</b> خصائص عينة الدراسة وتقييم آراء العينة حول العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية:	36
30	أولاً تحليل خصائص عينة الدراسة	36
31	ثانياً التحليل الإحصائي لعبارات محاور الاستبيان	38
32	نتائج الدراسة العملية	64
33	التوصيات	66
34	ملخص المقترحات التي قدمها العملاء	67
35	قائمة بالمراجع والمصادر	68
36	الملاحق	70

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
9	المصارف الخاصة في سوريا- رأس المال -تاريخ التأسيس	1
10	حجم الودائع العائدة للأفراد (التوفير ولأجل) في المصارف الخاصة في سوريا عام 2017	2
11	حجم الودائع العائدة للأفراد (التوفير ولأجل) في المصارف الخاصة في سوريا حتى منتصف عام 2018	3
31	نتائج اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	4
32	معامل الارتباط بين عبارات الثقة والأمان والدرجة الكلية للبعد	5
32	معامل الارتباط بين عبارات السياسة التسعيرية والدرجة الكلية للبعد	6
33	معامل الارتباط بين عبارات العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف والدرجة الكلية للبعد	7
34	معامل الارتباط بين عبارات جودة التعامل والخدمة والدرجة الكلية للبعد	8
35	معامل الارتباط بين عبارات تنوع الخدمات المصرفية والدرجة الكلية للبعد	9
35	معامل الارتباط بين عبارات الترويج والدرجة الكلية للبعد	10
36	التوزع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس	11
36	التوزع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر	12
37	التوزع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير سنوات التعامل مع المصرف	13
37	التوزع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة	14
37	التوزع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير الدخل	15
38	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم الثقة والأمان	16
40	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم السياسة التسعيرية	17
43	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف	18
46	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة	19
49	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم تنوع الخدمات المصرفية	20
50	الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم الترويج	21
54	الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً للجنس	22
56	الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لعمر العميل	23
58	الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لسنوات التعامل مع المصرف	24
59	اختبار تشيفيه في تقييم الثقة والأمان تبعاً لسنوات التعامل مع المصرف	25
59	اختبار تشيفيه في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لسنوات التعامل مع المصرف	26
60	الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لمهنة العميل	27
61	اختبار تشيفيه في تقييم الثقة والأمان تبعاً لمهنة العميل	28
61	اختبار تشيفيه في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لمهنة العميل	29
62	الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لدخل العميل	30
64	ترتيب أهمية العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية حسب آراء عينة الدراسة	31

## الرسوم البيانية

رقم الصفحة	عنوان الرسم البياني	رقم الرسم البياني
10	حجم الودائع العائدة للأفراد (التوفير ولأجل) في المصارف الخاصة في سوريا عام 2017	1
11	حجم الودائع العائدة للأفراد (التوفير ولأجل) في المصارف الخاصة في سوريا حتى منتصف عام 2018	2

## الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
70	الاستبانة	1

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أكثر العوامل جذبا واستقطابا للودائع المصرفية من وجهة نظر العملاء نظراً لأهمية الودائع المصرفية في تمويل عمليات الإقراض وتقديم التسهيلات المصرفية ، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة بالاعتماد على الدراسات والأدبيات السابقة والبيئة الإجرائية لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا فيما يخص حسابات ودائع التوفير والودائع لأجل .

استهدفت الاستبانة عينة من عملاء المصارف التجارية الخاصة ممن لديهم حسابات ودائع توفير وودائع لأجل بلغت مئة استبانة تم استرداد اثنان وسبعون منها ، تم تحليل نتائجها بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS وفق أساليب إحصائية متعددة.

بينت نتائج التحليل الإحصائي لعبارات محاور الاستبيان إلى أن جودة التعامل والخدمة أكثر العوامل تأثيراً على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تلتها عوامل الثقة والأمان ومن ثم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تلتها السياسة التسعيرية ومن ثم تنوع الخدمات المصرفية وأخيرا الترويج .

حازت عبارة ( تعامل الموظفين اللائق (الترحيب والاستقبال - الاهتمام - المهارة - والمعرفة الكاملة بالعمليات المصرفية ) ) كأفضل عامل تأثيراً ضمن محور جودة التعامل والخدمة المقدمة

وبتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعا للبيانات التعريفية أشارت النتائج التي تم التوصل إليها

بوجود فروق ذي دلالات إحصائية بين كل من عوامل الثقة والأمان ،السياسة التسعيرية ، الإجراءات والعمليات المتبعة في المصرف وسنوات التعامل مع المصرف .

ووجود فروق ذي دلالات إحصائية بين عوامل الثقة والأمان ، الإجراءات والعمليات المتبعة في المصرف ومهنة العميل .

وبالاعتماد على النتائج السابقة تم تقديم بعض التوصيات أشارت إلى ضرورة الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية وزيادة الوعي المصرفي من خلال عمليات التدريب والتطوير ،تطوير الإجراءات بما يتناسب مع حاجات العملاء واستخدام أساليب ترويجية أكثر فعالية والتوجه نحو قطاعات السوق وفق خصوصية كل قطاع .

## Abstract

The main interest of this study was to find out the most attractive elements, from clients point of view, to banking deposits, since these deposits are fundamental in funding loans and banking facilities. For this purpose, a survey was developed based on previous references and studies on Syrian banks regarding saving and deposit accounts.

This survey targeted 100 clients who have saving and deposit accounts in private banks. Only 72 answered and the results were analyzed using SPSS system.

The analysis of the a.m data showed that the attraction elements for clients deposits are, by order, the following;

- the kind of treatment and services which the clients get.
- the trust factors and security.
- bank procedures and policies.
- bank pricing policy.
- bank promotion.

The phrase **/good employee treatment/**; which include how they welcome the client, and their quick response to the client needs and questions, in addition of course to his full knowledge of the bank operations and policies, was considered to be the most affective factor in the services quality element.

After evaluating the data mentioned before we found out that there's a statistical differences between the trust and security factors and the bank pricing and procedures policies regarding how long the client stays with the bank, and between the trust and factors and the bank procedures regarding the client career.

Based on the previous results, a few recommendation were suggested to point out the importance of taking care of the banking services quality and increasing the banking awareness by training and developing operations, using more effective promotional methods, and targeting all the market fields.



## النتائج الرئيسية

أظهرت النتائج أن العوامل الأكثر تأثيراً على جذب واستقطاب الودائع المصرفية حسب آراء عينة الدراسة جاءت وفق الترتيب التالي

1. جودة التعامل والخدمة المقدمة
2. الثقة والأمان
3. الإجراءات والعمليات المتبعة في المصرف
4. السياسة التسعيرية
5. تنوع الخدمات المصرفية
6. الترويج

أظهرت نتائج الدراسة أيضاً إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً للبيانات التعريفية للعملاء حيث أظهرت نتائج الدراسة ما يلي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لسنوات تعامل العميل مع المصرف. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لسنوات تعامل العميل مع المصرف
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع المصرف. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة

## المقدمة

تعتبر الودائع المصرفية من أفضل الأوعية الادخارية لتعبئة المدخرات بالنسبة للعملاء، العملاء يبحثون دائماً عن الوسيلة الأفضل والأكثر أماناً لادخار أموالهم والحفاظ عليها والحصول على عائد جيد من ادخاراتهم ومن جانب آخر تعتبر بالنسبة للمصارف القوة التي يستطيع البنك من خلالها القيام بعمليات تمويل القروض والتسهيلات المصرفية ومن أفضل مصادر الأموال للبنوك عامة لانخفاض تكلفة الحصول عليها مقارنة مع مصادر الأموال الأخرى والمصارف هي الجهة الوحيدة المخولة بقبول الودائع النقدية وهذه الوظيفة تعتبر الوظيفة الأهم بالنسبة للمصارف التجارية ولكي تستطيع المصارف تحقيق أهدافها المتمثلة بعمليات الإقراض و تقديم التسهيلات المصرفية والقيام بدعم النشاط الاستثماري تعمل على جذب واستقطاب الودائع عن طريق تطوير الوعي المصرفي الادخاري وتنميته و تقديم خدمات متنوعة من المنتجات والخدمات المصرفية وتطوير عوامل جذب الودائع ( و دائع التوفير ولأجل )

ونظراً لأهمية هذا الموضوع في تمويل عمليات الإقراض والتسهيلات المصرفية ودعم النشاط الاستثماري تم العمل في هذه الدراسة على محاولة الإحاطة بالعوامل التي لها تأثير على العملاء والتي بدورها تشكل عامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية من خلال دراسة العوامل التالية ، الأمان والثقة ، سياسة التسعير ، الإجراءات العمليات المتبعة في المصرف ، جودة التعامل و الخدمة ، تنوع الخدمات المصرفية ، الترويج .

تم الاعتماد في تحديد هذه العوامل على الدراسات والأدبيات السابقة التي تتعلق بالودائع المصرفية بالإضافة للاطلاع على الإجراءات المتعلقة بحسابات الودائع لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا .

تمثلت أهداف هذه الدراسة في تقديم دراسة علمية وعملية عن العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية وتقديم الإفادة لإدارات المصارف والمعنيين بهذا الموضوع بغية التركيز على الجوانب الأكثر أهمية في جذب واستقطاب الودائع بالإضافة لتطوير وزيادة الوعي المصرفي .

أهمية هذه الدراسة تتبع من دورها في تقديم دراسة توضيحية للعوامل الأكثر أهمية في جذب واستقطاب الودائع المصرفية من وجهة نظر العملاء .

هذه الدراسة تألفت من عدة أجزاء تمثل الجزء الأول بالإطار التمهيدي ،تضمن ملخص عن الدراسة والنتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها و المقدمة ومشكلة البحث وخلفياتها ،أهمية وأهداف الدراسة. الجزء الثاني تمثل بالإطار النظري تضمن المبحث الأول منه تعريف بالمصارف التجارية الخاصة في سوريا و البيئة الإجرائية المتعلقة بحسابات الودائع لدى هذه المصارف و المبحث الثاني تضمن تعريف بالودائع المصرفية أنواعها والعوامل المؤثرة على نموها لدى المصارف والمبحث الثالث مقارنة نظرية للعوامل التي تم تضمينها في محور الدراسة كعوامل مؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية أما الجزء الثالث تمثل بالإطار المنهجي للبحث تناول طريقة تصميم البحث ومنهجه ، تحليل البيانات والنتائج التي تم التوصل إليها، وتضمنت الدراسة أيضا النتائج والتوصيات الرئيسية بالإضافة لقائمة بالمراجع والملاحق.

## مشكلة البحث

### تعريف بالمشكلة

مشكلة البحث تتمثل في معرفة أكثر العوامل جذباً واستقطاباً للودائع المصرفية لأنها أحد المصادر الرئيسية لأموال المصارف ولدورها الأساسي في تمويل الإقراض وتقديم التسهيلات المصرفية و لمعرفة هذه العوامل تفرعت عن مشكلة البحث الأسئلة التالية :

- 1- هل لعوامل الثقة والأمان أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية
- 2- هل للسياسة التسعيرية أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية
- 3- هل للعمليات والإجراءات المتعلقة بحسابات الودائع أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية
- 4- هل لجودة وطبيعة الخدمة المقدمة أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية
- 5- هل لتنوع الخدمات المصرفية أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية
- 6- هل للترويج أثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

## خلفيات المشكلة

تدخل الكثير من العوامل في التأثير على جذب الودائع المصرفية يتعلق جزء منها بالمصرف نفسه كسمعة المصرف وعراقته وتوسعه وانتشاره وتنوع منتجاته المصرفية وجودة خدماته و والحدثة والتطور التقني الذي يتمتع بهما والسياسات والإجراءات التي يقوم بها في سبيل ذلك وجزء آخر يتأثر بعوامل أخرى مثل السياسات المتبعة لدى المصرف المركزي والتوجهات الاستثمارية والسيولة ومعدلات الفائدة والمنافسة السوقية ومستوى النشاط الاقتصادي، حاولت العديد من الدراسات تسليط الضوء على العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ولكن أغلب تلك الدراسات تناولت موضوع البحث من جانب معين كمستوى التضخم وأثره على نمو أو نقص الودائع المصرفية أو معدلات الفائدة أو انتشار فروع المصرف والبيئة المادية للمصرف و النظام التكنولوجي والتقني وأثر ذلك على زيادة حجم الودائع أو التوجه نحو نشاط تجاري معين وأثره على نقص الودائع المصرفية أو قدرة البنوك على جذب الودائع ضمن مناطق معينة (مناطق صناعية - تجارية - ريفية ) وغيرها من الدراسات لكن لم تستطع تلك الدراسات الإحاطة بكل المتغيرات المتعلقة بجذب واستقطاب الودائع المصرفية لذلك سعت هذه الدراسة إلى محاولة الإحاطة بها بالاعتماد على الدراسات السابقة وتلافي النقاط التي لم يتم توضيحها أو دراستها في محاولة من الباحث لتقديم دراسة عملية أكثر شمولية لعوامل جذب واستقطاب الودائع المصرفية وأخذ جانب مهم ومتقدم بالنسبة لتلك الدراسات .

## أهمية الدراسة

تعتبر الودائع المصرفية مصدراً رئيسياً لأموال المصرف وتقديم القروض والتسهيلات المصرفية لذلك تتمثل أهمية هذه الدراسة في تقديم دراسة علمية وعملية لأكثر العوامل أهمية في جذب واستقطاب الودائع المصرفية من وجهة نظر العملاء .

