



## أثر العوامل الداخلية للمؤسسات المصرفية في تنمية الودائع المصرفية (دراسة ميدانية على المصرف العراقي في بغداد)

بتول شمران خزعل السعدي

البريد الإلكتروني: [batoolsh20002001@gmail.com](mailto:batoolsh20002001@gmail.com)

أ. هدى علي حبيب الطائي

البريد الإلكتروني: [hodah2416@gmail.com](mailto:hodah2416@gmail.com)

### الملخص

هدفت الدراسة للتعرف على أثر العوامل الداخلية للمؤسسات المصرفية في تنمية الودائع المصرفية، ولهذا الغرض فقد تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، حيث تم اعتماد عينة عشوائية قوامها (248) فرداً، وأُستخدِمَ المنهج الوصفي التحليلي في هذا البحث، وقد تمت معالجة البيانات بواسطة حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ارتباط بيرسون ومعامل الفا كرونباخ للثبات.

وقد اشتملت الدراسة على فرضية رئيسية، وتفرع منها أربع فرضيات فرعية لتحديد اثر العوامل الداخلية للمؤسسات المصرفية في تنمية الودائع المصرفية. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عوامل البيئة الداخلية للمصرف وتنمية الودائع المصرفية، كما تبين وجود أثر لمؤشرات عوامل البيئة الداخلية للمصرف والمتمثلة بالخدمات المصرفية، وسياسة المصرف، وموقع المصرف وسماته المادية، والتعامل حسب الأولويات على تنمية الودائع المصرفية، إضافة إلى ذلك فإن الدراسة توصلت إلى ارتفاع مستوى الخدمات المصرفية بالمصرف العراقي وارتفاع مستوى السياسات المصرفية وايضا موقع المصرف وسماته المادية وارتفاع مستوى التعامل حسب الأولويات.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات منها؛ إقامة الدورات التدريبية في مجال تنمية الودائع المصرفية لضمان رفع كفاءة العاملين بالمصرف في هذا المجال، وإعطاء العاملين بالمصرف الأولوية لمعالجة الأخطاء بشكل ايجابي والحرص على تقديم الخدمات المصرفية للعملاء حسب الأولوية وبدون تمييز بين العملاء.

**الكلمات المفتاحية:** العوامل الداخلية، تنمية الودائع، الخدمات المصرفية، السياسات المصرفية.



# The Impact of Internal Factors of Banking Institutions on the Growth of Bank Deposits (A Field Study on the Bank of Iraq in Baghdad)

**Batoul Shamran Khazal Al-Saadi**  
Email: [batoolsh20002001@gmail.com](mailto:batoolsh20002001@gmail.com)

**Hoda Ali Habib Al-Taie**  
Email: [hodah2416@gmail.com](mailto:hodah2416@gmail.com)

## ABSTRACT

The study aimed to identify the impact of internal factors of banking institutions on the growth of bank deposits. To this end, a questionnaire was used as a tool for collecting data and information. A random sample of (248) individuals was selected. The descriptive analytical approach was employed in this research. The data were processed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), using appropriate statistical methods such as the arithmetic mean, standard deviation, Pearson's correlation, and Cronbach's alpha coefficient for reliability.

The study included a main hypothesis, from which four sub-hypotheses were derived to determine the impact of internal factors of banking institutions on the growth of bank deposits. The study found a statistically significant relationship between the bank's internal environmental factors and the growth of bank deposits. It also demonstrated an impact of the bank's internal environmental factors, represented by banking services, bank policy, bank location and physical characteristics, and dealing according to priorities, on the growth of bank deposits. Furthermore, the study found a high level of banking services at the Iraqi Bank, as well as a high level of banking policies, as well as a high level of banking policies, bank location and physical characteristics, and a high level of dealing according to priorities.

The study concluded with a set of recommendations, including: holding training courses in the field of bank deposit development to ensure increased efficiency of bank employees in this field, giving bank employees priority to addressing errors positively, and ensuring the provision of banking services to customers according to priority and without discrimination between customers.

**Keywords:** Internal factors, deposit development, banking services, banking policies.



## المقدمة

إن المصارف والمؤسسات المالية تعتبر اللبنة الأساسية المهمة في بناء الاقتصاد والأعمال في أي دولة، حيث أن القطاع المصرفي يلعب دوراً كبيراً في عملية التطور الاقتصادي، ويعتبر الأداة التي من خلالها تطبق الدولة نظامها النقدي وسياساتها المالية، ويعطي القطاع المصرفي مؤشراً رئيسياً على حيوية الوضع الاقتصادي في تلك الدولة من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متعددة ومتنوعة، تساعد كثيراً في تنشيط العمليات الاقتصادية والمالية والتجارية.

ويعتبر قبول الودائع والعمل على تنميتها وزيادتها من خلال توظيفها من الخصائص والسمات الأساسية التي تميز المصارف التجارية عن غيرها من المؤسسات المالية الأخرى، حيث تعد الودائع من أهم المصادر الخارجية لأموال المصارف، فهي تلعب دوراً مهماً في استقرار المصارف للقيام بأعمالها من خلال توظيف هذه المصادر لتحقيق الهدف الأساسي وهو تحقيق الأرباح وتعظيمها، كما إن الودائع المصرفية بطبيعتها ديون على المصارف واجبة التسديد، ومن البديهي أن سلامة النظام النقدي إجمالاً يقوم على سلامة أدواته، وأي خطر يهدد هذه الودائع والثقة فيها يشكل تهديداً مباشراً للنظام النقدي، لذلك ظهرت الحاجة إلى وجود آلية تعمل على ضمان الودائع وتوفير حماية للمودعين الذين قد تتعرض ودائعهم للخطر بسبب تعثر المصارف وتوقفها عن الدفع.

## مشكلة البحث

تعد الودائع الشرياني الرئيسي للمصارف بصورة عامة والتجارية بصورة خاصة ونظراً لهذه الأهمية الكبيرة فقد أبدت الجهات العاملة فيها وكذلك الجهات البحثية دوماً على البحث عن السبل التي تكفل التنمية الناجحة لتلك الودائع بما يكفل الوصول إلى المؤشرات الضرورية التي تخدمهم في تحقيق أهداف المصرف من خلال الاهتمام بالعوامل الداخلية للمصرف كالخدمات المصرفية الجيدة واتباع سياسات مصرفية مدروسة بعناية إضافة إلى الاهتمام بالجوانب المادية للمصرف واعتماد التعامل حسب الأولويات. كما إن الارتفاع في حجم الودائع يسهم في زيادة الطاقة الاستثمارية للمصارف ويمكنها في توسيع الفرص الاستثمارية المتعددة، حيث إن توفر المال يسهل إمكانية التوسع في الفرص الاستثمارية ذات العائد الأفضل والمخاطرة الأدنى، وإن التوسع في النشاط المصرفي أو انحساره قد يكون نتيجة الظروف السياسية والاقتصادية والدولية المحيطة بالعراق، إضافة إلى ذلك فإن القرارات الاستثمارات المصرفية في أغلب الأحيان تخضع لتقديرات شخصية ولا تعتمد على قواعد وأسس علمية الأمر الذي يؤدي إلى عدم الدقة والموضوعية، ومن هنا فإن عملية الاستثمار تعد بمثابة مشكلة كبيرة تعاني منها أغلب المصارف التجارية لذا فالأمر يتطلب تنمية جيدة للودائع المصرفية لضمان تعبئة المدخرات وتوجيهها نحو القنوات الاستثمارية المتعددة.

ويمكن تلخيص مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر العوامل الداخلية للمصرف في تنمية الودائع المصرفية؟

## أهداف البحث

ويتمثل الهدف الرئيسي في هذا البحث بالتعرف على اثر العوامل الداخلية للمؤسسات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية من خلال الآتي:

1. التعرف على أثر الخدمات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية.
2. تحديد اثر السياسات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية.
3. التعرف على أثر موقع المصرف وسماته المادية على تنمية الودائع المصرفية.
4. تحديد أثر التعامل حسب الأولويات على تنمية الودائع المصرفية.

## أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في أهمية الموضوع وهو تنمية الودائع المصرفية والذي يمكن أن يسهم إسهاماً فعالاً في تمويل القطاعات الاقتصادية كونها أهم المصادر الخارجية للأموال في المصارف التجارية، فالقطاع المصرفي يعتبر داعماً مهماً للاقتصاد الوطني والذي بدوره يمكن أن يسهم بشكل فعال في البناء الاقتصادي من خلال الدور



الذي يلعبه في تمويل القطاعات الاقتصادية كافة. إضافة إلى ذلك فإن هذا البحث قد يفتح المجال لإجراء دراسات أخرى حول تنمية الودائع المصرفية ورفع مستوى هذه الودائع والذي قد يسهم في تطوير مؤسسات المجتمع لاسيما المصارف لتواكب التحسين والتطوير وتتمكن من التغلب على المشكلات والعقبات التي تعيق تقدمها ونجاحها، ونأمل أن يسهم هذا البحث في أترء المكتبة وخصوصاً في ظل الدراسات التي تناولت إدارة تنمية الودائع نظراً لأهميتها الكبيرة في المصارف.

### فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية: يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية للعوامل الداخلية للمصرف على تنمية الودائع المصرفية بالمصرف العراقي في بغداد.  
ويتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية:  
الفرضية الفرعية الأولى: يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية بالمصرف العراقي في بغداد.  
الفرضية الفرعية الثانية: يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية للسياسات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية بالمصرف العراقي في بغداد.  
الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية لموقع المصرف وسماته المادية على تنمية الودائع المصرفية بالمصرف العراقي في بغداد.  
الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد اثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتعامل حسب الأولويات على تنمية الودائع المصرفية بالمصرف العراقي في بغداد.

### منهج البحث

من أجل القيام بالدراسة وفق الأسس العلمية والتي من شأنها إظهار الحقائق التي تفسر العلاقة بين متغيرات الدراسة فقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف الظاهرة محل الدراسة وهي عوامل البيئة الداخلية الى تنمية الودائع المصرفية.  
أما الجانب التحليلي فسيتم من خلال تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة الرئيسية أي العلاقة بين عوامل البيئة الداخلية وتنمية الودائع المصرفية، حيث سيتم المسح الإحصائي التحليلي للبيانات والمعلومات والجدول والأرقام المتحصل عليها من الدراسة الميدانية عن طريق الاستبيان وهو الأداة الرئيسية لجمع المعلومات، وإخراجها على هيئة أشكال وداول ورسومات بيانية للوصول إلى أدق النتائج والتوصيات التي تخدم الدراسة.  
وأيضاً الاعتماد في الجانب النظري على المعلومات والبيانات من المصادر والمراجع العلمية المتمثلة في الكتب والمجلات والرسائل العلمية والدراسات السابقة وبعض المواقع على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

### حدود البحث:

الحدود الموضوعية: وتتمثل باثر عوامل البيئة الداخلية للمصرف على تنمية الودائع المصرفية.  
الحدود المكانية: وتتمثل بالمصرف العراقي في مدينة بغداد.  
الحدود البشرية: وتتمثل بالعاملين في المصرف العراقي في مدينة بغداد.  
الحدود الزمنية: وتتمثل بالعام الجامعي 2024.

### مصطلحات البحث

**الودائع المصرفية:** هي اتفاق يتم بمقتضاه قيام المودع بدفع مبلغ من النقود بأي من وسائل الدفع ويلتزم بمقتضاه



المصرف برد هذا المبلغ للمودع عند الطلب أو عندما يحل أجل استحقاقه، كما قد يلتزم المصرف بدفع فوائد على قيمة تلك الودائع (عيد، 2017).

**المصرف التجاري:** ويعرف بأنه "نوع من أنواع المؤسسات المالية، التي يذكر نشاطها في قبول الودائع ومنج الائتمان، وأنه منشأة اقتصادية متخصصة تعمل في إدارة الأموال حفظاً وإقراضاً، أو بيعاً وشراءً. فهي مكان التقاء عرض الأموال بالطلب عليها" (حسان، 2007).

**العوامل الداخلية للمصرف:** ويقصد بالعوامل الداخلية هي تلك العوامل التي تؤثر في جذب وتنمية الودائع على مستوى الجهاز المصرفي، والتي يكون للمصرف تأثير مباشر فيها والمتمثلة في (الخدمات المصرفية، السياسة المصرفية، موقع المصرف وسماته المادية، التعامل حسب الأولويات).

### الاطار النظري للبحث

#### مفهوم الودائع المصرفية

تعتبر الودائع المصرفية من حيث الكم إحدى المؤشرات لقياس مدى ثقة الجمهور في المصرف، ونظراً لأهمية الودائع تتنافس المصارف فيما بينها لجذب الزبائن وتحفيزهم على إيداع مدخراتهم حيث تلعب الفوائد الممنوحة للمتعاملين معها دوراً هاماً في عملية كسبهم وتشجيعهم على إيداع مدخراتهم لديها (أسماء بالعربي، 2016).

وتعرف الوديعة لغةً بأنها "ما استودع، وأودع الشيء صانعه، والوديعة واحدة الودائع، (المعجم الوسيط، ص1062). أما تعريف الوديعة اصطلاحاً فهو "المال الذي يودع عند شخص لأجل الحفظ (عبد الفتاح، 1983).

وتعرف الوديعة اصطلاحاً بأنها "المال المدفوع إلى من يحفظه بلا عوض" (بن حسن، 1999، ص30).

#### أهمية الودائع المصرفية:

تشكل الودائع المصرفية خزناً كبيراً من الموارد يجنب عرقلة الاقتصاد بسبب شح الموارد، كما أن ذلك يسهل التسيير النقدي للاقتصاد من وجود توترات نقدية معيقة للنمو المنتظم، من شأنه أن يدفع إلى زرع الثقة في نفوس المتعاملين الاقتصاديين، سواء كانوا منتجين مستهلكين أو مجرد مدخرين، مما يساعد على توفير الظروف الضرورية للازدهار الاقتصادي، وتمثل الودائع أفاقاً لتوظيف أموال البعض وتساهم في تغطية عجز البعض الآخر، وخلق فرص جديدة تسمح بالتوسع في النشاط الاقتصادي من خلال تدفقات مالية مستمرة تساعد على تطور الأعمال (كمال، 2012، ص10).

#### العوامل الداخلية للمؤسسات المصرفية:

وهي العوامل التي لها تأثيراً كبيراً في جذب الودائع المصرفية ومنها:

1. الخدمات المصرفية المتنوعة التي تقدمها المصارف يدفع بعض العملاء المحتملين إلى الدخول في دائرة العملاء الحقيقيين، فالمصارف تهتم كثيراً في الترويج لخدماتها، والاهتمام بالعملاء باعتبارهم سادة السوق وفق المفهوم الحديث للتسويق، وتضع شروطاً في العاملين الذين ترتبط وظائفهم مع العملاء مباشرة من حيث: التعليم والخبرة والتركيب النفسي والتحمل العصبي، بالإضافة إلى ذلك تهتم المصارف بتدريب الكوادر المصرفية وتأهيلها بهدف تقديم أفضل الخدمات لجمهور الزبائن (آل علي، 2000، ص145).