## أهداف الدراسة

- 1- تقديم دراسة عملية لإدارات المصارف تساعدهم في رسم سياساتهم الموجهة للعملاء فيما يخص حسابات الودائع وحسابات الادخار
- 2 - تقديم مقترحات وتوصيات من شأنها تطوير العمليات المصرفية وزيادة الوعي المصرفي بما ينعكس على زيادة الودائع المصرفية
- 3- معرفة العوامل الأكثر تأثيراً على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

## الإطار النظري للبحث

### المبحث الأول

أولاً : تعريف بالمصارف التجارية الخاصة في سوريا- البيئة الإجرائية لحسابات الودائع لأجل وودائع التوفير لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا

#### 1- المصارف التجارية الخاصة في سوريا

تأسست المصارف التجارية الخاصة في سوريا منذ العام 2003 بعد أن كانت السوق المصرفية السورية مقتصرة على المصارف الحكومية لعقود عديدة لتصبح عشرة مصارف كما هو مبين في الجدول رقم (1)

جدول رقم (1) المصارف التجارية الخاصة رأس المال - تاريخ التأسيس

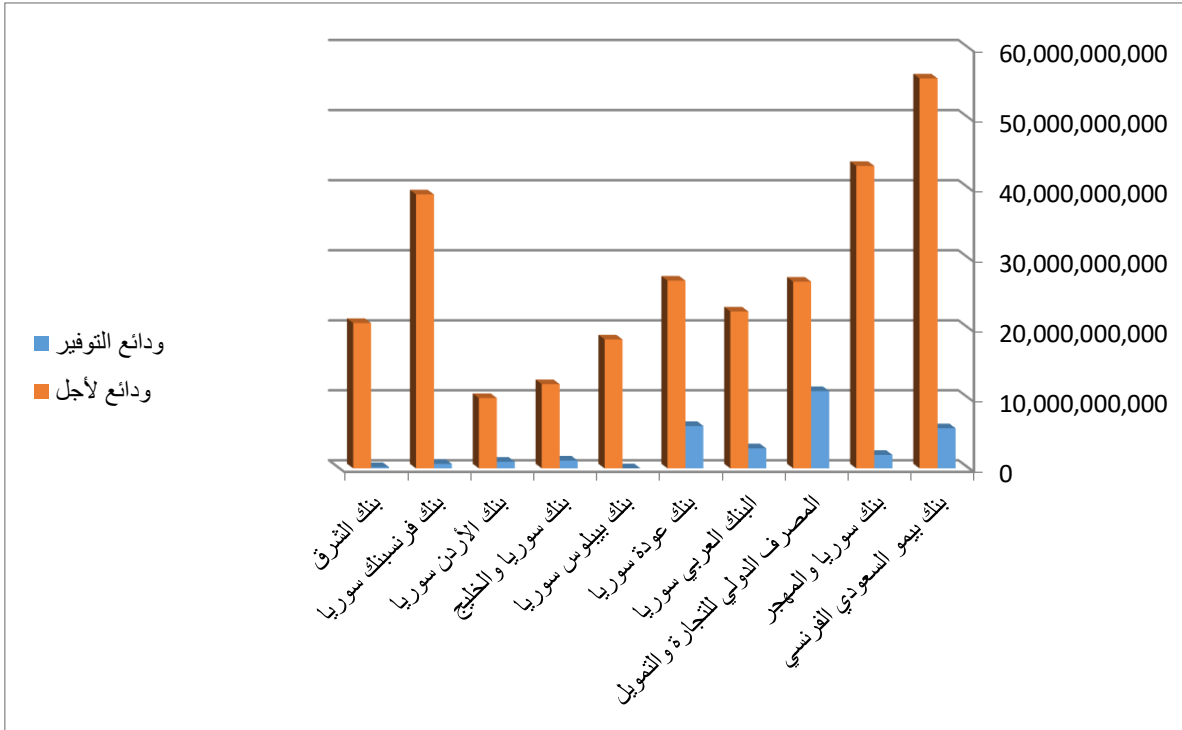
المصرف	رأس المال المصرح به	رأس المال المدفوع	تاريخ التأسيس
بنك بيمو السعودي الفرنسي	5.500.000.000	5.500.000.000	29/12/2003
بنك سوريا والمهجر	4,000,000,000	4,000,000,000	29/12/2003
المصرف الدولي للتجارة والتمويل	5,250,000,000	5,250,000,000	14/12/2003
البنك العربي سوريا	5,050,000,000	5,050,000,000	24/03/2005
بنك عودة سوريا	5,724,500,000	5,724,500,000	30/08/2005
بنك بيبيلوس سوريا	6,120,000,000	6,120,000,000	20/10/2005
بنك سوريا والخليج	1,000,000,000	3,838,836,500	21/11/2006
بنك الأردن سوريا	3,000,000,000	3,000,000,000	28/05/2008
بنك فرنسبنك سوريا	5,250,000,000	5,250,000,000	13/07/2008
بنك الشرق	2,500,000,000	2,500,000,000	03/05/2009

استطاعت المصارف التجارية الخاصة منذ بدء عملها تقديم خدمات مصرفية عديدة وتطوير العمل المصرفي وتمكنت من استقطاب نسبة من الودائع المصرفية العائدة للأفراد كودائع التوفير و الودائع لأجل وقد بلغ حجم هذه الودائع عام 2017 وخلال النصف الأول من عام 2018 لكل مصرف كما هو مبين في الجدولين رقم (2) و(3) و كما هي ممثلة بالرسوم البيانية رقم (1-2) تبعا للبيانات المالية المقدمة من هذه المصارف .

جدول رقم (2) حجم الودائع ( التوفير ولأجل ) العائدة للأفراد لدى المصارف التجارية الخاصة عام 2017

المصرف	ودائع التوفير	ودائع لأجل
بنك بيمو السعودي الفرنسي	5,737,269,945	55,673,691,069
بنك سوريا والمهجر	1,925,818,434	43,185,665,832
المصرف الدولي للتجارة والتمويل	11,042,241,972	26,676,650,807
البنك العربي سوريا	2,862,197,621	22,425,390,833
بنك عودة سوريا	6,061,588,324	26,833,203,238
بنك بيبيلوس سوريا	—	18,431,265,861
بنك سوريا والخليج	1,115,601,742	12,037,543,300
بنك الأردن سوريا	945,220,427	10,056,281,729
بنك فرنسبنك سوريا	637,969,142	39,124,625,656
بنك الشرق	183,704,692	20,771,554,430

رسم بياني رقم (1) حجم الودائع ( التوفير ولأجل ) العائدة للأفراد لدى المصارف التجارية الخاصة عام 2017

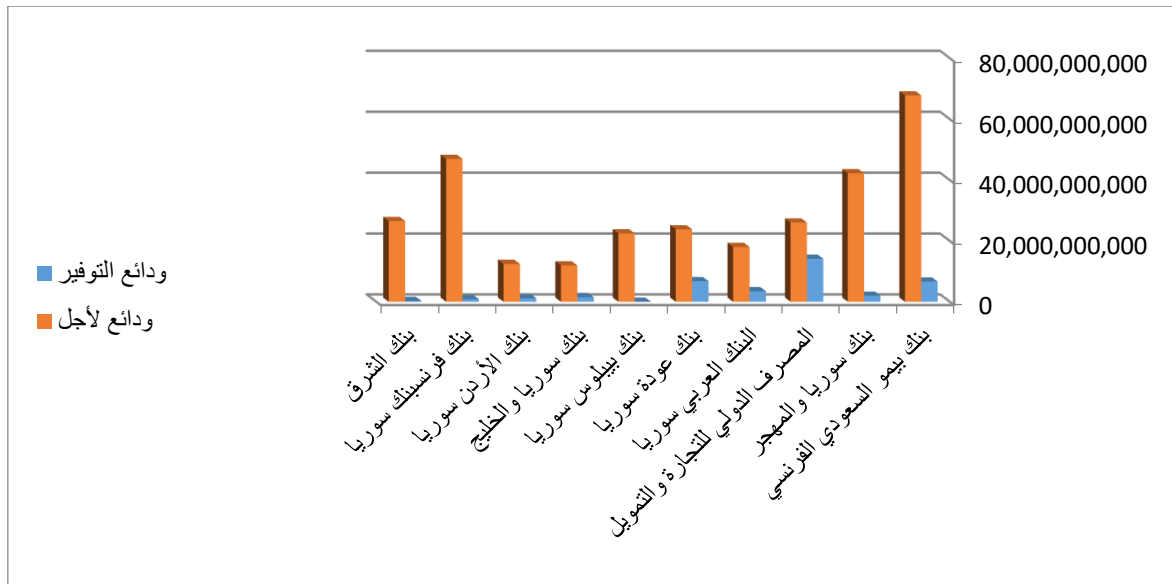




جدول رقم (3) حجم الودائع ( التوفير ولأجل ) العائدة للأفراد لدى المصارف التجارية الخاصة حتى منتصف عام 2018

المصرف	ودائع التوفير	ودائع لأجل
بنك بيمو السعودي الفرنسي	6,659,011,032	67,783,737,226
بنك سوريا والمهجر	1,991,532,010	42,253,385,906
المصرف الدولي للتجارة والتمويل	14,144,032,005	26,056,573,638
البنك العربي سوريا	3,467,685,358	18,029,870,665
بنك عودة سوريا	6,767,419,896	23,817,355,465
بنك بيبيلوس سوريا	—	22,488,798,000
بنك سوريا والخليج	1,524,510,898	11,967,018,106
بنك الأردن سوريا	1,159,941,023	12,456,529,492
بنك فرنسبنك سوريا	861,247,654	46,969,820,326
بنك الشرق	254,239,462	26,546,923,866

رسم بياني رقم (2) حجم الودائع ( التوفير ولأجل ) العائدة للأفراد لدى المصارف التجارية الخاصة حتى منتصف عام 2018



تبين الجداول والرسوم البيانية وجود فروق في حجم وودائع التوفير ولأجل بين المصارف تعود هذه الفروق لأسباب عديدة تتعلق بأقدمية العمل في السوق السورية وتوزع فروع كل مصرف وانتشاره والسياسات و الإجراءات المتبعة لدى كل من هذه المصارف والخطط التمويلية والاستثمارية وأسباب عديدة أخرى .

## 2- البيئة الإجرائية المتعلقة بحسابات الودائع لدى المصارف التجارية السورية الخاصة:

### أولاً : الودائع لأجل

يتم قبول فتح الودائع لأجل بالليرة السورية أو بالعملات الأجنبية لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا، يتم تجميد الودائع لفترات مختلفة وبمعدلات فائدة محددة بحسب الإجراءات المتبعة لكل مصرف فيما يخص الودائع لأجل ووفقاً للقوانين والقرارات الناظمة الصادرة عن مصرف سوريا المركزي.

إنّ معدلات الفائدة المطبقة في سوريا وفقاً للقوانين والقرارات الناظمة هي على الشكل التالي:

بالنسبة للودائع بالليرة السورية يطبق معدّل (7%) على الودائع لأجل المجمدة لمدة شهر والذي يُعتبر الحد الأدنى على أن يتم تحديد معدل الفائدة على الودائع المجمدة لفترات أكبر من قبل إدارات المصارف بحسب القرار رقم 91 الصادر عن مجلس النقد والتسليف بتاريخ 2018/07/05 .

بالنسبة للودائع بالعملات الأجنبية (الدولار الأمريكي واليورو) يتم تحديد معدل الفائدة وفق المعادلة (  $\pm 1\%$  اللايبور )<sup>1</sup> بموجب القرار رقم 1435 الصادر عن مجلس النقد والتسليف بتاريخ 2016/09/18 على أن لا يقل الفرق بين أقل معدل على أدنى أجل وأعلى معدل على أطول أجل يحدده المصرف عن 0.5%.

بالنسبة للعملات الأخرى غير المذكورة في البند السابق، يُترك للمصارف المسموح لها التعامل بالقطع الأجنبي تطبيق معدلات الفائدة على هذه العملات مع مراعاة المعدلات السائدة في

---

<sup>1</sup> اللايبور

يعتبر سعر الفائدة بين المصارف في لندن - لايبور أو أيس لايبور (جمعية المصرفيين البريطانيين BBA) - معدل مرجعي حيث أن بعض البنوك الرائدة في العالم تقوم بإقراض واقتراض الأموال من بعضها البعض للحصول على قروض قصيرة الأجل، ويعد اللايبور مثل على سعر الفائدة بين المصارف في لندن، ويعد بمثابة الخطوة الأولى لحساب أسعار الفائدة على مختلف القروض في جميع أنحاء العالم، ويتم إدارة اللايبور من قبل إدارة إيس (ICE) القياسية (IBA)، ويستند إلى خمس عملات: الدولار الأمريكي (USD) واليورو (EUR) والجنه الإسترليني (GBP) والين الياباني (JPY) والفرنك السويسري (CHF)، ويخدم سبعة آجال استحقاق مختلفة في فترة زمنية وجيزة أسبوع واحد أو 1، 2، 3، 6 و 12 شهراً، ويوجد هناك مجموعة من 35 سعر لايبور مختلف كل يوم عمل، وأكثر الأسعار شيوعاً هو سعر الدولار الأمريكي لمدة ثلاثة أشهر.

الأسواق العالمية ودول الجوار لكل عملة مع مراعاة تفاوت معدلات الفائدة مع تفاوت آجال الربط.

تلتزم المصارف بقيد الفوائد على الودائع بنهاية فترة التجميد بعد أن يتم اقتطاع مبلغ الضريبة تنفيذاً لقانون ضريبة الدخل رقم 24 لعام 2003 وتعديلاته.

يسمح للعميل بسحب أو إيداع مبالغ إضافية على الودائع خلال فترة زمنية معينة من تاريخ الاستحقاق وتختلف فترة السماح بالسحب أو الإيداع بحسب الإجراءات المتبعة لكل مصرف.

غالباً يتم تجديد الودائع بشكل تلقائي أو تعديل فترة التجميد بحسب السياسات المتبعة لدى المصرف

يتم تجميد الودائع لفترات شهرية متعددة أو سنوية أو أكثر.

يتم كسر الوديعة في حال أراد العميل سحب أي مبلغ قبل استحقاق الوديعة وتحويل المبلغ على الحساب الجاري وتختلف الإجراءات تبعاً لكل مصرف.

يتم تحويل مبلغ الوديعة إلى الحساب الجاري في حال أصبح المبلغ أقل من الحد الأدنى المسموح به ويتم إقفال حساب الوديعة.

يعود للمصرف تحديد الحد الأدنى لفتح حساب الوديعة.

تخضع هذه الحسابات لعمولة فتح حساب يعود تحديد قيمتها لإدارات المصارف .

تلتزم المصارف بإعداد قائمة بمعدلات الفائدة التي تدفعها المصارف على الودائع لأجل ويتم إعلان هذه القائمة بالإضافة إلى العمولات والرسوم المطبقة عليها والمتعلقة بالإيداع في بهو كافة فروع المصرف المعني وعلى الموقع الإلكتروني العائد لكل مصرف على أن يتم تزويد المصرف المركزي شهرياً بنسخة عنها وبأية تعديلات تطرأ عليها بموجب القرار رقم 91 المذكور سابقاً.

## ثانياً : ودائع التوفير

يتم قبول حسابات ودائع التوفير بحد أدنى يعود لإدارات المصارف تحديده.

يتم قبول فتح حسابات ودائع التوفير للأفراد (حساب فردي - مشترك - متضامن )

يسمح للعميل فتح حساب توفير واحد في المصرف أيا كان نوع الحساب (حساب فردي - مشترك - متضامن )

ويتم تطبيق معدل فائدة الودائع المجمدة لمدة ستة أشهر على حسابات التوفير .

بالنسبة لودائع توفير الأطفال يتم تطبيق معدل الفائدة الذي يتم منحه على الودائع لأجل المجمدة لمدة تسعة أشهر على أن لا يتجاوز عمر صاحب الحساب 18 سنة.

تُطبق معدلات فوائد التوفير على المبالغ حتى خمسة ملايين ليرة سورية في رصيد وديعة التوفير والفائض عن ذلك يُعامل معاملة الحسابات الجارية الدائنة لجهة الفوائد المطبقة.

يسمح للمصارف العاملة تحديد مبدأ احتساب الفوائد وترصيداها على ودائع التوفير بما فيها ودائع توفير الأطفال بشكل شهري أو ربعي أو نصف سنوي، ويكون احتساب الفوائد على أدنى رصيد خلال الشهر أو متوسط الشهر أو رصيد المكوث خلال الشهر أو الرصيد في أول الشهر أو الرصيد في نهاية الشهر مع ضرورة تضمينه ضمن عقد فتح الحساب الموقع من العميل ولا يعتد بتغير السياسة دون إعلام العميل خطياً.

وتعفى عمليات السحب والإيداع المتعلقة بحسابات التوفير من أية قيود بالإضافة إلى الرسوم بحسب القرار رقم 91 المذكور سابقاً.

تخضع عملية فتح حساب التوفير لعمولة فتح حساب يعود تحديد قيمتها لإدارات المصارف على أن تلتزم المصارف بإعداد قائمة بمعدلات الفائدة التي تدفعها المصارف على هذه الحسابات ويتم إعلان هذه القائمة بالإضافة إلى العمولات والرسوم المطبقة عليها والمتعلقة بالإيداع في بهو كافة فروع المصرف المعني وعلى الموقع الإلكتروني العائد لكل مصرف على أن يتم تزويد المصرف المركزي شهرياً بنسخة عنها وبأية تعديلات تطرأ عليها بموجب القرار رقم 91 المذكور سابقاً .

## المبحث الثاني

### الودائع تعريفها وأنواعها - العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

#### أولاً: تعريف الودائع وأنواعها

##### 1-تعريف الودائع المصرفية

تتكون الودائع المصرفية من الأموال الموضوعة في المؤسسات المصرفية لحفظها، لصاحب الحساب الحق في سحب الأموال المودعة ، على النحو المنصوص عليه في الشروط والأحكام التي تحكم اتفاقية الحساب ، الإيداع بحد ذاته هو التزام مستحق من قبل البنك للمودع. . عندما يقوم شخص ما بفتح حساب مصرفي ويقوم بإيداع نقدي ، فإنه يتخلى عن الملكية القانونية للنقد ، ويصبح رصيداً للبنك. في المقابل ، الحساب هو التزام تجاه البنك

<https://www.investopedia.com/terms/b/bank-deposits>

##### 2-أنواع الودائع المصرفية

###### 1- الودائع الجارية ( Current Account Defined )

وهي ودائع يمكن للعميل السحب منها في أي وقت ولا يتم دفع عليها فوائد إلا أنه يجوز لبعض العملاء وبشروط خاصة دفع نسبة متدنية من الفائدة على رصيد الحساب اليومي يتم السحب بواسطة شيكات إيصالات صرف - أوامر دفع يحررها العملاء (اللويزي إدارة البنوك ص131 ) تتميز بسهولة الحركة من حيث الإيداع والسحب منها متى أراد أصحابها بموجب شيكات أو ما يقوم مقامها والتي قد لا تدفع في العادة فوائد عليها(خالد أمين عبد الله العمليات المصرفية المحلية والدولية ص126)

###### 2-ودائع التوفير ( Saving Accounts )

هي نوع من الحسابات الدائنة غير التجارية ويكون مصدرها صغار المدخرين الذين يدخرون مبالغ فائضة عن حاجتهم وتشجعهم البنوك على الادخار بوسائل مختلفة منها سعر الفائدة وقبول إيداع أي مبلغ مهما كان قليلاً وحرية السحب منه في أي وقت ويتم السحب من حسابات التوفير بموجب شيك كاونتر ودفتر التوفير وبحضور صاحب الحساب شخصياً ولا تستعمل

الشيكات في السحب على هذا الحساب ( خالد أمين عبد الله -إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية ص 149 )

### 3-الودائع الثابتة وهي على نوعين

#### 1-الودائع لأجل ( time Deposits )

وهي مبلغ من المال يودعه العميل في البنك لمدة معينة متفق عليها وقد تكون شهرا أو ثلاثة أشهر أو ستة اشهر أو سنة لقاء فائدة معينة ، ولا يحق لصاحب الوديعة سحبها كاملة أو جزء منها إلا عند استحقاقها وتعتبر الودائع لأجل أهم أنواع الودائع بالنسبة للبنك ومن المؤكد أن أسعار الفائدة التي تدفع عليها تكون أعلى من أسعار الفائدة التي تدفع على حسابات الودائع الأخرى ويعتمد البنك عند تحديد سعر الفائدة على الوديعة لأجل على عدة عوامل

- كبر مبلغ الوديعة
- طول مدة الربط
- الفائدة التي يتوقع الحصول عليها من الودائع (خالد أمين عبد الله العمليات المصرفية المحلية والدولية ص151 )

#### 2-الودائع الخاضعة لإشعار ( Deposits previous notification )

وتعتبر ودائع آجلة لا يتم السحب منها قبل حلول ميعاد الفترة الزمنية التي تم الاتفاق عليها وهذه الفترة قد تكون أسبوع أو شهر مثلا ويمكن للعميل صاحب هذا النوع من الودائع أن يسحب وديعته أو جزء منها قبل انقضاء مدتها الزمنية ولكن في هذه الحالة تخفض الفائدة المتفق عليها وتتفاوت معدلات الفوائد على هذا النوع من الفوائد من حساب لآخر تبعا لمبلغ الإيداع ومدته

(اللوزي إدارة البنوك ص132 )

## ثانياً : العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

يتأثر نمو حجم الودائع لدى المصارف التجارية بعوامل ومؤثرات عديدة تم ذكر العديد منها في المراجع والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الودائع المصرفية.

(اللوزي- إدارة البنوك ) حدد عدد من العوامل كعوامل كمؤثرة على نمو الودائع لدى المصارف على الشكل التالي :

1 - السمات المادية والشخصية للمصرف يفضل الأفراد التعامل مع المصارف ذات السمعة الحسنة ما يجعل المصارف تعتني بتحسين مبانيتها نوعية خدماتها - معاملة العملاء بلطف ورحابة صدر - السرعة والكفاءة

2- تنوع الخدمات المصرفية، إن تنوع الخدمات التي يقدمها المصرف تميزه عن المصارف ذات الخدمات المصرفية المحددة

3 - قوة المركز المالي للمصرف ويتعلق ذلك بالقروض والاستثمارات التي يمارسها المصرف وهي دلائل تعطي مؤشر على قوة المركز المالي للمصرف وخاصة في أوقات الازمات الاقتصادية

4- مستوى النشاط الاقتصادي تزداد الودائع وقت الرواج الاقتصادي و تتباطىء في حالة الكساد

5- موقع المصرف

6- انتشار الوعي المصرفي نمو الوعي لدى الأفراد وتوجههم للمصارف بدلا من اختزانهم غير المأمون وغير المربح لمخزراتهم

7- الاستقرار السياسي عنصر الأمان والطمأنينة لتحرك الأفراد

8- عراقة المصرف وشهرته المصرف الذي مضى على تكوينه زمنا طويلا يجذب للتعامل معه (اللوزي إدارة البنوك ص140-ص141)

(الصيرفي - إدارة المصارف ) ذكر عدد من العوامل المؤثرة على حجم الودائع ونوعيتها

آ- الصورة الذهنية للبنك لدى الجمهور فكلما كانت هذه الصورة طبيعية كان ذلك مدعاة لاجتذابهم

ب- تشكيلة الخدمات المصرفية الاسمية والنوعية التي يقدمها البنك فكلما زادت هذه التشكيلة ساعد ذلك على اجتذاب العملاء وزيادة درجة رضاهم

ج- طبيعة العملاء حيث أن لكل قطاع من قطاعات العملاء احتياجاته ومن ثم فإن سعي إدارة البنك نحو تلبية حاجات كل قطاع من شأنه المساهمة في حجم ونوعية الودائع (الصيرفي إدارة المصارف ص 42)

وحدد عوامل مؤثرة على مستوى الدولة

العوامل المؤثرة في الودائع على المستوى القومي

أ-الحالة الاقتصادية حيث يزداد الاقبال على الودائع في حالة الراج والعكس تماماً في حالات الانكماش

ب- تأثير الاتفاق الحكومي فكلما زاد الانفاق الحكومي كلما زاد حجم الودائع لأن الانفاق الحكومي من شأنه أن يخلق حالة من الراج

ج- درجة انتشار الوعي المصرفي فارتفاع مستوى هذا الوعي من شأنه أن يؤثر إيجابياً على حجم ونوعية الودائع

د-نسبة الاحتياطي والسيولة حيث أن ارتفاع النسبة التي يلزم البنك المركزي للبنوك بإيداعها لديه من شأنه أن يؤدي إلى تقليل حجم الودائع (الصيرفي إدارة المصارف ص43)

يضاف إلى العوامل السابقة عوامل عديدة منها انتشار فروع المصرف وتوزعها الجغرافي ومعدلات الفائدة المدفوعة على الودائع بالإضافة إلى سياسة وخطط المصرف في عمليات التمويل والإقراض وتوافقها مع سياسة المصرف المركزي .



KEVIN Mountford المدير التنفيذي لشركة PBF of Solutions في المملكة المتحدة

ركز في دراسته على خطوات يمكن للمصارف اتخاذها لجذب المزيد من الودائع المصرفية حددها على الشكل التالي

- تحديد العملاء المناسبين من خلال العلاقة الطويلة لا تتخذ السعر كالعامل الأكثر جذبا
- دراسة احتياجات العملاء
- تطوير المنتجات
- جذب العملاء الأذكياء من خلال عمليات سلسلة وفعالة
- أهمية العلامة التجارية
- كيفية الحفاظ على العملاء من خلال تقديم تجربة إيجابية للزبائن
- أهمية مشاركة البنوك لمتخصصين لديهم رؤى وقدرات تسويقية للمشاركة في المراحل التي تم ذكرها سابقا
- استهداف قطاعات السوق و التركيز على قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة
- المرونة التي يجب أن يتصف بها المصرف
- استخدام التكنولوجيا

Kevin Mountford, CEO of PBF Solutions- 2016

## التعريف بماهية العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية التي وردت في

### محاوّر الدراسة

**أولاً :** يبحث العملاء عن المكان الأمان لمخزنتهم وإيداعاتهم لذلك يتأثر جذب واستقطاب الودائع المصرفية بسمعة المصرف وتاريخه وعراقته وقوة مركزه المالي وإجراءات الأمان المتبعة لديه.

يستند نظام الودائع بصفة أساسية إلى ثقة الجمهور في الجهاز المصرفي بما يوفره من أنظمة أمنية تجنب العملاء مخاطر ضياع أموالهم أو تعرضها للسرقة والحرق وتضمن لهم الحصول على أموالهم أو جزء منها عند الطلب (طلعت عبد الحميد إدارة البنوك التجارية ص 64 )

**سمعة المصرف :** قبل أن يتلقى العملاء المرتقبون أي رسالة عن البنك غالباً ما يكون في أذهانهم انطباع من نوع ما عن هذا البنك وقد تكونت الصورة من تجارب عديدة وكذلك ما سمعوه عن البنك وسوف يؤثر ذلك بطبيعة الحال ليس على درجة استجاباتهم لأي نوع من الاتصالات الترويجية بل سيؤثر ذلك على سلوكهم الشرائية كنتيجة لتلقيهم هذه المعلومات (عوض بدير الحداد تسويق الخدمات المصرفية ص 275 )

إن حجم رأس مال المصرف يجب أن يكون كافياً لامتناع الخسائر التي تحدث من التسليف ومن الاستثمار ومن الأعمال الأخرى الفرعية التي يقوم بها المصرف أي باختصار امتصاص مخاطر توظيف الأموال بالإضافة إلى السماح للمصرف بالاستمرار في عمله ولهذا لا بد من أن يكون رأس مال المال كافياً لكي يوفر الأمان و الطمأنينة للمودعين بالنسبة للمصرف والجهاز المصرفي ككل ( اللوزي إدارة البنوك ص 124 )

وهناك عوامل أخرى تؤثر على سلوك العملاء تتعلق بمخاطر تقلب أسعار العملة ومدى الالتزام بالسرية المصرفية ، حيث تعتبر السرية المصرفية من أساسيات العمل المصرفي وتتنطبق على المصارف والموظفين في المصارف و العملاء و معاملاتهم .

**تعريف السرية المصرفية :** ينصرف السر المصرفي إلى كل أمر أو معلومات أو وقائع تتصل بعلم البنك عن عميله بمناسبة نشاطه أو بسبب هذا النشاط، يستوي في ذلك أن يكون العميل قد

أفضى بها بنفسه إلى البنوك، أو يكن قد اتصل علم البنك بها من الغير. إذ لا يشترط أن تصل المعلومات أو الأسرار إلى البنك مباشرة من عميله (علي جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية ص 9 )

(الصيرفي - إدارة المصارف ) تحدث عن أهمية الالتزام بالسرية المصرفية بالنسبة للعملاء

إن المعاملات بين البنك وعملائه تقوم على الثقة المطلقة فيه وفي العاملين لديه ، فالمودع حينما يودع أمواله بالبنك إنما يعهد إلى هذا الأخير ببعض خصوصياته التي تعد من أسراره الخاصة فلا يجوز للبنك أن يذيعها وإلا انصرف عنه المودعون ( الصيرفي - إدارة المصارف ص 22 )

### تعريف مخاطر سعر الصرف Foreign Exchange Risk

وهي مخاطرة تقلب أسعار بيع وشراء (تبادل) العملات الأجنبية مقابل العملة الوطنية (خالد أمين عبد الله إدارة العمليات المصرفية ص 115 )

**ثانياً:** جودة الخدمات المصرفية المقدمة تعتبر أحد العوامل الرئيسية لزيادة التنافسية والمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد.

وتميل غالبية التعريفات الحديثة لجودة الخدمة على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة أو أنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة ولإدراكاتهم للأداء الفعلي (الحداد تسويق الخدمات المصرفية ص 336)

تتأثر جودة الخدمات المصرفية بعوامل عديدة منها مظهر المصرف - مدى انتشاره وتوزع فروعها - التجهيزات الموجودة وكل ما يتعلق بالبيئة المادية - النظام التكنولوجي و التقنيات المستخدمة - الصرافات- المعاملة الجيدة وحسن الاستقبال واللباقة والمعرفة والمهارة المصرفية التي يتمتع بها الموظفين وغيرها .