2. السياسات المصرفية المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنواحي الأخرى التي يمارس فيها المصرف نشاطه، فهذه الجوانب تعطي للمتعاملين مع المصرف وغيرهم إمكانية الحكم على كفاءة ومهارة الإدارة فالمصرف الذي تتوافر فيه سيولة مناسبة خاصة في أوقات الأزمات الاقتصادية يعني أن لديه خبرة وتجارب أكثر، وهذه جوانب مهمة تهم المودعين فالتنظيم الجيد والمستقر يعتبر مؤشراً على أن المعاملات تتم بطريقة مرضية وبدقة، فالثقة هي رد فعل لما يجري وهي ما يعني ثقة المودعين في إدارة المصرف، وكذلك الحال لوجود أفراد من خارج المصرف كأعضاء مجلس الإدارة وموظفين وإداريين على مستوى عالٍ من الكفاءة، كل هذه الجوانب تدل على وجود إدارة جيدة، فقد تكون سياسة الإقراض التي يتبعها المصرف أكثر جاذبية للأفراد للتعامل مع المصرف



معين أكثر من غيره ( محمد الفيتوري، 2006، 43).  
3. موقع المصرف وسماته المادية وعدد فروع وانتشاره الجغرافي يسهم في جذب المودعين، وعادة ما تتأثر رغبة الفرد الادخارية في الودائع المصرفية عندما يكون المصرف قريباً من مسكنه أو موقع عمله، أو ربما يتأثر الفرد بجملة عوامل سيكولوجية تجذبه باتجاه التعامل مع فرع المصرف في المنطقة التي يكون فيها، كما إن السمات المادية التي يتصف به المصرف من الناحيتين المادية والشخصية، والتي تكسبه شهرة وسمعة جيدة لدى المتعاملين معه، فالعملاء يفضلون التعامل مع المصارف محل الثقة والتي يعمل فيها عاملون أكفاء حتى يمكنهم إيداع أموالهم وتركها وهم مطمئنون (الزبيدي، 2000، 167).  
4. التعامل حسب الأولويات في تنظيم المطلوبات الحالية، مثل الديون ذات الأجل القصير على حسابات متنوعة، والمصاريف المستحقة التي تشكل بنوداً مالية مثل رواتب الموظفين أو قيمة الضرائب المفروضة على العمل، وأيضاً تساهم بتحديد الديون طويلة الأجل كالقروض، وغيرها.

### أنواع الودائع المصرفية

هناك العديد من الأنواع المختلفة للودائع المصرفية، وكل منها يختلف عن الآخر حسب خصائصه ومميزاته، ويمكن تصنيف الودائع حسب الزمن إلى أربعة أصناف:

1. الودائع لأجل: يتم قبول فتح الودائع لأجل بالعملة المحلية أو بالعملة الأجنبية لدى المصارف التجارية، ويتم تجميد الودائع لفترات مختلفة وبمعدلات فائدة محددة بحسب الإجراءات ووفقاً للقوانين والقرارات الصادرة من المصرف. ويسمح 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، وغالباً يتم تجديد الودائع بشكل تلقائي أو تعديل فترة التجميد بحسب السياسات المتبعة لدى المصرف، ويتم تجميد الودائع لفترات شهرية متعددة أو سنوية أو أكثر كما يتم كسر الوديعة في حال أراد العميل سحب أي مبلغ قبل استحقاق الوديعة وتحويل المبلغ على الحساب الجاري وتختلف الإجراءات تبعاً لكل مصرف، ويتم تحويل مبلغ الوديعة إلى الحساب الجاري في حال أصبح المبلغ أقل من الحد الأدنى المسموح به ويتم إقفال حساب الوديعة، كما يعود للمصرف تحديد الحد الأدنى لفتح حساب الوديعة (مرشد، 2018، 13).

2. شهادات الإيداع: وهي شهادة لوديعة لدى مصرف تجاري بمبلغ ثابت ولفترة زمنية محددة وبمعدل فائدة محدد، وهي وديعة اسمية أو لحاملها، وعادة تكون بمبالغ كبيرة نسبياً، وفوائد هذه الشهادات معفاة من الضرائب (عبد الحميد، 1990، 79).

3. ودائع التوفير: 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 ودفتر التوفير وبحضور صاحب الحساب شخصياً ولا تستعمل الشيكات في السحب على هذا الحساب (مرشد، 2018، 15).

4. الودائع الجارية: وهي عبارة عن عقد بين المصرف والمودع بموجبه تتحول الحقوق النقدية إلى عناصر حسابية ينتج عن تسويتها رصيد دائن لصالح المودع، يكون مستحق الأداء في نهاية المدة المتفق عليها أو في نهاية العمل اليومي، فهذا الحساب في حركة مستمرة ما بين الزيادة والنقصان وفقاً لما يطرأ عليه من قيود تغير في حالته، ويطلق على الودائع الجارية أو الودائع تحت الطلب أيضاً بالودائع الممكن سحبها بشيك، وهي من أقدم المنتجات المصرفية التي اهتمت بتقديمها المصارف التجارية، ومضمون هذه الودائع هي التي يحق لصاحبها السحب منها في أي وقت يشاء، ويحتفظ الناس عادة بهذه النوعية من الودائع لدى المصارف التجارية (الفيتوري، 2006، 57).



### الإطار العملي للبحث

#### أداة جمع البيانات اللازمة للدراسة:

تم استخدام الاستبيان لتحقيق أهداف الدراسة للتعرف على اثر على أثر المحددات الداخلية على تنمية الودائع المصرفية في المصرف العراقي في بغداد، فقامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان واشتملت على البيانات الشخصية للمستهدفين والمتمثلة بالمؤهل العلمي، والخبرة في العمل المصرفي، والتخصص والمسمى الوظيفي، كما اشتمل الاستبيان على عدة محاور :-

أولاً: المتغير المستقل (عوامل البيئة الداخلية)، وتكون من المحاور الآتية:

المحور الأول: الخدمات المصرفية، وتكون المحور من (8) عبارات.

المحور الثاني: السياسات الاستراتيجية المصرفية، وتكون المحور من (7) عبارات.

المحور الثالث: موقع المصرف وسماته المادية، وتكون المحور من (8) عبارات.

المحور الرابع: التعامل حسب الاولويات، وتكون المحور من (7) عبارات.

ثانياً: المتغير التابع (تنمية الودائع المصرفية) وتكون المحور من (10) عبارات.

وتكون الاستبيان من (40) عبارة، ما عدا البيانات الشخصية.

#### التحليل الإحصائي ومعالجة البيانات

استخدمت الباحثة الترميز الرقمي في ترميز إجابات أفراد المجتمع للإجابات المتعلقة بالمقياس الخماسي حيث تم إعطاء درجة واحدة للإجابة (غير موافق بشدة) ودرجتان للإجابة غير موافق، وثلاث درجات للإجابة (موافق إلى حد ما) وأربع درجات للإجابة (موافق)، وخمس درجات للإجابة موافق بشدة، وقد تم تحديد درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات الاستبيان ولكل محور من مقارنة قيمة متوسط الاستجابة المرجح مع طول فئة المقياس الخماسي، وحسب طول فئة المقياس من خارج قسمة (2) على (3).