(الصميدعي -التسويق المصرفي ) أشار إلى محددات تؤثر على جودة الخدمة

### محددات تؤثر على جودة الخدمة

1-الاعتمادية تمثل قدرة مقدم الخدمة على أداء وتقديم الخدمة الموجودة بشكل جيد ودقيق

2-الاستجابة ويقصد بها توفير الخدمة في الزمان والمكان المناسب

- 3- الضمان والمصداقية وهذا يعتمد بشكل أساسي على إمكانية وقدرة مقدم الخدمة على إعطاء الثقة التي تطمئن المستفيد وتجعله واثق من حصوله على الخدمة المطلوبة
- 4- إمكانية مقدم الخدمة إن إمكانية مقدم الخدمة تتأثر بعوامل متعددة من هذه العوامل الذكاء والقدرة على الاستجابة السريعة- الصبر - الخبرة - الرغبة في العمل - القدرة على فهم المستفيد - الثقة بالنفس -الإلمام بالخدمة المقدمة
- 5- الأمان والثقة تلعب هذه الخاصية دور كبير وفعال في جذب الزبائن لطب الخدمة لن توفر عنصر الأمان والثقة يشكل نقطة أساسية للمستفيد
- 6- الأشياء الملموسة تمثل الأشياء الملموسة جزء مهم في تعزيز ثقة المستفيد بالخدمة المقدمة ومن هذه الأشياء طبيعة العاملين، مظهرهم الخارجي مستوى المعلومات التي يملكونها
- (الصميدعي التسويق المصرفي ص69ص70)

### ثالثاً : يعرف مفهوم سعر الخدمة المصرفية

(معدل الفوائد على الودائع والقروض ، الرسوم ، العمولات والمصرفيات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمات المصرفية ( عبد الحميد . 1994 ) . ( الصميدعي التسويق المصرفي ص264)

أغلب الدراسات السابقة التي تناولت موضوع العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية درست معدل الفائدة كعامل أساسي في جذب الودائع المصرفية بالإضافة لمعدل الفائدة هناك مؤثرات أخرى تتعلق بالسياسة التسعيرية للمصارف كالعمولات والرسوم المطبقة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء والتي من الممكن أن تشكل عامل جذب أيضا وتخضع السياسة التسعيرية للمصرف لعوامل عديدة تحددتها.

### Interest Rate معدل الفائدة

ويعرف بأنه نسبة تحصل عليها المصارف أو المؤسسات المالية عند تقديم القروض كما يعد نسبة تدفع لأشخاص عند الاحتفاظ بأموالهم في الحسابات المصرفية .

## العمولة

( تقوم المصارف بقبول الودائع وتقييدها في حسابات المودعين وتحصيل الحقوق والتوكيل في الوفاء والخدمات المصرفية المتعلقة بالأوراق المالية وغيرها ( غريب 1972 ) ( الأفعى 1983 ) ( إن هذه المصارف تتقاضى على هذه الخدمات أجور تسمى عمولة في العرف المصرفي ) (الصميدعي التسويق المصرفي ص280 )

### العوامل المؤثرة في تسعير الخدمات المصرفية

- الأهداف التسويقية للمصرف
- الاستراتيجية التسويقية للمصرف
- التكاليف
- الوضع السائد في السوق
- إدراكات المستهلكين للسعر
- مرونة الطلب على الخدمة المصرفية (معلا - أصول التسويق المصرفي ص

(157)

- وتتأثر السياسة التسعيرية للمصارف أيضا بمعدلات الفائدة والرسوم والعمولات والضرائب التي يتم تحديدها أحيانا بموجب التشريعات والقوانين التي تصدر عن الجهات الرسمية.

رابعاً : المصارف التجارية تقوم بتقديم خدمات مصرفية متعددة ومتنوعة هذا التنوع يمكن أن يشكل عامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية .

بالنسبة لجذب الودائع: من الأهمية بمكان أن يقوم البنك بتصميم مزيج خدمي لجذب مدخرات وودائع العملاء باعتبارها المصدر الدائم للحصول على الأموال و توظيفها توظيفا مناسباً ويتم ذلك عن طريق دراسة السلوك الاقتصادي العام لعملاء البنك (الخضري التسويق المصرفي ص25 )

تتمثل الوظائف الأساسية للبنوك في وظيفتين رئيسيتين هما حفظ الأموال وإقراض الأموال بالإضافة إلى قيام البنوك بتزويد العملاء بالعديد من الخدمات المالية المتصلة بهاتين الوظيفتين الرئيسيتين

فعلية من جهة أن يخلق البرامج التسويقية المصممة لجذب الأموال ( الودائع والمدخرات )  
وعليه بعد ذلك أن يحول هذه الأموال ( الودائع والمدخرات ) إلى خدمات ترضي احتياجات  
العملاء ومنها خدمات الائتمان وخلق القوة الشرائية لدى العملاء وعليه كذلك أن يصمم البرامج  
التسويقية

(الحداد تسويق الخدمات المصرفية ص55ص56)

**خامساً :** الكثير من المصارف التجارية عبر العالم تقوم بالترويج لخدماتها المصرفية ولاسيما  
جذب واستقطاب الودائع المصرفية بتقديم العروض التشجيعية على الودائع كفترة تجميد  
محددة بمعدل فائدة مرتفع أو غير ذلك أو التشجيع على حسابات الأطفال- الطلاب والتعريف  
بالميزات لهذا النوع من الحسابات و تضع على صفحتها الرئيسية على شبكة الانترنت العروض  
التشجيعية التي تقدم على هذه الحسابات وكذلك المصارف التجارية الخاصة في سوريا تقوم  
بالشكل الاعتيادي بالتعريف بأسعار الفائدة وأنواع حسابات الودائع لديها.

تعمل البنوك التجارية على جذب المدخرات على اختلاف أنواعها فتقوم بتنوع حسابات الودائع  
للأفراد بحيث يمكن للعملاء اختيار النوع المناسب لهم من حسابات الودائع (الخضري التسويق  
المصرفي ص25 )

ويعتبر الترويج المصرفي أحد العناصر الأساسية في المزيج التسويقي لأي بنك من البنوك  
ويرجع ذلك إلى الدور الحيوي الذي يلعبه الترويج في تعريف العملاء بخدمات البنك وفي  
إقناعهم بالتعامل معه والمنافع التي يمكن أن تتحقق من ذلك ومن ثم دفعهم إلى اتخاذ قرارهم  
التعامل مع البنك أو استمرار التعامل معه في المستقبل(عوض بدير الحداد-تسويق الخدمات  
المصرفية ص 250 )

ولا يقتصر الترويج على العروض التشجيعية والصفحات الالكترونية ربما يتم أيضا استخدام  
وسائل إعلانية وإعلامية أخرى كالدوريات المتخصصة أو الصحف والمجلات البروشرات وغيرها

### العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي

#### **1-طبيعة السوق**

<sup>2</sup> المواقع الالكترونية ضمن قائمة المراجع والمصادر

إن المصارف أصبحت تعمل في أسواق متعددة ومنتشرة جغرافيا ولكل سوق خصائص معينة يختلف عن السوق الأخر

## 2- طبيعة الخدمات المصرفية

إن خدمات أمانة الاستثمارات ذات الطبيعة الفنية المعقدة تحتاج إلى جهود البيع الشخصي أكثر من الإعلان بينما خدمات الودائع الجارية والتوفير تحتاج للإعلان بدرجة أكبر من البيع الشخصي

## 3- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

تختلف الأهمية بالنسبة للأدوات الترويجية باختلاف المرحلة التي تمر بها الخدمة المصرفية حيث الخدمة المصرفية في مرحلة التقديم تحتاج إلى الإعلان بشكل أكبر

## 4- مرحلة استعداد الزبون

في مرحلة التعريف بخدمات المصرف يكون الإعلان أكثر فاعلية ويؤدي دورا رئيسا في عملية قرار التعامل بينما في مرحلة الاقناع والحث على التعامل على أن يكون البيع الشخصي والتنشيط أكثر أهمية (الصميدعي التسويق المصرفي ص311- ص312)

**خاتمة الإطار النظري:** تضمن الإطار النظري للبحث مقدمة تعريفية بالمصارف التجارية الخاصة وحجم الإيداعات العائدة للأفراد لديها ، البيئة الإجرائية للودائع لدى هذه المصارف ، تعريف الودائع المصرفية وأنواعها والعوامل المؤثرة على جذب الودائع واستقطابها كما تناولتها الدراسات والأدبيات السابقة ، تعريفات ومصطلحات ومفاهيم متعلقة بالعوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية التي وردت في محاور الدراسة العملية .

## الإطار المنهجي للدراسة

هدفت الدراسة إلى توضيح العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، (عملاء المصارف الخاصة السورية الذين لديهم حسابات وودائع توفير وودائع لأجل)، وفيما يلي توضيح لمنهجية الدراسة التي تعتبر محوراً رئيسياً يتم من خلاله إيجاز الجزء التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على المعلومات اللازمة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى نتائج الدراسة .

### المبحث الأول : منهج ، مجتمع وعينة الدراسة

سيتم في هذا المطلب تحديد المنهج المتبع، وكذلك عينة الدراسة المختارة.

### أولاً: منهج الدراسة ومصادر جمع البيانات

#### 1. منهج الدراسة

تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي التحليلي في جمع البيانات الميدانية، وذلك لتوصيف خصائص المشكلة وتفسيرها وتحديد علاقتها بمختلف المتغيرات المرتبطة بها، ولكشف العلاقات بين أبعادها المختلفة ليصار إلى تسليط الضوء عليها بشكل صحيح.

#### 2. مصادر جمع البيانات

**المصادر الأولية (الأساسية)** واعتمد الباحث في جمع البيانات الأولية بشكل أساسي على توزيع الاستبيان الذي تم تطويره بالاعتماد على العديد من الاستبيانات الموجودة في الدراسات السابقة، بالإضافة للإجراءات المتعلقة بحسابات الودائع لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا حيث تم صياغة فقرات الاستبيان بما يتوافق مع فرضيات الدراسة وبما يلائم تساؤلات الدراسة من أجل الوصول إلى الأهداف المطلوبة، وتم استخدام عدد من الأساليب المناسبة في تحليل البيانات والمعطيات لإيجاد ماهية العلاقة بين المتغيرات وإثبات الفرضيات أو نفيها.

#### المصادر الثانوية

اعتمد الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات والمقالات وأبحاث الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث .



## ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة هو مجموعة من عملاء المصارف التجارية الخاصة الذين لديهم حسابات ودائع توفير ولأجل

حيث قام الباحث باختيار عينة تُقدر ب (100) عميل وتم توزيع استمارات الاستبيان عليهم، استرجع منها (72) استمارة بنسبة استرجاع تقدر ب (72%)، وتم اعتمادها جميعها لاستكمالها لشروط ملئها ليصبح مجموع الاستمارات الصالحة للدراسة والقابلة للتحليل الإحصائي (72) استمارة قابلة للتحليل الإحصائي.

### المبحث الثاني: أداة الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي

#### أولاً: أداة الدراسة

تم الاستفادة من المراجع والدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع في بناء الاستبيان وصياغة فقراته، بالإضافة إلى الاطلاع على الإجراءات المتعلقة بحسابات الودائع لدى المصارف التجارية الخاصة في سوريا بالإضافة إلى استشارة الأستاذ المشرف من أجل تحديد أبعاد الاستبيان وفقراته.

تم تحديد المحاور الرئيسية التي شملها الاستبيان والعبارات التي تقع ضمن كل عامل ، وبناءً على ذلك تم تصميم الاستبيان في صورته الأولية ومن ثم عرضه على الدكتور المشرف لتقديم النصائح والتعديلات التي يراها ضرورية لصحة الاستبيان، وفي ضوء ما أشار إليه المشرف تم تعديل بعض فقرات الاستبيان من ثم تم عرض الاستبيان على الأساتذة في قسم التسويق في المعهد العالي لإدارة الأعمال للتحكيم وتم إجراء بعض التعديلات منها إلغاء بعض العبارات مثل إصدار شهادات الإيداع كعامل ترويجي وتعديل عبارة الكلمة المنطوقة او الكلمة المنقولة إلى التوصية الإيجابية ، تعديل تقسيم عبارة البروشورات والدوريات إلى عبارات منفصلة كل على حدا كما تم إدخال تعديل على البيانات التعريفية كإدخال عامل دخل العميل وتعديل بيانات العمر إلى أقل من 55 بدلا من 30- 55 حتى خرج الاستبيان في صورته النهائية وتم اعتماده لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

تم تقسيم الاستبيان كالاتي:

**الجزء الأول:** اشتمل على بيانات تعريفية خاصة بأفراد عينة الدراسة

- الجنس
- العمر
- سنوات التعامل مع المصرف
- المهنة
- الدخل

**الجزء الثاني:** اشتمل على عبارات الاستبانة وفق ما يلي:

**العامل الأول : الثقة والأمان من خلال (6) عبارات.**

- تمتع المصرف بسمعة عالية
- إجراءات الأمان المتبعة في المصرف
- الالتزام بالسرية المصرفية
- استقرار أسعار صرف العملة المحلية والعملات الأجنبية
- تمتع المصرف بثقة عملائه
- تمتع المصرف بتاريخ عريق

**العامل الثاني : السياسة التسعيرية من خلال (6) عبارات.**

- معدل الفائدة المدفوعة على الودائع
- تكاليف فتح حساب الوديعة مقبولة ومتناسبة مع الخدمة المقدمة
- عدم تحميل العملاء أي رسوم إضافية عند القيام بتجديد حسابات الودائع
- توافق قيمة الضرائب المستوفاة على قيمة الفوائد المحققة مع الأنظمة والقوانين النافذة
- العمولات المخفضة على الحوالات الواردة كودائع
- إمكانية الحصول على فائدة مخفضة على التسهيلات المصرفية والقروض التي يحصل عليها العميل مقابل حسابات الودائع

**العامل الثالث: العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف من خلال (9) عبارات.**

- قبول الودائع بالعملة الوطنية أو بالعملات الأجنبية
- تنوع فترات التجميد للودائع (أسبوعية - شهرية - سنوية أو أكثر من سنة)
- تجديد فترات التجميد للودائع بشكل تلقائي ومن دون الحصول على موافقات إضافية
- المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع (الفترة الزمنية التي يسمح للعميل فيها سحب أو إضافة الفوائد المحققة أو أي مبالغ اخرى)
- المرونة المتعلقة بالسقف الأدنى والأعلى المسموح به لفتح حساب الوديعة

- المرونة المتعلقة فيما يخص عمليات التحويل من وإلى حسابات الودائع
- القبول بفتح فئات مختلفة من الودائع بعدة عملات وفترات تجميد واستحقاقات مختلفة ضمن الحساب الواحد
- سهولة ووضوح وسرعة الإجراءات المتبعة أثناء القيام بعملية فتح حسابات الودائع أو القيام بعمليات السحب والإيداع
- قبول الودائع عن طريق الحوالات الواردة من الخارج

#### **العامل الرابع : جودة التعامل والخدمة المقدمة من خلال (8) عبارات.**

- تعامل الموظفين اللائق (الترحيب والاستقبال- الاهتمام -المهارة والمعرفة الكاملة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية)
- المظهر العام لفروع المصرف وأماكن الانتظار والتجهيزات المتطورة - المستندات والإشعارات التي يحصل عليها العميل - إمكانية الاستعلام الإلكتروني
- شعور العميل باهتمام خاص (الموافقة السريعة - فائدة دائنة مميزة- تجميد لفترات استثنائية- إمكانية السحب والإيداع بشكل استثنائي)
- وجود حرص دائم على معالجة المشاكل التي تواجه العميل بشكل سريع وأني
- التوزيع الجغرافي الشامل والمناسب لفروع المصرف في أماكن النشاط التجاري والتوزيع السكاني
- منح العملاء بطاقة صراف وبطاقة ائتمان
- توفر شبكة موسعة من الصرافات الآلية
- امتلاك المصرف نظام معلوماتي متطور

#### **العامل الخامس: تنوع الخدمات المصرفية من خلال (3) عبارات .**

- تنوع حسابات الودائع وودائع التوفير (ودائع التوفير الموجهة للأطفال والشباب والمتقاعدين)
- الخدمات المصرفية المتنوعة المقدمة من قبل المصرف (التسهيلات المصرفية والقروض وخدمات مبيعات التجزئة المختلفة)
- الحصول على خدمات من المصرف مقابل الودائع مثل القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة

#### **العامل السادس: الترويج من خلال (5) عبارات**

- العروض الترويجية المقدمة على حسابات الودائع
- التوصية الإيجابية التي تتم عن طريق عملاء المصرف
- الترويج عن طريق الصفحة الرئيسية للمصرف على شبكة الأنترنت
- الترويج للخدمات المقدمة على حسابات الودائع عبر الدوريات المتخصصة
- الترويج عن طريق البروشورات التي تكون موجودة في فروع المصارف او التي يتم توزيعها على العملاء

## ثانياً: أدوات التحليل الإحصائي

بعد أن تم تبويب البيانات وإدخالها إلى الحاسب، تم استخدام برنامج (SPSS) إصدار (24) وتم الاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية لتحليل البيانات:

1. الإحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث: الممثلة بعبارات الاستبيان والتوزيعات التكرارية النسبية.
2. معامل الثبات (Cronbach's Alpha): الذي يعكس استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي يعطي نفس النتائج في حالة إعادة تطبيقه على نفس العينة.
3. المتوسط الحسابي: للحصول على متوسط لإجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة الاستبيان.
4. الانحراف المعياري: الذي يمكن من معرفة مدى التشتت المطلق بين أوساطها الحسابية.
5. اختبار الفرضيات باستخدام T-test.
6. اختبار المقارنات (Independent t test): لمقارنة الاختلافات في تقييم مؤشرات الدراسة حسب البيانات التعريفية (الجنس).
7. اختبار المقارنات (One Way Anova): لمقارنة الاختلافات في تقييم مؤشرات الدراسة حسب البيانات التعريفية.

وقام الباحث بالدراسة الإحصائية لعبارات ومحاور الدراسة والإجابة على التساؤلات بعد تحديد درجة القياس لآراء عينة الدراسة التي تم ذكرها سابقاً.

## ثبات وصدق أداة الدراسة (الاستبيان)

### أولاً: الثبات / معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient:

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان، حيث يعبر عن متوسط الارتباط الداخلي بين العبارات التي يقيسها وتتراوح قيمته ما بين (0 - 1) وتعتبر القيمة المقبولة له (0.60) فأكثر وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح كلما ارتفعت درجة ثبات الأداة وصلاحياتها للاستخدام وكانت النتائج للاستبانة كالاتي:

### جدول (4) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

الثبات	عدد العبارات	البُعد - العامل
0.885	6	الثقة والأمان
0.863	6	السياسة التسعيرية
0.890	9	العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف
0.899	8	جودة التعامل والخدمة المقدمة
0863	3	تنوع الخدمات المصرفية
0.865	5	الترويج

بناءً على ما سبق (كافة المحاور أكثر من 60 % ) يمكن القول بأن الاستبانة تتمتع بالثبات والمصدقية ويمكن الاعتماد عليها في تحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة .  
وللحكم على صدق أداة الدراسة قام الباحث باعتماد الأساليب التالية:

**أولاً: الصدق الظاهري:** عرض الباحث الاستبانة الخاصة بالبحث على المشرف لأخذ ملاحظاته، وقد اجريت التعديلات اللازمة في ضوء المقترحات المقدمة من المشرف لتصبح بشكلها الحالي.

**ثانياً: صدق الاتساق الداخلي "Internal Validity"** للتحكم على صدق الاستبانة وثباتها، تم توزيع عينة استطلاعية حجمها 25/ استبانة وتم احتساب قيم معامل الصدق البنائي من خلال دراسة مدى اتساق كل عبارة من عبارات محاور المقياس (الاستبيان)، والدرجة الكلية للبعد نفسه وكامل الاستبانة.

## 1-الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول (الثقة والأمان )

جدول (5) معامل الارتباط بين عبارات بُعد الثقة والأمان والدرجة الكلية للبعد

المعامل	العبارات	المعاملات	الثقة والأمان
Spearman's rho	تمتع المصرف بسمعة عالية	Correlation Coefficient	.715**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	إجراءات الأمان المتبعة في المصرف	Correlation Coefficient	.602**
		Sig. (2-tailed)	0.001
	الالتزام بالسرية المصرفية	Correlation Coefficient	.730**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	استقرار أسعار صرف العملة المحلية والعملات الأجنبية	Correlation Coefficient	.675**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	تمتع المصرف بثقة العملاء	Correlation Coefficient	.696**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	تمتع المصرف بتاريخ عريق	Correlation Coefficient	.680**
		Sig. (2-tailed)	0.000

يوضح الجدول (5) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الثقة والأمان دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.60 و 0.73 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له .

## 2-الاتساق الداخلي لعبارات البُعد الثاني (السياسة التسعيرية)

جدول (6) معامل الارتباط بين عبارات بُعد السياسة التسعيرية والدرجة الكلية للبُعد

المعامل	العبارات	المعاملات	السياسة التسعيرية
Spearman's rho	معدل الفائدة المدفوعة على الودائع	Correlation Coefficient	.640**
		Sig. (2-tailed)	0.001
	تكاليف فتح حساب الوديعة مقبولة ومتناسبة مع الخدمة المقدمة	Correlation Coefficient	.630**
		Sig. (2-tailed)	0.001
	عدم تحميل العملاء أي رسوم إضافية عند القيام بتجديد حسابات الودائع	Correlation Coefficient	.648**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	توافق قيم الضرائب المستوفاة على قيمة الفوائد المحققة مع الأنظمة والقوانين النافذة	Correlation Coefficient	.608**
		Sig. (2-tailed)	0.001
	إمكانية الحصول على فائدة مخفضة على التسهيلات المصرفية والقروض التي يحصل عليها العميل مقابل حسابات الودائع	Correlation Coefficient	.717**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	العمولات المخفضة على الحوالات الواردة كودائع	Correlation Coefficient	.519**
		Sig. (2-tailed)	0.008

يوضح الجدول (6) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات السياسة التسعيرية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.51 و 0.71 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له .

### 3-الاتساق الداخلي لعبارات البُعد الثالث (العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف)

جدول (7) معامل الارتباط بين عبارات بُعد العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف

والدرجة الكلية للبُعد

المعامل	العبارات	المعاملات	العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف
Spearman's rho	قبول الودائع بالعملة الوطنية أو بالعملة الأجنبية	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.728** 0.000
	تنوع فترات التجميد للودائع (أسبوعية - شهرية - سنوية أو أكثر من سنة)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.649** 0.000
	تجديد فترات التجميد للودائع بشكل تلقائي ومن دون الحصول على 4ات إضافية	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.489 0.014
	المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع(الفترة الزمنية التي يسمح للعميل فيها سحب أو إضافة الفوائد المحققة أو أي مبالغ أخرى)	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.589** 0.002
	المرونة المتعلقة بالسقف الأدنى والأعلى المسموح به لفتح حساب الوديعة	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.792** 0.000
	المرونة المتعلقة فيما يخص عمليات التحويل من وإلى حسابات الودائع	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.868** 0.000
	القبول بفتح فئات مختلفة من الودائع بعدة عملات وفترات تجميد واستحقاقات مختلفة ضمن الحساب الواحد	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.596** 0.002
	سهولة ووضوح وسرعة الإجراءات المتبعة أثناء القيام بعملية فتح حسابات الودائع أو القيام بعمليات السحب والإيداع	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.727** 0.000
	قبول الودائع عن طريق الحوالات الواردة من الخارج	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	.565** 0.003

يوضح الجدول (7) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.48 و 0.86 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له .

#### 4-الاتساق الداخلي لعبارات البُعد الرابع (جودة التعامل و الخدمة المقدمة)

جدول (8) معامل الارتباط بين عبارات بُعد جودة التعامل و الخدمة المقدمة والدرجة

الكلية للبُعد

المعامل	العبارات	المعاملات	جودة التعامل و الخدمة المقدمة
Spearman's rho	تعامل الموظفون اللائق ( الترحيب والاستقبال - الاهتمام - المهارة والمعرفة الكاملة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية )	Correlation Coefficient	.655**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	المظهر العام لفروع المصرف وأماكن الانتظار والتجهيزات المتطورة - المستندات والإشعارات التي يحصل عليها العميل - إمكانية الاستعلام الإلكتروني	Correlation Coefficient	.660**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	شعور العميل باهتمام خاص ( الموافقة السريعة - فائدة دائمة مميزة - تجميد لفترات استثنائية - إمكانية السحب والإيداع بشكل استثنائي )	Correlation Coefficient	.753**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	وجود حرص دائم على معالجة المشاكل التي تواجه العميل بشكل سريع وأني	Correlation Coefficient	.763**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	التوزيع الجغرافي الشامل والمناسب لفروع المصرف في أماكن النشاط التجاري والتوزيع السكاني	Correlation Coefficient	.678**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	منح العملاء بطاقة صراف وبطاقة ائتمان	Correlation Coefficient	.518**
		Sig. (2-tailed)	0.008
	توفر شبكة موسعة من الصرافات الآلية	Correlation Coefficient	.667**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	امتلاك المصرف نظام معلوماتي متطور	Correlation Coefficient	.632**
		Sig. (2-tailed)	0.001

يوضح الجدول (8) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات جودة التعامل و الخدمة المقدمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.51 و 0.76 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له .



## 5-الاتساق الداخلي لعبارات البُعد الخامس (تنوع الخدمات المصرفية)

جدول (9) معامل الارتباط بين عبارات بُعد تنوع الخدمات المصرفية والدرجة الكلية للبُعد

المعامل	العبارات	المعاملات	تنوع الخدمات المصرفية
Spearman's rho	تنوع حسابات الودائع وودائع التوفير (ودائع التوفير الموجهة للأطفال والشباب والمتقاعدين )	Correlation Coefficient	.815**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	الخدمات المصرفية المتنوعة المقدمة من قبل المصرف ( التسهيلات والقروض وخدمات مبيعات التجزئة المختلفة )	Correlation Coefficient	.688**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	الحصول على خدمات من المصرف مقابل الودائع مثل القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة	Correlation Coefficient	.467*
		Sig. (2-tailed)	0.019

يوضح الجدول (9) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات تنوع الخدمات المصرفية دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.46 و 0.81 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له.

## 6-الاتساق الداخلي لعبارات البُعد السادس (الترويج)

جدول (10) معامل الارتباط بين عبارات بُعد الترويج والدرجة الكلية للبُعد

المعامل	العبارات	المعاملات	الترويج
Spearman's rho	العروض التشجيعية المقدمة على حسابات الودائع	Correlation Coefficient	.464*
		Sig. (2-tailed)	0.020
	التوصية الإيجابية التي تتم عن طريق عملاء المصرف	Correlation Coefficient	.764**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	الترويج عن طريق الصفحة الرئيسية للمصرف على شبكة الأنترنت	Correlation Coefficient	.788**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	الترويج للخدمات المقدمة على حسابات الودائع عبر الدوريات المتخصصة	Correlation Coefficient	.840**
		Sig. (2-tailed)	0.000
	الترويج عن طريق البروشورات التي تكون موجودة في فروع المصرف أو التي يتم توزيعها على العملاء	Correlation Coefficient	.722**
		Sig. (2-tailed)	0.000

يوضح الجدول (10) أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الترويج دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ( 0.05 ) حيث تراوحت قيمه بين 0.46 و 0.84 وبذلك تعتبر الأبعاد صادقة لما وضعت له .

## المبحث الثالث : خصائص عينة الدراسة وتقييم آراء العينة حول العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية:

نتطرق هنا إلى تحليل خصائص العينة حسب متغيرات الدراسة، حيث قمنا بحساب كل من التكرارات النسبية والنسب المئوية وتمثيلها في دوائر نسبية، وأيضاً تحليل عبارات كل بُعد من محاور الاستبيان من خلال حساب كل من المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي، كما تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T Test) لتحليل عبارات الاستبيان.

### أولاً: تحليل خصائص عينة الدراسة

اشتملت خصائص عينة الدراسة كما جاء في الاستبيان المرفق في الملاحق على الجنس، العمر، سنوات التعامل مع المصرف، المهنة، الدخل، حيث سيتم اعتماد التكرارات، النسب المئوية، والدوائر النسبية في التعبير عن خصائص لأفراد العينة وتحليلها.

#### 1. خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس

جدول (11) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

الجنس:		
النسبة %	العدد	
56.9	41	ذكر
43.1	31	أنثى
100.0	72	Total

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب الجنس حيث تشكل فئة الذكور من العملاء الأعلى بنسبة 56.9 % و 43.1 % إناث

جدول (12) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

العمر		
النسبة %	العدد	
12.5	9	أقل من 30
83.3	60	أقل من 55
4.2	3	55 وأعلى
100.0	72	Total

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب العمر حيث أن النسبة الأعلى لدى عينة الدراسة هي من فئة أقل من 55 سنة بنسبة 83.3 % و 12.5 % أقل من 30 سنة و 4.2 % 55 سنة وأعلى

جدول ( 13 ) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير سنوات التعامل  
سنوات التعامل مع المصرف :

النسبة %	العدد	
12.5	9	أقل من سنتين
19.4	14	ما بين 2 - 6 سنوات
68.1	49	7 سنوات فما فوق
100.0	72	Total

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب سنوات التعامل مع المصرف حيث 68.1 % 7 سنوات فما فوق و هي الأعلى، ثم الفئة من 2-6 سنوات بنسبة 19.4 % و أقل من سنتين بنسبة 12.5 %.