جدول (1) ترميز بدائل الاجابة وطول فئة تحديد اتجاه الاجابة

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
الترميز	1	2	3	4	5
طول الفئة	1 إلى أقل من 1.8	1.8 إلى أقل من 2.6	2.6 إلى أقل من 3.4	3.4 إلى أقل من 4.2	4.2 إلى 5
درجة الموافقة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جداً



- أساليب التحليل الإحصائي للبيانات:**
- من أجل وصف أي ظاهرة من حيث القيمة التي تتوسط القيم أو التعرف على تجانس هذه القيم والبحث عن القيم الشاذة فالأمر يتطلب عرض بعض المقاييس الإحصائية التي يمكن من خلالها التعرف على خصائص الظاهرة محل البحث، ومن أهم هذه المقاييس مقاييس النزعة المركزية والتشتت، وقد تم استخدام الآتي :
- **التوزيعات التكرارية:** لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليه كل إجابة، منسوبا إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة ويعطي صورة أولية عن إجابة أفراد مجتمع الدراسة على العبارات المختلفة.
  - **المتوسط الحسابي المرجح:** لتحديد اتجاه الإجابة لكل فقرة من فقرات المقياس وفق مقياس التدرج الثلاثي.
  - **الانحراف المعياري:** يستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
  - **معامل الارتباط:** لتحديد العلاقة بين كل محور من محاور الاستبيان وإجمالي الاستبيان.
  - **معامل الفا كرونباخ:** لتحديد الثبات في أداة الدراسة (الاستبيان).
  - **تباين الانحدار:** لتحديد أثر المتغيرات المستقلة (عوامل البيئة الداخلية) على المتغير التابع (نمية الودائع المصرفية)
- صدق فقرات الاستبيان :** وتم ذلك من خلال
- أولاً: استطلاع آراء المحكمين**
- حيث إن استطلاع آراء المحكمين يعد من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وإن أفضل طريقة لقياس الصدق هو الصدق الظاهري والذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها. وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً من خلال عرض الفقرات على مجموعة من المحكمين المتخصصين، وقد تم الأخذ في نظر الاعتبار جميع الملاحظات التي قدمت من قبل المحكمين.



ثانياً: صدق الاتساق الداخلي  
أ. الخدمات المصرفية

جدول (2) معاملات الارتباط بين عبارات محور الخدمات المصرفية وإجمالي المحور

ت	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	تستجيب إدارة المصرف بشكل سريع لشكاوي العملاء واستفساراتهم	**0.582	0.000
2	تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت مثل البطاقات الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية، والنقود الإلكترونية	**0.678	0.000
3	يلتزم العاملون في المصرف بتنفيذ الخدمات للعملاء بالأوقات المحددة	**0.656	0.000
4	يهتم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء بشكل صحيح دون تأخير لزيادة ودائعه	**0.767	0.000
5	يوظف المصرف خبرات مميزة للاعتماد عليهم في تقديم الخدمات بجودة عالية لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء	**0.73	0.000
6	تتم مراعاة الدقة في إعلام العملاء بموعد تقديم الخدمات	**0.717	0.000
7	يعطي المصرف صورة ناصعة للخدمات المصرفية بالرد الفوري للحالات الطارئة للعملاء	**0.748	0.000
8	تحرص إدارة المصرف والموظفين على أن تكون ساعات العمل ملائمة لجميع العملاء	**0.692	0.000

\*\* القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (2) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائية وتشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عبارات محور الخدمات المصرفية وإجمالي المحور وتثبت صدق الاتساق الداخلي لهذا المحور.

ب. السياسات المصرفية

جدول (3) معاملات الارتباط بين عبارات محور السياسات المصرفية وإجمالي المحور

ت	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	تخطط إدارة المصرف إلى بناء وتكوين هيكل المجتمع على الوعي المصرفي والادخاري	**0.642	0.000
2	يقوم المصرف بدراسات معمقة لطبيعة وخصائص الزبائن واحتياجاتهم وبشكل يهدف إلى جذب زبائن جدد	**0.724	0.000
3	تخطط الإدارة إلى استحداث أنواع جديدة من الودائع لجذب العملاء	**0.817	0.000
4	تعمل الإدارة على استقطاب أفضل العناصر المناسبة للعمل في تقديم الخدمات الإلكترونية	**0.795	0.000
5	يفتح المصرف قنوات اتصال داخلية وعن بُعد لسهولة الاتصال بالعملاء وجذب الودائع	**0.738	0.000
6	تركز الإستراتيجية المتبعة على تقديم تشكيلة معينة من المنتجات في المناطق الجغرافية التي تتمكن من تقديم خدماتها بكفاءة وبكلف منخفضة	**0.575	0.000



0.000	**0.694	7	تحرص إدارة المصرف وموظفيها على استطلاع احتياجات العملاء لتحقيق رضاهم
-------	---------	---	----------------------------------------------------------------------

\*\* القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (3) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً وتشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عبارات محور السياسات المصرفية وإجمالي المحور وتثبت صدق الاتساق الداخلي لهذا المحور.

ت. موقع المصرف وسماته المادية

جدول (4) معاملات الارتباط بين عبارات محور موقع المصرف وسماته المادية وإجمالي المحور

ت	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	الموقع الجغرافي للمصرف ملائم، ويمكن الوصول إليه بسهولة، وتتوفر لديه مواقف للسيارات	**0.574	0.000
2	يناسب المظهر العام للمصرف طبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء	**0.694	0.000
3	يتسم العاملون في المصرف باللطافة والابتسام عند استقبالهم للعملاء والتعامل معهم	**0.676	0.000
4	يتم تحديث بنية الفروع والمكاتب القديمة لجذب العملاء	**0.775	0.000
5	يتمتع موظفو المصرف بالمظهر الحسن الذي يجذب العملاء	**0.784	0.000
6	يتوفر لدى المصرف لوحات إرشادية إلكترونية لتسريع خدمة العميل	**0.747	0.000
7	تعد الصالات صحية ومريحة للانتظار وجاذبة للعملاء	**0.764	0.000
8	تتوافر الحماية المادية للأجهزة والشبكات مثل الحراس وكاميرات المراقبة لحماية مدخرات العملاء	**0.694	0.006

\*\* القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (4) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً وتشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عبارات محور موقع المصرف وسماته المادية وإجمالي المحور وتثبت صدق الاتساق الداخلي لهذا المحور.

ث. التعامل حسب الأولويات

جدول (5) معاملات الارتباط بين عبارات محور التعامل حسب الأولويات وإجمالي المحور

ت	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة أولوياتها	**0.769	0.000
2	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	**0.74	0.000



0.000	**0.824	يقدم الموظفين الخدمة للعملاء حسب الأولوية ودون التمييز بينهم	3
0.000	**0.751	يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء فيما يخص خدماته	4
0.000	**0.725	يحرص المصرف على إقامة دورات تدريبية مستمرة لموظفيه	5
0.000	**0.804	تعطي الإدارة والموظفين الأولوية لمعالجة الأخطاء بشكل ايجابي وبدون إحراج	6
0.000	**0.733	يهتم المصرف اهتمام خاص بالعملاء من كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة	7

\*\* القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (5) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً وتشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عبارات محور التعامل حسب الأولويات وإجمالي المحور وثبتت صدق الاتساق الداخلي لهذا المحور.

### ج. تنمية الودائع المصرفية

جدول (6) معاملات الارتباط بين عبارات محور تنمية الودائع المصرفية وإجمالي المحور

ت	الفقرة	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	يتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية.	**0.76	0.000
2	يعتمد المصرف على مبدأ تطوير واستحداث خدمات مصرفية مميزة كضرورة للأداء المصرفي الأمثل.	**0.746	0.000
3	تقدم إدارة المصرف أسعاراً مميزة لخدمة كبار العملاء.	**0.75	0.000
4	تسعى إدارة المصرف على إجراء بحوث عن أفضل أسعار تقديم خدماته.	**0.8	0.000
5	يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليا بعد دراسته مع المتخصصين بالمصرف.	**0.802	0.000
6	يقدم المصرف ميزة نسبية لعملائه عند حصوله على الخدمات المصرفية.	**0.762	0.000
7	بعد نشاط تحصيل مستحقات المودعين من الأهداف التي تسعى إدارة المصرف لتحقيقها.	**0.782	0.000
8	تسعى إدارة المصرف باستمرار إلى استحداث أنواع جديدة من الودائع تتناسب مع احتياجات بعض العملاء.	**0.6	0.000
9	تحرص إدارة المصرف على استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية والوسائل التقنية لتقديم خدمات مصرفية بسعر تنافسي.	**0.635	0.000
10	تقديم الخدمات المصرفية في ظل المنافسة الحادة بين المصارف قد يؤدي إلى تقليص الأرباح.	**0.645	0.000

\*\* القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.01)

لقد بينت النتائج في الجدول (6) أن قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من 0.05 وهي دالة إحصائياً وتشير إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عبارات محور تنمية الودائع المصرفية وإجمالي المحور وثبتت صدق الاتساق الداخلي لهذا المحور.



## ثالثاً: صدق الاتساق البنائي لمحاور الدراسة

جدول (7) معامل الارتباط بين محاور الدراسة وإجمالي الاستبيان

ت	المحور	عدد الفقرات	معامل الارتباط	قيمة الدلالة الإحصائية
1	الخدمات المصرفية	8	**0.506	0.000
2	السياسات المصرفية	7	**0.752	0.000
3	موقع المصرف وسماته المادية	8	**0.851	0.000
4	التعامل حسب الاولويات	7	**0.833	0.000
5	تنمية الودائع المصرفية	10	**0.852	0.000

\*\* القيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01

لقد بينت النتائج في الجدول (7) أن قيم معامل الارتباط بين إجمالي الاستبيان ومحاور الدراسة تراوحت ما بين (0.506) إلى (0.851)، وكانت قيم الدلالة الإحصائية دالة إحصائياً حيث كانت قيم الدلالة الإحصائية جميعها أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان.

## الثبوتات (معامل الفا كرونباخ):

وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الأفراد أنفسهم، وتم حساب الثبات بطريقة معامل ألفا كرونباخ حيث إن معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في أغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، وأن قيمة معامل ألفا للثبات تعد مقبولة إذا كانت (0.6) وأقل من ذلك تكون منخفضة<sup>(1)</sup>، ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام استمارات البالغ عددها (338) استمارة، وقد بينت النتائج في الجدول (11) أن قيم معامل ألفا لثبات محاور الدراسة تراوحت ما بين (0.646) إلى (0.853)، ولإجمالي الاستبيان (0.946)، وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث ويمكن الاعتماد عليها في تعميم النتائج.

جدول (8) يوضح معامل الفا كرونباخ للثبات

ت	المحور	عدد الفقرات	معامل الفا
1	الخدمات المصرفية	8	0.848
2	السياسات المصرفية	7	0.837
3	موقع المصرف وسماته المادية	8	0.862
4	التعامل حسب الاولويات	7	0.881
5	تنمية الودائع المصرفية	10	0.902
	إجمالي الاستبيان	40	0.942

(<sup>1</sup>)Uma Sekaran : Research Methods For Business, A Skill - Building Approach, Fourth Edition, Southern Illinois University at Carbondale, 2003, p311



## مجتمع وعينة البحث:

يتمثل المجتمع بالموظفين العاملين في المصرف العراقي في بغداد والبالغ عددهم (680) فرداً، وقد تم اعتماد عينة عشوائية بسيطة تم حسابها من معادلة كريسي الرياضية التالية (Krejcie 1970, P607):

$$n = \frac{X^2 N P(1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P(1-P)}$$

$$\frac{3.841 * 680 * 0.5 (1-0.5)}{0.05^2 (680-1) + 3.841 * 0.5 (1-0.5)} \cong 246$$

حيث إن n يمثل حجم العينة،  $X^2$  قيمة  $\chi^2$  الجدولية لمستوى المعنوية، N حجم المجتمع، P ترمز إلى تقدير نسبة أفراد المجتمع الذين يملكون الخاصية المدروسة، d الدقة المطلوبة للنسبة. أي أن حجم العينة المطلوب يجب أن لا يقل عن (246) فرداً، ولضمان الحصول على العدد المطلوب تم توزيع (250) استبانة واسترد منها (248) استبانة صالحة للتحليل وكما مبين في الجدول رقم (9).

جدول رقم (9) الاستثمارات الموزعة على المستهدفين في المصرف العراقي

عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات الغير مستردة	نسبة الاستثمارات الغير مستردة	عدد الاستثمارات الغير صالحة	نسبة الاستثمارات الغير صالحة	عدد الاستثمارات الصالحة	نسبة الاستثمارات الصالحة
250	1	%0.4	1	%0.4	248	%99.2

## عرض وتحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة:

أولاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية

جدول (10) توزيع المستهدفين حسب البيانات الشخصية

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %	أقل من جامعي	جامعي	ماجستير	دكتوراه	المجموع
	65	26.2		160	19	4	
الخبرة	أقل من 5	12.5	5 إلى أقل من 10	10 إلى أقل من 15	15 سنة فأكثر	المجموع	
	31	12.5	34	89	94	248	
التخصص	إدارة مالية	31.5	إدارة أعمال	محاسبة	اقتصاد	أخرى	المجموع
	78	31.5	30	47	31	62	248
الوظيفة	مدير مكتب	0.4	رئيس قسم	موظف إداري	أخرى	المجموع	
	1	0.4	15	154	78	248	
			6	62.1	31.5	%100	



بينت النتائج في الجدول (10) أن (65) مستهدفاً وما نسبته (26.2%) كانت مؤهلاتهم أقل من الجامعية، و(160) مستهدفاً وما نسبته (64.5%) يحملوا المؤهلات الجامعية (البكالوريوس)، و(19) مستهدفاً وما نسبته (7.7%) يحملوا مؤهلات الماجستير، و(4) مستهدفين وما نسبته (1.6%) يحملوا مؤهل الاجازة الدقيقة (الدكتوراه). أما بالنسبة للخبرة فقد تبين إن (31) مستهدفاً وما نسبته (12.5%) كانت خبرتهم أقل من 5 سنوات، و(34) مستهدفاً وما نسبته (13.7%) تراوحت خبرتهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات، و(89) مستهدفاً وما نسبته (35.9%) كانت خبرتهم 10 إلى أقل من 15 سنة، و(94) مستهدفاً وما نسبته (37.9%) كانت خبرتهم 15 سنة فأكثر. وفيما يتعلق بالتخصص؛ فقد تبين إن (78) مستهدفاً وما نسبته (31.5%) متخصصين في الإدارة المالية، و(30) مستهدفاً وما نسبته (12.1%) متخصصين في إدارة الأعمال، و(47) مستهدفاً وما نسبته (19%) متخصصين في المحاسبة، و(31) مستهدفاً وما نسبته (12.5%) متخصصين في الاقتصاد، و(62) مستهدفاً وما نسبته (25%) كانت لهم تخصصات أخرى غير التي تم ذكرها، أما فيما يتعلق بالوظيفة؛ فقد تبين إن مستهدفاً واحداً وما نسبته (0.4%) كان مدير مكتباً، و(15) مستهدفاً وما نسبته (6%) كانوا رؤساء أقسام، و(154) مستهدفاً وما نسبته (62.1%) كانوا موظفين إداريين، و(78) مستهدفاً وما نسبته (31.5%) كانت لهم وظائف أخرى.

#### ثانياً: الوصف الإحصائي لمحاوَر الدراسة وفق إجابات المبحوثين

لتحديد اتجاه الإجابة لكل عبارة من عبارات المحور وإجمالي المحور، سيتم الاعتماد على طول خلايا المقياس الخماسي، حيث تتم مقارنة قيمة متوسط الاستجابة المرجح مع طول خلايا المقياس المبينة في الجدول رقم (1)، وفقاً للآتي :-

إذا كانت قيمة متوسط الاستجابة ضمن الفترة (1 إلى أقل من 1.8) تكون درجة الموافقة منخفضة جداً، وتكون درجة الموافقة منخفضة إذا كانت قيمة المتوسط ضمن الفئة (1.8 إلى أقل من 2.6)، وتكون درجة الموافقة متوسطة إذا كانت قيمة متوسط الاستجابة ضمن الفترة (2.6 إلى أقل من 3.4) وتكون درجة الموافقة مرتفعة إذا كانت قيمة المتوسط ضمن الفترة (3.4 إلى أقل من 4.2)، وتكون درجة الموافقة مرتفعة جداً إذا كانت قيمة متوسط الاستجابة ضمن الفئة (4.2 إلى 5).