جدول ( 14 ) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير المهنة  
المهنة :

النسبة %	العدد	
69.4	50	موظفين
19.4	14	مهن خاصة
11.1	8	تجارة ومشاريع خاصة
100.0	72	Total

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب المهنة إلى 69.4 % موظفين و 19.4 % مهن خاصة و 11.1 % تجارة ومشاريع خاصة

جدول ( 15 ) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغير الدخل  
الدخل

النسبة %	العدد	
40.3	29	150000 ل.س فما دون
16.7	12	أكثر من 350000 ل.س
43.1	31	ما بين 150000 ل.س و 350000 ل.س
100.0	72	Total

يبين الجدول توزيع عينة الدراسة حسب الدخل الشهري حيث النسبة الأعلى ما بين 150000 ل.س - 350000 ل.س بنسبة 43.1 % و 150000 ل.س فما دون بنسبة 40.3 % و أكثر من 350000 ل.س بنسبة 16.7 %

## ثانياً: التحليل الإحصائي لعبارات محاور الاستبيان

يهدف تحليل نتائج اجابات عينة الدراسة الاساسية لأخذ صورة أولية عن تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، والتي يتم من خلالها الوقوف على أهمية كل من المتغيرات المرشحة للتحليل التي وردت في المحاور (عوامل) التي تناولها الاستبيان ولكل بُعد (عامل)، ومدى توافق الآراء تجاه كل من هذه المتغيرات وقد تم اجراء استعراض عام لنتائج التحليل الوصفي باعتماد المتوسط الحسابي والأهمية النسبية لمتوسط تلك المتغيرات ، وكذلك الانحراف المعياري لمعرفة درجة توافق أو تباين الآراء بين أفراد عينة الدراسة تجاه كل من متغيرات الدراسة وكانت حصيلة التحليل على النحو الآتي:

### 1- تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (الثقة والأمان) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية

الهدف قياس معرفة مدى تقييم عامل الثقة والأمان كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (6) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول ( 16 ) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.

جدول (16) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم الثقة والأمان

العبارات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة	النسبي	الدالة الإحصائية الحسابية
تمتع المصرف بسمعة عالية	66	4.35	0.77	14.15	87	0.000
إجراءات الأمان المتبعة في المصرف	72	4.25	0.82	12.97	85	0.000
الالتزام بالسرية المصرفية	72	4.42	0.87	13.85	88	0.000
استقرار أسعار صرف العملة المحلية والعملات الأجنبية	72	3.78	1.22	5.39	76	0.000
تمتع المصرف بثقة العملاء	72	4.21	0.90	11.36	84	0.000
تمتع المصرف بتاريخ عريق	72	4.00	0.90	9.39	80	0.000
الثقة والأمان	72	4.15	0.74	13.22	83	0.000

يبين الجدول رقم (16) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (الثقة والأمان) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، تبلغ 4.15 وانحراف معياري 0.74 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 83 % وهي قيمة تتجه نحو تقييم ايجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية الثقة والأمان لدى العملاء، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم الثقة والأمان عبارة (الالتزام بالسرية المصرفية) حيث بلغ متوسط التقييم 4.42 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 88 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثانية في تقييم الثقة والأمان عبارة (تمتع المصرف بسمعة عالية) حيث بلغ متوسط التقييم 4.35 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 87 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثالثة في تقييم الثقة والأمان عبارة (إجراءات الأمان المتبعة في المصرف) حيث بلغ متوسط التقييم 4.25 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 85 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الرابعة في تقييم الثقة والأمان عبارة (تمتع المصرف بثقة العملاء) حيث بلغ متوسط التقييم 4.21 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 84 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الخامسة في تقييم الثقة والأمان عبارة (تمتع المصرف بتاريخ عريق) حيث بلغ متوسط التقييم 4.00 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم

يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 80 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة السادسة في تقييم الثقة والأمان عبارة (استقرار أسعار صرف العملة المحلية والعملات الأجنبية) حيث بلغ متوسط التقييم 3.78 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 76 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

## 2- تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (السياسة التسعيرية) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية

الهدف من قياسه معرفة مدى تقييم عامل السياسة التسعيرية كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (6) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول ( 17 ) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.

جدول ( 17 ) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم السياسة التسعيرية

العبارة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة t	الوزن النسبي	الدلالة الإحصائية الحسابية
معدل الفائدة المدفوعة على الودائع	72	4.04	1.14	7.73	81	0.000
تكاليف فتح حساب الودعية مقبولة ومتناسبة مع الخدمة المقدمة	72	3.86	0.98	7.43	77	0.000
عدم تحميل العملاء أي رسوم إضافية عند تجديد حسابات الودائع	72	4.11	0.96	9.85	82	0.000
توافق قيمة الضرائب المستوفاة على قيمة الفوائد المحققة مع الأنظمة والقوانين النافذة	72	3.82	0.97	7.18	76	0.000
إمكانية الحصول على فائدة مخفضة على التسهيلات المصرفية والقروض التي يحصل عليها العميل مقابل حسابات الودائع	72	4.08	0.92	10.04	82	0.000
العمولات المخفضة على الحوالات الواردة كودائع	72	3.86	0.94	7.78	77	0.000
السياسة التسعيرية	72	3.96	0.79	10.60	79	0.000

يبين الجدول رقم ( 17 ) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (السياسة التسعيرية) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، تبلغ 3.96 و بانحراف معياري 0.79 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 79 % وهي قيمة تتجه نحو تقييم إيجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية السياسة التسعيرية لدى العملاء ، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (عدم تحميل العملاء أي رسوم إضافية عند القيام بتجديد حسابات الودائع) حيث بلغ متوسط التقييم 4.11 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 82 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثانية في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (إمكانية الحصول على فائدة مخفضة على التسهيلات المصرفية والقروض التي يحصل عليها العميل مقابل حسابات الودائع) حيث بلغ متوسط التقييم 4.08 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 82 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثالثة في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (معدل الفائدة المدفوعة على الودائع) حيث بلغ متوسط التقييم 4.04 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 81 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الرابعة في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (تكاليف فتح حساب الوديعة مقبولة ومتناسبة مع الخدمة المقدمة) حيث بلغ متوسط التقييم 3.86 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن

النسبي للتقييم 77 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

• احتلت المرتبة الخامسة في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (العمولات المخفضة على الحوالات الواردة كودائع) حيث بلغ متوسط التقييم 3.86 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 77 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

• احتلت المرتبة السادسة في تقييم السياسة التسعيرية عبارة (توافق قيمة الضرائب المستوفاة على قيمة الفوائد المحققة مع الأنظمة والقوانين النافذة) حيث بلغ متوسط التقييم 3.82 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 76 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

### 3- تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية

الهدف من قياسه معرفة مدى تقييم عامل العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (9) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول ( 18) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.



جدول ( 18 ) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف

العبارات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة	الوزن النسبي	الدلالة الإحصائية الحسابية
قبول الودائع بالعملة الوطنية أو بالعملات الأجنبية	72	4.17	0.84	11.80	83	0.000
تنوع فترات التجميد للودائع (أسبوعية - شهرية - سنوية أو أكثر من سنة)	72	4.10	0.91	10.27	82	0.000
تجديد فترات التجميد للودائع بشكل تلقائي ومن دون الحصول على موافقات إضافية	72	3.94	1.02	7.86	79	0.000
المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع (الفترة الزمنية التي يسمح للعميل فيها سحب أو إضافة الفوائد المحققة أو أي مبالغ أخرى)	72	4.29	0.81	13.49	86	0.000
المرونة المتعلقة بالسقف الأدنى والأعلى المسموح به لفتح حساب الوديعة	72	4.14	0.97	9.98	83	0.000
المرونة المتعلقة فيما يخص عمليات التحويل من وإلى حسابات الودائع	72	4.14	0.83	11.68	83	0.000
القبول بفتح فئات مختلفة من الودائع بعدة عملات وفترات تجميد واستحقاقات مختلفة ضمن الحساب الواحد	72	4.13	0.87	10.96	83	0.000
سهولة ووضوح وسرعة الإجراءات المتبعة أثناء القيام بعملية فتح حسابات الودائع أو القيام بعمليات السحب والإيداع	72	4.21	0.73	14.04	84	0.000
قبول الودائع عن طريق الحوالات الواردة من الخارج	72	3.90	0.89	8.60	78	0.000
<b>العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف</b>	<b>72</b>	<b>4.11</b>	<b>0.64</b>	<b>14.74</b>	<b>82</b>	<b>0.000</b>

يبين الجدول رقم ( 18 ) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، تبلغ 4.11 وانحراف معياري 0.64 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 82 % وهي قيمة تتجه نحو تقييم ايجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف لدى العملاء ، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها

بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع) (الفترة الزمنية التي يسمح للعميل فيها سحب أو إضافة الفوائد المحققة أو أي مبالغ أخرى)) حيث بلغ متوسط التقييم 4.29 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 86 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثانية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (سهولة ووضوح وسرعة الإجراءات المتبعة أثناء القيام بعملية فتح حسابات الودائع أو القيام بعمليات السحب والإيداع ) حيث بلغ متوسط التقييم 4.21 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 84 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثالثة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (قبول الودائع بالعملة الوطنية أو بالعملة الأجنبية) حيث بلغ متوسط التقييم 4.17 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 83 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الرابعة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (المرونة المتعلقة بالسقف الأدنى والأعلى المسموح به لفتح حساب الوديعة) حيث بلغ متوسط التقييم 4.14 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 83 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الخامسة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (المرونة المتعلقة فيما يخص عمليات التحويل من وإلى حسابات الودائع ) حيث

بلغ متوسط التقييم 4.14 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 83 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة السادسة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (القبول بفتح فئات مختلفة من الودائع بعدة عملات وفترات تجميد واستحقاقات مختلفة ضمن الحساب الواحد) حيث بلغ متوسط التقييم 4.13 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 83 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة السابعة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (تنوع فترات التجميد للودائع (أسبوعية - شهرية - سنوية أو أكثر من سنة)) حيث بلغ متوسط التقييم 4.10 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 82 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة الثامنة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (تجديد فترات التجميد للودائع بشكل تلقائي ومن دون الحصول على فترات إضافية) حيث بلغ متوسط التقييم 3.94 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 79 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة التاسعة في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف عبارة (قبول الودائع عن طريق الحوالات الواردة من الخارج ) حيث بلغ متوسط التقييم 3.90 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 78 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

#### 4-تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (جودة التعامل و الخدمة المقدمة) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية

الهدف من قياسه اللائق ( تقييم عامل جودة التعامل و الخدمة المقدمة كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (8) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لأهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول (19) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.

جدول (19) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة

العبارة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة	الوزن النسبي	الدالة الإحصائية الحسابية
تعامل الموظفين اللائق ( الترحيب والاستقبال - الاهتمام - المهارة والمعرفة الكاملة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية )	72	4.40	0.93	12.81	88	0.000
المظهر العام لفروع المصرف وأماكن الانتظار والتجهيزات المتطورة - المسندات والإشعارات التي يحصل عليها العميل - إمكانية الاستعلام الإلكتروني	72	4.35	0.82	13.86	87	0.000
شعور العميل باهتمام خاص ( الموافقة السريعة - فائدة دائمة مميزة - تجميد لقرات استثنائية - إمكانية السحب والإيداع بشكل استثنائي )	72	4.28	0.79	13.70	86	0.000
وجود حرص دائم على معالجة المشاكل التي تواجه العميل بشكل سريع وأني	72	4.38	0.76	15.38	88	0.000
التوزيع الجغرافي الشامل والمناسب لفروع المصرف في أماكن النشاط التجاري والتوزيع السكاني	72	4.32	0.73	15.37	86	0.000
منح العملاء بطاقة صراف وبطاقة ائتمان	72	4.14	0.91	10.64	83	0.000
توفر شبكة موسعة من الصرافات الآلية	72	3.99	1.13	7.39	80	0.000
امتلاك المصرف نظام معلوماتي متطور	72	4.01	0.90	9.60	80	0.000
<b>جودة التعامل و الخدمة المقدمة</b>	<b>72</b>	<b>4.23</b>	<b>0.66</b>	<b>15.55</b>	<b>85</b>	<b>0.000</b>

يبين الجدول رقم ( 19 ) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (جودة التعامل و الخدمة المقدمة) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، تبلغ 4.23 وانحراف معياري 0.66 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 85 % وهي قيمة تتجه

نحو تقييم ايجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف لدى العملاء ، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (تعامل الموظفين اللائق ) الترحيب والاستقبال - الاهتمام- المهارة والمعرفة الكاملة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية )) حيث بلغ متوسط التقييم 4.40 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 88 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثانية في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (وجود حرص دائم على معالجة المشاكل التي تواجه العميل بشكل سريع وأني) حيث بلغ متوسط التقييم 4.38 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 88 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثالثة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (المظهر العام لفروع المصرف وأماكن الانتظار والتجهيزات المتطورة - المستندات والإشعارات التي يحصل عليها العميل - إمكانية الاستعلام الالكتروني) حيث بلغ متوسط التقييم 4.35 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 87 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الرابعة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (التوزع الجغرافي الشامل والمناسب لفروع المصرف في أماكن النشاط التجاري والتوزع السكاني) حيث بلغ متوسط التقييم 4.32 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 86% وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة الخامسة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (شعور العميل باهتمام خاص ) الموافقة السريعة - فائدة دائنة مميزة - تجميد لفترات استثنائية - إمكانية السحب والإيداع بشكل استثنائي )) حيث بلغ متوسط التقييم 4.28 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 86 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة السادسة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (منح العملاء بطاقة صراف وبطاقة ائتمان) حيث بلغ متوسط التقييم 4.14 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 83 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة السابعة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (امتلاك المصرف نظام معلوماتي متطور) حيث بلغ متوسط التقييم 4.01 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 80 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

• احتلت المرتبة الثامنة في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف عبارة (توفر شبكة موسعة من الصرافات الآلية) حيث بلغ متوسط التقييم 3.99 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 80% وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

**5-تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (تنوع الخدمات المصرفية) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية**

الهدف من قياسه معرفة مدى تقييم عامل تنوع الخدمات المصرفية كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ،وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (3) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه

العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والاهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول ( 20 ) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.