#### المتغير المستقل (البيئة الداخلية) أ. الخدمات المصرفية

جدول (11) يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمحور الخدمات المصرفية

ت	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تستجيب إدارة المصرف بشكل سريع لشكاوي العملاء واستفساراتهم	25	23	56	84	3.53	1.237	مرتفعة
		10.1%	9.3%	22.6%	33.9%	24.2%		
2	تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت مثل البطاقات الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية، والنقود الإلكترونية	18	23	57	81	3.65	1.188	مرتفعة
		7.3%	9.3%	23.0%	32.7%	27.8%		
3	يلتزم العاملون في المصرف بتنفيذ الخدمات للعملاء بالآوقات المحددة	15	19	72	95	3.58	1.07	مرتفعة
		6.0%	7.7%	29.0%	38.3%	19.0%		
4	يهتم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء بشكل صحيح دون تأخير لزيادة ودائعه	24	29	71	65	3.43	1.241	مرتفعة
		9.7%	11.7%	28.6%	26.2%	23.8%		
5	يوظف المصرف خبرات مميزة للاعتماد عليهم في تقديم الخدمات بجودة عالية	31	41	60	67	3.25	1.292	متوسطة



ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء	12.5	16.5	24.2	27.0	19.8			
6	تتم مراعاة الدقة في إعلام العملاء بموعد تقديم الخدمات	19	35	38	89	67	3.6	1.238	مرتفعة
		7.7	14.1	15.3	35.9	27.0			
7	يعطي المصرف صورة ناصعة للخدمات المصرفية بالرد الفوري للحالات الطارئة للعملاء	17	29	57	92	53	3.54	1.162	مرتفعة
		6.9	11.7	23.0	37.1	21.4			
8	تحرص إدارة المصرف والموظفين على أن تكون ساعات العمل ملائمة لجميع العملاء	14	42	69	70	53	3.43	1.164	مرتفعة
		5.6	16.9	27.8	28.2	21.4			
	أجمالي محور الخدمات المصرفية						3.5	0.835	مرتفع

من الجدول (11) تبين إن قيم متوسطات المحور تراوحت من (3.25) إلى (3.65)، وتبين إن عبارة واحدة من عبارات المحور وهي " يوظف المصرف خبرات مميزة للاعتماد عليهم في تقديم الخدمات بجودة عالية لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء" كانت قيمة متوسطها (3.25) وتشير إلى إن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت متوسطة، وإن باقي العبارات كانت درجة الموافقة عليها مرتفعة. كما تبين إن قيمة المتوسط لإجمالي المحور " الخدمات المصرفية" (3.5) ويقع ضمن الفئة (3.4 إلى أقل من 4.2) وتشير إلى إن مستوى الخدمات المصرفية بالمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

#### ب. السياسات المصرفية

جدول (12) يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمحور السياسات المصرفية

ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تخطط إدارة المصرف إلى بناء وتكوين هيكل المجتمع على الوعي المصرفي والادخاري	24	24	58	86	56	3.51	1.217	مرتفعة
		9.7	9.7	23.4	34.7	22.6			
2	يقوم المصرف بدراسات معمقة لطبيعة وخصائص الزبائن واحتياجاتهم وبشكل يهدف إلى جذب زبائن جدد	27	26	48	88	59	3.51	1.263	مرتفعة
		10.9	10.5	19.4	35.5	23.8			
3	تخطط الإدارة إلى استحداث أنواع جديدة من الودائع لجذب العملاء	27	26	50	84	61	3.51	1.269	مرتفعة
		10.9	10.5	20.2	33.9	24.6			
4	تعمل الإدارة على استقطاب أفضل العناصر المناسبة للعمل في تقديم الخدمات الإلكترونية	30	39	57	77	45	3.27	1.268	متوسطة
		12.1	15.7	23.0	31.0	18.1			
5	يفتح المصرف قنوات اتصال داخلية وعن بُعد لسهولة الاتصال بالعملاء وجذب الودائع	13	14	58	88	75	3.8	1.095	مرتفعة
		5.2	5.6	23.4	35.5	30.2			



ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
6	تركز الإستراتيجية المتبعة على تقديم تشكيلة معينة من المنتجات في المناطق الجغرافية التي تتمكن من تقديم خدماتها بكفاءة وبكف منخفضة	26	17	44	89	72	3.66	1.256	مرتفعة
		10.5%	6.9	17.7	35.9	29.0			
7	تحرص إدارة المصرف وموظفيها على استطلاع احتياجات العملاء لتحقيق رضاهم	24	20	45	86	73	3.66	1.249	مرتفعة
		9.7%	8.1	18.1	34.7	29.4			
	أجمالي محور السياسات المصرفية						3.56	0.877	مرتفع

من الجدول (12) تبين إن قيم متوسطات المحور تراوحت من (3.27) إلى (3.8)، وتبين إن عبارة واحدة من عبارات المحور وهي " تعمل الإدارة على استقطاب أفضل العناصر المناسبة للعمل في تقديم الخدمات الإلكترونية" كانت قيمة متوسطها (3.27) وتشير إلى إن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت متوسطة، وإن باقي العبارات كانت درجة الموافقة عليها مرتفعة. كما تبين إن قيمة المتوسط لإجمالي المحور " السياسات المصرفية" (3.56) ويقع ضمن الفئة (3.4 إلى أقل من 4.2) وتشير إلى إن مستوى السياسات المصرفية بالمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

#### ح. موقع المصرف وسماته المادية

جدول (13) يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمحور موقع المصرف وسماته المادية

ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	الموقع الجغرافي للمصرف ملائم، ويمكن الوصول إليه بسهولة، وتتوفر لديه مواقف للسيارات	25	19	58	78	68	3.58	1.247	مرتفعة
		10.1%	7.7	23.4	31.5	27.4			
2	يناسب المظهر العام للمصرف طبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء	20	17	62	77	72	3.66	1.196	مرتفعة
		8.1%	6.9	25.0	31.0	29.0			
3	يتسم العاملون في المصرف باللطافة والابتناسامة عند استقبالهم للعملاء والتعامل معهم	14	14	72	97	51	3.63	1.049	مرتفعة
		5.6%	5.6	29.0	39.1	20.6			
4	يتم تحديث بنية الفروع والمكاتب القديمة لجذب العملاء	24	24	70	66	64	3.49	1.244	مرتفعة
		9.7%	9.7	28.2	26.6	25.8			
5	يتمتع موظفو المصرف بالمظهر الحسن الذي يجذب العملاء	33	37	63	64	51	3.25	1.306	متوسطة
		13.3%	14.9	25.4	25.8	20.6			
6	يتوفر لدى المصرف لوحات إرشادية إلكترونية لتسريع خدمة العميل	25	28	34	90	71	3.62	1.283	مرتفعة
		10.1%	11.3	13.7	36.3	28.6			
7	تعد الصالات صحية ومريحة للانتظار وجذابة للعملاء	17	24	57	92	58	3.6	1.149	مرتفعة
		6.9%	9.7	23.0	37.1	23.4			



ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
8	تتوافر الحماية المادية للأجهزة والشبكات مثل الحراس وكاميرات المراقبة لحماية مدخرات العملاء	ك	13	37	68	72	58	1.158	مرتفعة
		%	5.2	14.9	27.4	29.0	23.4		
	أجمالي محور موقع المصرف وسماته المادية						3.54	0.86	مرتفع

من الجدول (13) تبين إن قيم متوسطات المحور تراوحت من (3.25) إلى (3.65)، وتبين إن عبارة واحدة من عبارات المحور وهي "يتمتع موظفو المصرف بالمظهر الحسن الذي يجذب العملاء" كانت قيمة متوسطها (3.25) وتشير إلى إن درجة الموافقة على هذه العبارة كانت متوسطة، وإن باقي العبارات كانت درجة الموافقة عليها مرتفعة. كما تبين إن قيمة المتوسط لإجمالي المحور "موقع المصرف وسماته المادية" (3.54) ويقع ضمن الفئة (3.4 إلى أقل من 4.2) وتشير إلى إن مستوى موقع المصرف وسماته المادية للمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

#### د. التعامل حسب الأولويات

جدول (14) يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمحور التعامل حسب الأولويات المادية

ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة أولوياتها	ك	25	32	56	80	55	1.248	مرتفعة
		%	10.1	12.9	22.6	32.3	22.2		
2	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	ك	22	30	53	78	65	1.246	مرتفعة
		%	8.9	12.1	21.4	31.5	26.2		
3	يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب الأولوية ودون التمييز بينهم	ك	34	41	58	63	52	1.326	متوسطة
		%	13.7	16.5	23.4	25.4	21.0		
4	يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء فيما يخص خدماته	ك	31	38	48	72	59	1.331	مرتفعة
		%	12.5	15.3	19.4	29.0	23.8		
5	يحرص المصرف على إقامة دورات تدريبية مستمرة لموظفيه	ك	18	29	50	88	63	1.193	متوسطة
		%	7.3	11.7	20.2	35.5	25.4		
6	تعطي الإدارة والموظفون الأولوية لمعالجة الأخطاء بشكل إيجابي وبدون إحراج	ك	29	39	59	71	50	1.279	متوسطة
		%	11.7	15.7	23.8	28.6	20.2		
7	يهتم المصرف اهتمام خاص بالعملاء من كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة	ك	18	28	55	86	61	1.184	مرتفعة
		%	7.3	11.3	22.2	34.7	24.6		
	أجمالي محور التعامل حسب الأولويات						3.44	0.962	مرتفع

من الجدول (14) تبين إن قيم متوسطات المحور تراوحت من (3.23) إلى (3.6)، وتبين إن (3) عبارات من عبارات المحور كانت درجة الموافقة عليها متوسطة و(4) عبارات المحور كانت درجة الموافقة عليها مرتفعة.



كما تبين إن قيمة المتوسط لإجمالي المحور " التعامل حسب الاولويات" (3.44) ويقع ضمن الفئة (3.4) إلى أقل من (4.2) وتشير إلى إن مستوى التعامل حسب الاولويات بالمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

### إجمالي عوامل البيئة الداخلية

جدول (15) نتائج التحليل الوصفي لإجمالي عوامل البيئة الداخلية

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى عوامل البيئة الداخلية
العلاقات العامة	3.56	0.738	مرتفع

ولتحديد مستوى عوامل البيئة الداخلية بالمصرف قيد الدراسة والمتمثلة بـ (الخدمات المصرفية، السياسات المصرفية، وموقع المصرف وسماته المادية، والتعامل حسب الاولويات)، فإن النتائج في الجدول رقم (15) بينت أن متوسط الاستجابة لإجمالي عوامل البيئة الداخلية يساوي (3.56) ويقع ضمن الفئة (3.4) إلى أقل من (4.2) لذا فإن مستوى عوامل البيئة الداخلية بالمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

### المتغير التابع (تنمية الودائع المصرفية)

جدول (16) يوضح التوزيعات التكرارية ونتائج التحليل الوصفي لمحور تنمية الودائع المصرفية

ت	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	يتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية.	29	20	68	80	51	3.42	1.234	مرتفعة
		11.7	8.1	27.4	32.3	20.6			
2	يعتمد المصرف على مبدأ تطوير واستحداث خدمات مصرفية مميزة كضرورة للأداء المصرفي الأمثل.	28	19	56	76	69	3.56	1.281	مرتفعة
		11.3	7.7	22.6	30.6	27.8			
3	تقدم إدارة المصرف أسعاراً مميزة لخدمة كبار العملاء.	21	16	42	95	74	3.75	1.195	مرتفعة
		8.5	6.5	16.9	38.3	29.8			
4	تسعى إدارة المصرف على اجراء بحوث عن أفضل أسعار تقديم خدماته.	17	14	62	84	71	3.72	1.142	مرتفعة
		6.9	5.6	25.0	33.9	28.6			
5	يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الادارة العليا بعد دراسته مع المتخصصين بالمصرف.	27	17	63	83	58	3.52	1.23	مرتفعة
		10.9	6.9	25.4	33.5	23.4			
6	يقدم المصرف ميزة نسبية لعملائه عند حصوله على الخدمات المصرفية.	21	22	59	83	63	3.58	1.201	مرتفعة
		8.5	8.9	23.8	33.5	25.4			
7	يعد نشاط تحصيل مستحقات المودعين من الأهداف التي تسعى إدارة المصرف لتحقيقها.	33	21	60	70	64	3.45	1.318	مرتفعة
		13.3	8.5	24.2	28.2	25.8			
8	تسعى إدارة المصرف باستمرار إلى	21	10	44	90	83	3.82	1.187	مرتفعة



ت	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	استحداث أنواع جديدة من الودائع تتناسب مع احتياجات بعض العملاء.	8.5	4.0	17.7	36.3	33.5			
9	تحرص إدارة المصرف على استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية والوسائل التقنية لتقديم خدمات مصرفية بسرعة تنافسية.	10	14	30	136	58	3.88	0.966	مرتفعة
		4.0	5.6	12.1	54.8	23.4			
10	تقديم الخدمات المصرفية في ظل المنافسة الحادة بين المصارف قد يؤدي إلى تقليص الأرباح.	16	25	42	103	62	3.69	1.144	مرتفعة
		6.5	10.1	16.9	41.5	25.0			
	أجمالي محور تنمية الودائع المصرفية						3.64	0.87	مرتفع

من الجدول (16) تبين إن قيم متوسطات المحور تراوحت من (3.42) إلى (3.88)، وتبين إن عبارات المحور كانت قيم متوسطاتها تقع ضمن الفئة (3.4 إلى أقل من 4.2) لذا فإن درجة الموافقة على جميع العبارات كانت مرتفعة، كما تبين إن قيمة المتوسط لإجمالي المحور "تنمية الودائع المصرفية" (3.64) ويقع ضمن الفئة (3.4 إلى أقل من 4.2) لذا فإن مستوى تنمية الودائع المصرفية بالمصرف قيد الدراسة كان مرتفعاً.

#### ثالثاً: اختبار الفروض

لقد تم استخدام ارتباط بيرسون لاختبار العلاقة بين عوامل البيئة الداخلية تنمية الودائع، فتكون العلاقة طردية إذا كانت قيمة معامل الارتباط موجبة وتكون عكسية إذا كانت قيمة معامل الارتباط سالبة، وتكون العلاقة معنوية (ذات دلالة إحصائية) إذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، وتكون غير معنوية إذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05.

ولتحديد أثر عوامل البيئة الداخلية على تنمية الودائع، سيتم استخدام تباين الانحدار لبيان نسبة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع عن طريق معامل التحديد

الفرضية الرئيسية : يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لعوامل البيئة الداخلية للمصرف على تنمية الودائع المصرفية.