جدول ( 20 ) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم تنوع الخدمات المصرفية

العبارات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة	الون النسبي	الدلالة الإحصائية الحسابية
تنوع حسابات الودائع وودائع التوفير (ودائع التوفير الموجهة للأطفال والشباب والمتقاعدين)	72	3.89	0.94	8.00	78	0.000
الخدمات المصرفية المتنوعة المقدمة من قبل المصرف ( التسهيلات والقروض وخدمات مبيعات التجزئة المختلفة )	72	3.88	0.99	7.48	78	0.000
الحصول على خدمات من المصرف مقابل الودائع مثل القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة	72	4.01	0.81	8.60	80	0.000
تنوع الخدمات المصرفية	72	3.92	0.81	9.76	79	0.000

يبين الجدول رقم ( 20 ) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (تنوع الخدمات المصرفية) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، تبلغ 3.92 وبانحراف معياري 0.81 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 79 % وهي قيمة تتجه نحو تقييم ايجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية تنوع الخدمات المصرفية في المصرف لدى العملاء ، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف عبارة (الحصول على خدمات من المصرف مقابل الودائع مثل القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة ) حيث بلغ متوسط التقييم 4.01 مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 80 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.
- احتلت المرتبة الثانية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف عبارة (تنوع حسابات الودائع وودائع التوفير (ودائع التوفير الموجهة للأطفال والشباب

والمتقاعدين)) حيث بلغ متوسط التقييم 3.89 مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 78 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

• احتلت المرتبة الثالثة في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف عبارة (الخدمات المصرفية المتنوعة المقدمة من قبل المصرف ( التسهيلات والقروض وخدمات مبيعات التجزئة المختلفة )) حيث بلغ متوسط التقييم 3.88 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 78 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

## 6-تقييم اتجاهات العملاء نحو عامل (الترويج) كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية

الهدف من قياسه معرفة مدى تقييم بُعد الترويج كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية ، وقد تم قياس هذا العامل من خلال عبارات (6) عبارة تبرز هذه التقييم والتي يعزى إليها الموافقة على تقييم أفراد عينة الدراسة لأهمية هذه العبارات وذلك من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية ومستوى التقييم، والجدول ( 21 ) يلخص تقييم أفراد الدراسة حول مضمون كل عبارة.

جدول ( 21 ) الاحصاءات الوصفية على مستوى العبارات المتعلقة بتقييم الترويج

العبارة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدالة	الوزن النسبي	الدلالة الإحصائية الحسابية
العروض التشجيعية المقدمة على حسابات الودائع	72	4.10	1.00	9.36	82	0.000
التوصية الإيجابية التي تتم عن طريق عملاء المصرف	72	3.97	0.93	8.83	79	0.000
الترويج عن طريق الصفحة الرئيسية للمصرف على شبكة الأنترنت	72	3.60	0.87	5.85	72	0.000
الترويج للخدمات المقدمة على حسابات الودائع عبر النوريات المتخصصة	72	3.60	0.83	6.08	72	0.000
الترويج عن طريق البروشورات التي تكون موجودة في فروع المصرف أو التي يتم توزيعها على العملاء	72	3.76	0.88	7.37	75	0.000
<b>الترويج</b>	<b>72</b>	<b>3.84</b>	<b>0.73</b>	<b>9.77</b>	<b>77</b>	<b>0.000</b>



يبين الجدول رقم ( 21 ) أن قيمة المتوسط الحسابي لعامل (الترويج) كأحد العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، تبلغ 3.84 و بانحراف معياري 0.73 وان قيمة الوزن النسبي لتقييم أفراد العينة حول هذا العامل تبلغ 77 % وهي قيمة تتجه نحو تقييم ايجابي بمستوى اعتماد عالي مما يعكس حالة التقييم الايجابي لتقييم أهمية الترويج في المصرف لدى العملاء ، حيث تم التوصل الى نتيجة مفادها بأن مضمون العبارات جميعها معتمد لكون غالبية العبارات جاءت ضمن مؤشر (عالي)، ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الأولى في تقييم الترويج في المصرف عبارة (العروض التشجيعية المقدمة على حسابات الودائع) حيث بلغ متوسط التقييم 4.10 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 82 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الثانية في تقييم الترويج في المصرف عبارة (التوصية الإيجابية التي تتم عن طريق عملاء المصرف) حيث بلغ متوسط التقييم 3.97 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 79 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً.

- احتلت المرتبة الثالثة في تقييم الترويج في المصرف عبارة (الترويج عن طريق البروشرات التي تكون موجودة في فروع المصرف أو التي يتم توزيعها على العملاء) حيث بلغ متوسط التقييم 3.76 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتقييم 75 % وهو تقييم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتقييم دال إحصائياً

- احتلت المرتبة الرابعة في تقييم الترويج في المصرف عبارة (الترويج عن طريق الصفحة الرئيسية للمصرف على شبكة الأنترنت) حيث بلغ متوسط التقييم 3.60 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التقييم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن

النسبي للتعقيم 72 ٪ وهو تعقيم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتعقيم دال إحصائياً

- احتلت المرتبة الخامسة في تعقيم الترويج في المصرف عبارة (الترويج للخدمات المقدمة على حسابات الودائع عبر الدوريات المتخصصة) حيث بلغ متوسط التعقيم 3.60 وبالمقارنة مع المتوسط المفترض 3 نجد أن التعقيم يميل نحو الموافقة بشدة والوزن النسبي للتعقيم 72 ٪ وهو تعقيم بمستوى عالي ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 فالتعقيم دال إحصائياً .

## تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً للبيانات التعريفية

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً للبيانات التعريفية للعملاء.

حيث يتفرع منها التساؤلات التالية:

1- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً للجنس.

2- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لعمر العميل.

3- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لسنوات تعامل العميل مع المصرف.

4- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لمهنة العميل.

5- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لدخل العميل.

## 1- تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً للجنس

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً للجنس.

قام الباحث بإجراء اختبار Independent t test لتقييم الاختلاف في التقييم لعوامل تبعاً للجنس كما يلي:

جدول ( 22 ) الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً للجنس

الدالة الإحصائية	t الدالة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس:	
					ذكر	أنثى
0.428	-0.79	0.88	4.09	41	ذكر	الثقة والأمان
		0.51	4.24	31	أنثى	
0.256	-1.14	0.85	3.87	41	ذكر	السياسة التسعيرية
		0.62	4.08	31	أنثى	
0.551	-0.59	0.67	4.07	41	ذكر	العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف
		0.60	4.16	31	أنثى	
0.475	-0.71	0.69	4.18	41	ذكر	جودة التعامل و الخدمة المقدمة
		0.65	4.30	31	أنثى	
0.854	-0.07	0.84	3.91	41	ذكر	تنوع الخدمات المصرفية
		0.77	3.95	31	أنثى	
0.287	-1.07	0.76	3.76	41	ذكر	الترويج
		0.69	3.95	31	أنثى	

من حيث الثقة والأمان : نجد أن دالة الاختبار  $T=-0.79$  والدالة الإحصائية  $Sig=0.42$  أكبر من القياسية 0.05 إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان بين الذكور والاناث.

من حيث السياسة التسعيرية: نجد أن دالة الاختبار  $T=-1.14$  والدالة الإحصائية  $Sig=0.25$  أكبر من القياسية 0.05 إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية بين الذكور والاناث

من حيث العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $T=-0.59$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.55$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف بين الذكور والاناث

من حيث جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $T=-0.71$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.47$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل و الخدمة المقدمة في المصرف بين الذكور والاناث

من حيث تنوع الخدمات المصرفية المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $T=-0.07$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.85$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف بين الذكور والاناث

من حيث الترويج المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $T=-1.07$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.28$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الترويج في المصرف بين الذكور والاناث

## 2-تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعا لعمر العميل

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة و الأمان، السياسة التسعيرية ، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل و الخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعا لعمر العميل.

جدول ( 23 ) الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لعمر العميل

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
الثقة والأمان	Between Groups	.451	2	.226	.403	.670
	Within Groups	38.602	69	.559		
	Total	39.054	71			
السياسة التسعيرية	Between Groups	.449	2	.225	.382	.684
	Within Groups	40.619	69	.589		
	Total	41.068	71			
العمليات والاجراءات المتبعة في المصرف	Between Groups	.375	2	.188	.450	.639
	Within Groups	28.748	69	.417		
	Total	29.123	71			
جودة الخدمة المقدمة والتعامل	Between Groups	.701	2	.351	.770	.467
	Within Groups	31.402	69	.455		
	Total	32.103	71			
تنوع الخدمات المصرفية	Between Groups	.523	2	.261	.396	.674
	Within Groups	45.527	69	.660		
	Total	46.049	71			
الترويج	Between Groups	.174	2	.087	.160	.853
	Within Groups	37.628	69	.545		
	Total	37.802	71			

من حيث الثقة والأمان: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.40$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.67$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لعمر العميل.

من حيث السياسة التسعيرية: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.38$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.68$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لعمر العميل.

من حيث العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.45$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.63$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لعمر العميل

من حيث جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.77$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.46$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف تبعاً لعمر العميل

من حيث تنوع الخدمات المصرفية المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.39$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.67$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف تبعاً لعمر العميل

من حيث الترويج: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.16$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.85$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الترويج في المصرف تبعاً لعمر العميل

3 - تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً لسنوات التعامل مع البنك

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لسنوات التعامل مع البنك.

جدول ( 24 ) الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لسنوات التعامل مع البنك

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
الثقة والأمان	Between Groups	3.104	2	1.552	2.978	.047
	Within Groups	35.950	69	.521		
	Total	39.054	71			
السياسة التسعيرية	Between Groups	3.402	2	1.701	3.116	.041
	Within Groups	37.666	69	.546		
	Total	41.068	71			
العمليات والاجراءات المتبعة في المصرف	Between Groups	2.895	2	1.448	3.808	.027
	Within Groups	26.228	69	.380		
	Total	29.123	71			
جودة الخدمة المقدمة والتعامل	Between Groups	.649	2	.324	.712	.494
	Within Groups	31.455	69	.456		
	Total	32.103	71			
تنوع الخدمات المصرفية	Between Groups	.032	2	.016	.024	.976
	Within Groups	46.017	69	.667		
	Total	46.049	71			
الترويج	Between Groups	1.816	2	.908	1.741	.183
	Within Groups	35.986	69	.522		
	Total	37.802	71			

من حيث الثقة والأمان: نجد أن دالة الاختبار  $F = 2.97$  والدلالة الإحصائية  $Sig = 0.047$  أصغر من القياسية  $0.05$  إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لسنوات تعامل العميل مع المصرف. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات حسب اختبار تشيفيه التالي



جدول رقم ( 25 ) اختبار تشيفيه في تقييم الثقة والأمان تبعاً لسنوات التعامل مع المصرف

#### الثقة والأمان

Scheffe<sup>a,b</sup>

Subset for alpha = 0.05		N	سنوات التعامل مع المصرف :
2	1		
	3.61	9	أقل من سنتين
4.23	4.23	49	7 سنوات فما فوق
4.29		14	ما بين 2 - 6 سنوات

من حيث السياسة التسعيرية: نجد أن دالة الاختبار  $F=3.11$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.041$  أصغر من القياسية  $0.05$  إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك.

من حيث العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=3.80$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.027$  أصغر من القياسية  $0.05$  إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات حسب اختبار تشيفيه التالي

جدول رقم ( 26 ) اختبار تشيفيه في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لسنوات التعامل مع المصرف

#### العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف

Scheffe<sup>a,b</sup>

Subset for alpha = 0.05		N	سنوات التعامل مع المصرف :
2	1		
	3.62	9	أقل من سنتين
4.14	4.14	49	7 سنوات فما فوق
4.30		14	ما بين 2 - 6 سنوات

من حيث جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.7$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.49$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك.

من حيث تنوع الخدمات المصرفية المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.02$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.97$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك.

من حيث الترويج المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=1.74$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.18$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الترويج في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك.

#### 4-تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً لمهنة العميل

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعاً لمهنة العميل

جدول (27) الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعاً لمهنة العميل

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
الثقة والأمان	Between Groups	3.622	2	1.811	3.527	.035
	Within Groups	35.432	69	.514		
	Total	39.054	71			
السياسة التسعيرية	Between Groups	3.122	2	1.561	2.839	.065
	Within Groups	37.946	69	.550		
	Total	41.068	71			
العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف	Between Groups	2.798	2	1.399	3.667	.031
	Within Groups	26.325	69	.382		
	Total	29.123	71			
جودة الخدمة المقدمة والتعامل	Between Groups	1.725	2	.862	1.959	.149
	Within Groups	30.379	69	.440		
	Total	32.103	71			
تنوع الخدمات المصرفية	Between Groups	.280	2	.140	.211	.810
	Within Groups	45.769	69	.663		
	Total	46.049	71			
الترويج	Between Groups	2.935	2	1.468	2.904	.062
	Within Groups	34.867	69	.505		
	Total	37.802	71			

من حيث الثقة والأمان: نجد أن دالة الاختبار  $F= 3.52$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.035$  أصغر من القياسية  $0.05$  إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة حسب اختبار تشيفيه جدول رقم ( 28) اختبار تشيفيه في تقييم الثقة والأمان تبعاً لمهنة العميل

#### الثقة والأمان

Scheffe <sup>a,b</sup>		N	المهنة :
2	1		
	3.52	8	تجارة ومشاريع خاصة
4.23		50	موظفين
4.24		14	مهن خاصة

من حيث السياسة التسعيرية: نجد أن دالة الاختبار  $F=2.8$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.06$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لمهنة العميل.

من حيث العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=3.6$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.031$  أصغر من القياسية  $0.05$  إذا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة حسب اختبار تشيفيه

جدول رقم ( 29) اختبار تشيفيه في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لمهنة العميل

#### العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف

Scheffe <sup>a,b</sup>		N	المهنة :
2	1		
	3.53	8	تجارة ومشاريع خاصة
4.17		50	موظفين
4.21		14	مهن خاصة

من حيث جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=1.9$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.14$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف تبعاً لمهنة العميل.

من حيث تنوع الخدمات المصرفية المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.21$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.81$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف تبعاً لدخل العميل .

من حيث الترويج المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=2.9$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.06$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الترويج في المصرف تبعاً لمهنة العميل.

#### 5-تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعا لدخل العميل

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من حيث (الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، جودة التعامل والخدمة المقدمة، تنوع الخدمات المصرفية، الترويج) تبعا لدخل العميل.