#### جدول (17): نتائج الانحدار المتعدد لتحديد أثر عوامل البيئة الداخلية على تنمية الودائع المصرفية

0.717	معامل الارتباط	
0.514	معامل التحديد ( $R^2$ )	
0.000	قيمة الدلالة الإحصائية	
51.4%	نسبة الأثر	
0.498	معامل الانحدار	الثابت
0.025	قيمة الدلالة الإحصائية	
0.158	معامل الانحدار	الخدمات المصرفية



0.001	قيمة الدلالة الإحصائية	
0.21	معامل الانحدار	السياسات المصرفية
0.000	قيمة الدلالة الإحصائية	
0.314	معامل الانحدار	موقع المصرف وسماته المادية
0.000	قيمة الدلالة الإحصائية	
0.211	معامل الانحدار	التعامل حسب الاولويات
0.001	قيمة الدلالة الإحصائية	

قيمة F المحسوبة = 64.159، درجات الحرية (4، 243)، قيمة F الجدولية = 2.3719

أظهرت النتائج في الجدول رقم (17) وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عوامل البيئة الداخلية للمصرف وتنمية الودائع المصرفية، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.717)، وقيمة الدلالة الإحصائية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى معنوية العلاقة بين المتغيرين، أي إن الاهتمام بعوامل البيئة الداخلية للمصرف يسهم في تعزيز تنمية الودائع المصرفية.

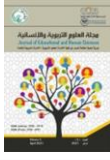
ولتحديد أثر عوامل البيئة الداخلية للمصرف وتنمية الودائع المصرفية، فإن قيمة F تساوي (64.159) وهي قيمة مرتفعة قياساً بالقيمة الجدولية (2.3719)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05، وهذا يدل يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، وكانت قيمة معامل التحديد (0.514) وهي تشير إلى أن ما نسبته (51.4%) من التغيرات في تنمية الودائع المصرفية يعود إلى عوامل البيئة الداخلية للمصرف ما لم يؤثر مؤثر آخر. لذا يتم قبول الفرضية الرئيسية " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لعوامل البيئة الداخلية للمصرف على تنمية الودائع المصرفية".

كما تبين من الجدول رقم (17) إن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل انحدار متغير الخدمات المصرفية تساوي (0.001) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى وجود أثر للخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف على تنمية الودائع ويشير إلى تحقق الفرضية الفرعية الأولى " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية".

وتبين أيضاً إن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل انحدار متغير السياسات المصرفية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى وجود أثر للسياسات المصرفية التي يقدمها المصرف على تنمية الودائع ويشير إلى تحقق الفرضية الفرعية الثانية " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للسياسات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية".

كما تبين إن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل انحدار موقع المصرف وسماته المادية تساوي (0.000) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى وجود أثر لموقع المصرف وسماته المادية على تنمية الودائع ويشير إلى تحقق الفرضية الفرعية الثالثة " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لموقع المصرف وسماته المادية على تنمية الودائع المصرفية".

وتبين إن قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل انحدار متغير التعامل حسب الاولويات تساوي (0.001) وهي أقل من 0.05 وتشير إلى وجود أثر للتعامل حسب الاولويات على تنمية الودائع ويشير إلى تحقق الفرضية الفرعية الرابعة " يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتعامل حسب الاولويات على تنمية الودائع المصرفية".



## النتائج والتوصيات

### أولاً: النتائج

بعد تحليل البيانات التي تم جمعها فإن الدراسة توصلت إلى ما يلي:

1. بينت الدراسة وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين عوامل البيئة الداخلية وتنمية الودائع، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.717)، ونتج عنها أثر لعوامل البيئة الداخلية على تنمية الودائع المصرفية.
2. أوضحت الدراسة وجود أثر لمؤشرات عوامل البيئة الداخلية للمصرف والمتمثلة بالخدمات المصرفية، وسياسة المصرف، وموقع المصرف وسماته المادية، والتعامل حسب الأولويات على تنمية الودائع المصرفية.
3. بينت الدراسة ارتفاع مستوى الخدمات المصرفية بالمصرف قيد الدراسة، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.5)، كما تبين ارتفاع مستوى السياسات المصرفية، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.56) وفق مقياس التدرج الخماسي.
4. أظهرت الدراسة ارتفاع مستوى موقع المصرف وسماته المادية، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.54)، كما تبين ارتفاع مستوى التعامل حسب الأولوية، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.44) وفق مقياس التدرج الخماسي.
5. أوضحت الدراسة ارتفاع مستوى عوامل البيئة الداخلية بالمصرف قيد الدراسة، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.56)، وارتفاع مستوى تنمية الودائع المصرفية، حيث بلغت قيمة متوسط الاستجابة (3.64) وفق مقياس التدرج الخماسي.

### ثانياً: التوصيات

بعد تحليل البيانات والوصول إلى النتائج، فإن الباحثة توصي بالآتي:

1. ضرورة أن تعطي إدارة المصرف والموظفين الأولوية لمعالجة الأخطاء بشكل إيجابي وبدون احراج.
2. إقامة الدورات التدريبية في مجال تنمية الودائع المصرفية لضمان رفع كفاءة العاملين بالمصرف في هذا المجال.
3. الحرص على تقديم الخدمات المصرفية للعملاء حسب الأولوية وبدون تمييز بين العملاء.
4. ضرورة أن تعمل الإدارة على استقطاب أفضل العناصر المناسبة للعمل في تقديم الخدمات الإلكترونية.
5. العمل على توظيف خبرات مميزة للاعتماد عليهم في تقديم الخدمات بجودة عالية لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.
6. ضرورة استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية والوسائل التقنية لتقديم خدمات مصرفية بسعر تنافسي.
7. الاعتماد على مبدأ تطوير واستحداث خدمات مصرفية مميزة كضرورة للأداء المصرفي الأمثل.
8. ضرورة تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الإدارة العليا بعد دراسته مع المتخصصين بالمصرف.

### ثالثاً: الاقتراحات المستقبلية

1. إجراء دراسات لمتغيرات أخرى غير عوامل البيئة الداخلية لتحديد دورها أو أثرها في تنمية الودائع المصرفية.
2. إجراء دراسات تستهدف المعوقات والتحديات التي تواجه تنمية الودائع المصرفية.
3. دراسة المقترحات التي من شأنها تنمية الودائع المصرفية والاستفادة من تجارب المؤسسات المصرفية في الدول المجاورة في مجال تنمية الودائع المصرفية.



## المراجع

1. آل علي، رضا صاحب أبو حمد: إدارة المصارف- مدخل تحليلي كمي معاصر، ط1، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2002.
2. بالعربي، أسماء : "دور نظام الودائع في التقليل من التعثر المصرفي"، دراسة حالة المصارف الجزائرية، رسالة وعلوم التسيير، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة أم البواقي.
3. حسان، رانية خليل : تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية الخصوم- دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم التمويل، 2007م.
4. الحسني، أحمد بن حسن، "الودائع المصرفية: أنواعها، استخدامها، استثمارها"، ط1، 1999م
5. الزبيدي ، حمزة محمود : إدارة المصارف- استراتيجية تعبئة الموارد وتقديم لائتمان، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
6. عبد الحميد، طلعت اسعد : إدارة البنوك التجارية- الاستراتيجية والتطبيق، جامعة عين شمس، 1990.
7. عيّد، ايمن عادل ، الإدارة المالية مدخل التفكير المالي، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة، 2017م.
8. الفيتوري، فتحي محمد : أثر العوامل الداخلية والخارجية في حجم الودائع المصرفية بالمصارف التجارية، دراسة تطبيقية على مصرفي الجمهورية والوحدة خلال الفترة 1991-2002 ، رسالة ماجستير، أكاديمية الدراسات العليا، مدرسة العلوم الإدارية والمالية، قسم التمويل والمصارف، طرابلس، ليبيا، 2006.
9. كمال ، زينوني : دور نظام التأمين على الودائع في سلامة البنوك من التعثر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012.
10. مرشد، محمد فايز: دراسة العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، حالة تطبيقية على عملاء المصارف التجارية الخاصة في سوريا، رسالة ماجستير، المعهد العالي لإدارة الأعمال، سوريا، 2018.