جدول ( 30 ) الدالات الإحصائية لاختبار فروق التقييم تبعا لدخل العميل

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
الثقة والأمان	Between Groups	2.417	2	1.209	2.276	.110
	Within Groups	36.637	69	.531		
	Total	39.054	71			
السياسة التسعيرية	Between Groups	2.151	2	1.075	1.907	.156
	Within Groups	38.917	69	.564		
	Total	41.068	71			
العمليات والاجراءات المتبعة في المصرف	Between Groups	2.206	2	1.103	2.828	.066
	Within Groups	26.917	69	.390		
	Total	29.123	71			
جودة الخدمة المقدمة والتعامل	Between Groups	.793	2	.397	.874	.422
	Within Groups	31.310	69	.454		
	Total	32.103	71			
تنوع الخدمات المصرفية	Between Groups	1.670	2	.835	1.298	.280
	Within Groups	44.379	69	.643		
	Total	46.049	71			
الترويج	Between Groups	1.728	2	.864	1.652	.199
	Within Groups	36.074	69	.523		
	Total	37.802	71			

من حيث الثقة والأمان: نجد أن دالة الاختبار  $F=2.2$  والدلالة الإحصائية  $Sig=0.11$  أكبر من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لدخل العميل.

من حيث السياسة التسعيرية: نجد أن دالة الاختبار  $F=1.9$  والدلالة الإحصائية أكبر  $Sig=0.15$  من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لدخل العميل.

من حيث العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=2.8$  والدلالة الإحصائية أكبر  $Sig=0.06$  من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لدخل العميل.

من حيث جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=0.8$  والدلالة الإحصائية أكبر  $Sig=0.42$  من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة في المصرف تبعاً لدخل العميل.

من حيث تنوع الخدمات المصرفية المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=1.2$  والدلالة الإحصائية أكبر  $Sig=0.28$  من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تنوع الخدمات المصرفية في المصرف تبعاً لدخل العميل.

من حيث الترويج المقدمة في المصرف: نجد أن دالة الاختبار  $F=1.6$  والدلالة الإحصائية أكبر  $Sig=0.19$  من القياسية  $0.05$  إذا لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الترويج في المصرف تبعاً لدخل العميل.

## نتائج الدراسة العملية:

أولاً - ترتيب أهمية العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية حسب آراء عينة الدراسة

جدول ( 31 ) ترتيب أهمية العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية حسب آراء عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العامل
0.66	4.23	جودة التعامل و الخدمة المقدمة
0.74	4.15	الثقة والأمان
0.64	4.11	العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف
0.76	3.96	السياسة التسعيرية
0.81	3.92	تنوع الخدمات المصرفية
0.73	3.84	الترويج

يبين الجدول أن أهم عامل مؤثر على جذب واستقطاب الودائع المصرفية حسب آراء عينة الدراسة عامل ( جودة التعامل و الخدمة المقدمة ) بمتوسط تقييم 4.23 و يليه في المرتبة الثانية عامل ( الثقة والأمان ) بمتوسط تقييم 4.15 يليه في المرتبة الثالثة عامل ( العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف ) بمتوسط تقييم 4.11 وفي المرتبة الرابعة ( السياسة التسعيرية ) بمتوسط تقييم 3.96 أما المرتبة الخامسة فهو عامل ( تنوع الخدمات المصرفية ) بمتوسط تقييم 3.92 واخيراً عامل ( الترويج ) بمتوسط تقييم 3.84 .

ثانياً - تقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً للبيانات التعريفية أظهرت ما يلي :

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات حسب اختبار تشيفيه.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم السياسة التسعيرية تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك .

3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لسنوات تعامل العميل مع البنك. وهي لصالح الفئة من 2-6 سنوات حسب اختبار تشيفيه .

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الثقة والأمان تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة حسب اختبار تشيفيه .

5- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف تبعاً لمهنة العميل. وهذا الفرق في التقييم بين المهن عائد لمهن خاصة حسب اختبار تشيفيه .

## التوصيات

**أولاً :** أهمية الاختيار الجيد للموظفين الذين يتعاملون مع العملاء بشكل مباشر وأن يكونوا من ذوي الكفاءة والمهارة في تقديم الخدمات المصرفية ومعرفة ودراية تامة بالعمل المصرفي و تعميق ذلك من خلال دورات تدريبية منتظمة يتم قياس انعكاسها على الأداء بشكل مستمر مع الاهتمام الدائم بجودة الخدمات المقدمة في المصرف بشكل عام.

**ثانياً :** زيادة المهارة والمعرفة المصرفية لدى الموظفين فيما يخص حسابات الادخار والودائع وأهميتها والقدرة على إقناع العملاء بتوجيه إيداعاتهم إلى حسابات وودائع لأجل وودائع التوفير مع الأخذ بعين الاعتبار التوجهات الاستثمارية لدى المصرف.

**ثالثاً :** تطوير الإجراءات التي تمنح الثقة للعملاء فيما يخص الالتزام بالسرية المصرفية وعوامل الأمان الأخرى وزيادة الوعي المصرفي للموظفين بأهمية الالتزام بتلك الإجراءات بما ينعكس بشكل إيجابي على سمعة المصرف.

**رابعاً :** دراسة سلوك العملاء وفق إحصاءات دقيقة فيما يتعلق بعمليات السحب والإيداع و أنواع الودائع المجمدة بحسب نوع العملات وتطوير الإجراءات المتعلقة بذلك والإجراءات التقنية بما يتناسب مع سلوك ورغبات العملاء.

**خامساً :** التركيز على جذب واستقطاب الودائع المصرفية من خلال اتباع سياسة تأخذ بعين الاعتبار سنوات تعامل العملاء مع المصرف و القطاعات المهنية التي ينتمون إليها وذلك بتصميم وتطوير الإجراءات التي تزيد من ثقتهم بالمصرف و العمليات المتعلقة بالسحب والإيداع وتنوع الودائع وفترات التجميد المختلفة.

**سادساً :** اتباع سياسة تسعيرية تهتم بالحفاظ على العملاء الذين لديهم حسابات وودائع وفق سنوات تعاملهم مع المصرف فيما يخص معدلات الفائدة على القروض والتسهيلات المصرفية أو الرسوم والعمولات .

**سابعاً :** تسهيل الإجراءات المتعلقة بتقديم القروض والتسهيلات المصرفية لأصحاب حسابات الودائع من عملاء المصرف .

**ثامناً :** تطوير العروض التشجيعية المقدمة على حسابات الودائع و تطوير الوسائل الترويجية المتبعة لتصبح أكثر فعالية في التعبير عن مميزات وفوائد هذا النوع من الحسابات وخاصة الصفحة الرئيسية للمصرف على الأنترنت أو البروشرات.



## ملخص لمقترحات العملاء حول العوامل التي من شأنها جذب واستقطاب الودائع

- تحرير أسعار الفائدة
- رفع سقف حسابات التوفير
- أهمية إجراء تغييرات مدروسة في سياسة البنك اتجاه العملاء
- إمكانية تحريك الحسابات عن طريق الأنترنت
- الاهتمام بالعميل بغض النظر عن مبلغ الوديعة
- المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع
- الاهتمام بالسمعة والثقة والمصداقية
- جودة التعامل مع العملاء وسرعة وسهولة الإجراءات

## المراجع والمصادر

### المراجع العربية

- 1- اللوزي سليمان أحمد اللوزي - مهدي حسن زويلف - إدارة البنوك - دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع عمان الطبعة الأولى 1997
- 2- الصيرفي محمد الصيرفي - إدارة المصارف- الاسكندرية - دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الاسكندرية 2007
- 3- الحداد عوض بدير - تسويق الخدمات المصرفية كلية الإدارة مصر مكتبة الجامعة بالمعادي 2000
- 4- الصميدعي محمود جاسم - ردينة عثمان - التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي - عمان الأردن دار المناهج للنشر والتوزيع 2005
- 5- الخضري محسن أحمد - التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة الميزات التنافسية في عالم ما بعد الجات -مصر الجديدة إيراك للنشر والتوزيع 1999
- 6- خالد أمين عبد الله د اسماعيل ابراهيم الطراد - إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية- عمان الأردن دار وائل للنشر 2006
- 7- طلعت عبد الحميد - إدارة البنوك التجارية الاستراتيجية والتطبيق- الطبعة السابعة- القاهرة توزيع مكتبة عين شمس شارع النصر الميني 1991
- 8- علي جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الواجهة القانونية، دار النهضة العربية - القاهرة - 1981
- 9- ناجي معلا - أصول التسويق المصرفي نشر بدعم من معهد الدراسات المصرفية عمان الأردن 1994

### الدراسات الأجنبية

1-Kevin Mountford, CEO of PBF Solutions-  
<https://www.bankingtech.com/2016/02/from-challenger-to-winner-how-new-entrant-banks-can-succeed-in-the-uk> 2016

## المواقع الإلكترونية

1. الصفحة الرئيسية لسوق دمشق للأوراق المالية [/http://www.dse.sy](http://www.dse.sy)
2. الصفحة الرئيسية لمصرف سوريا المركزي <http://cb.gov.sy>
3. الصفحة الرئيسية بنك سوريا والمهجر [/http://www.bso.com.sy](http://www.bso.com.sy)
4. الصفحة الرئيسية بنك الشرق سوريا <https://www.bankalsharq.com>
5. الصفحة الرئيسية البنك العربي سوريا [/http://arabbank-syria.sy](http://arabbank-syria.sy)
6. HSBC UK banking [/https://www.hsbc.co.uk](https://www.hsbc.co.uk)
7. Deutsche Bank/ <https://www.deutsche-bank.de>
8. <https://www.investopedia.com>

الملاحق

الاستبانة

HIBA "Higher Institute of Business Administration"



استبانة حول دراسة على العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية

السادة الأكارم

تحية طيبة وبعد

نضع بين أيديكم هذا الاستبانة الخاصة بإعداد بحث يعد كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

بعنوان (دراسة العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية)

نرجو التكرم بالإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال وضع إشارة صح على الخيار الذي يعبر عن رأيكم وتزويد الباحث بهذه الإجابات لثقتنا الغالية بأنها ستغني البحث.

علما أن توجيه الأسئلة هو لغاية البحث العلمي فقط وأن جميع الإجابات ستكون محاطة بالسرية التامة.

شاكرين تعاونكم

هل لديك حساب وديعة أو حساب توفير

○ نعم ○ لا ○

الجنس:

○ ذكر ○ أنثى ○

العمر:

○ أقل من 30 عاما ○ أقل من 55 عاما ○ 55 عاما فما فوق

سنوات التعامل مع المصرف:

○ أقل من سنتين ○ ما بين 2 - 6 سنوات ○ 7 سنوات فما فوق

المهنة:

○ موظفين ○ مهن خاصة ○ تجارة ومشاريع خاصة

الدخل:

○ 150000 فما دون ○ ما بين 150000 ----- 350000 ○ أكثر من 350000

موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق	غير موافق بشدة	تعتبر كل من العوامل التالية عوامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية	
					تمتع المصرف بسمعة عالية	1
					إجراءات الأمان المتبعة في المصرف	2
					الالتزام بالسرية المصرفية	3
					استقرار أسعار صرف العملة المحلية والعملات الأجنبية	4
					تمتع المصرف بثقة عملائه	5
					تمتع المصرف بتاريخ عريق	6
					معدل الفائدة المدفوعة على الودائع	7
					تكاليف فتح حساب الوديعة مقبولة ومتناسبة مع الخدمة المقدمة	8
					عدم تحميل العملاء أي رسوم إضافية عند القيام بتجديد حسابات الودائع	9
					توافق قيم الضرائب المستوفاة على قيمة الفوائد المحققة مع الأنظمة والقوانين النافذة	10
					إمكانية الحصول على فائدة مخفضة على التسهيلات المصرفية والقروض التي يحصل عليها العميل مقابل حسابات الودائع	11
					العمولات المخفضة على الحوالات الواردة كودائع	12
					قبول الودائع بالعملة الوطنية أو بالعملات الأجنبية	13
					تنوع فترات التجميد للودائع	14
					تجديد فترات التجميد للودائع بشكل تلقائي ومن دون الحصول على موافقات إضافية	15
					المرونة المتعلقة بعمليات السحب والإيداع (الفترة الزمنية التي يسمح للعميل فيها سحب أو إضافة الفوائد المحققة أو أي مبالغ أخرى)	16
					المرونة المتعلقة بالسقف الأدنى والأعلى المسموح به لفتح حساب الوديعة	17
					المرونة المتعلقة فيما يخص عمليات التحويل من وإلى حسابات الودائع	18
					السماح للعميل بفتح أكثر من حساب وديعة بعملات واستحقاقات وفترات تجميد مختلفة ضمن الحساب الواحد	19

					سهولة ووضوح وسرعة الإجراءات المتبعة أثناء القيام بعملية فتح حسابات الودائع أو القيام بعمليات السحب والإيداع	20
					قبول الودائع عن طريق الحوالات الواردة من الخارج	21
					تعامل الموظفين اللائق (الترحيب والاستقبال - الاهتمام - المهارة والمعرفة الكاملة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية)	22
					المظهر العام لفروع المصرف وأماكن الانتظار والتجهيزات المتطورة - المستندات والإشعارات التي يحصل عليها العميل - إمكانية الاستعلام الإلكتروني	23
					شعور العميل باهتمام خاص ( الموافقة السريعة - فائدة دائمة مميزة - تجميد لفترات استثنائية - إمكانية السحب والإيداع بشكل استثنائي )	24
					وجود حرص دائم على معالجة المشاكل التي تواجه العميل بشكل سريع وأني	25
					التوزيع الجغرافي الشامل والمناسب لفروع المصرف في أماكن النشاط التجاري والتوزيع السكاني	26
					منح العملاء بطاقة صراف وبطاقة ائتمان	27
					توفر شبكة موسعة من الصرافات الآلية	28
					امتلاك المصرف نظام معلوماتي متطور	29
					تنوع حسابات الودائع وودائع التوفير (ودائع التوفير الموجهة للأطفال والشباب والمتقاعدين )	30
					الخدمات المصرفية المتنوعة المقدمة من قبل المصرف (التسهيلات والقروض وخدمات مبيعات التجزئة المختلفة)	31
					الحصول على خدمات من المصرف مقابل الودائع مثل القروض والتسهيلات المصرفية المختلفة	32
					العروض التشجيعية المقدمة على حسابات الودائع	33
					التوصية الإيجابية التي تتم عن طريق عملاء المصرف	34
					الترويج عن طريق الصفحة الرئيسية على شبكة الإنترنت	35
					الترويج للخدمات المقدمة على حسابات الودائع عبر الدوريات المتخصصة	36
					الترويج عن طريق البروشورات التي تكون موجودة في فروع المصارف او التي يتم توزيعها على العملاء	37

المقترح الذي تود إضافته كعامل جذب واستقطاب للودائع المصرفية