تأثير العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية

دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية

إعـــــــداد

الاستاذ الدكتور / حسنين السيد طه

أستاذ إدارة الموارد البشرية
وعميد كلية التجارة الأسبق- جامعة مدينة السادات

أ/ المهدي عاشور منصور المخرم

باحث دكتوراه بقسم إدارة الأعمال
كلية التجارة- جامعة مدينة السادات

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية

كلية التجارة - جامعة مدينة السادات

المجلد الخامس عشر - العدد الرابع – ديسمبر ٢٠٢٣

التوثيق المقترح وفقًا لنظام APA:

طه، حسنين السيد؛ المخرم، المهدي عاشور منصور، (٢٠٢٣)، "أثر العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية**، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، ١٥ (٤)، ٤١١- ٤٤٨.

ملخص البحث:

استهدف البحث الحالي بصفة أساسية بتوصيف مستوى أثر العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية، وتم استخدام قائمة الاستقصاء كأداة رئيسية لجمع البيانات، باستخدام عينة قوامها ٢٩٦ من العاملين بقطاع البنوك التجارية بمحافظة طرابلس يعملون في المصارف التجارية الليبية، ولقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لإدخال ومعالجة وتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى العوامل الداخلية بالبنوك الليبية التجارية بمحافظة طرابلس كانت متوسطة على المستوى الاجمالي، حيث بلغت ٢,٦٦ درجة، وعلى مستوى الأبعاد، فقد حققت الأبعاد الثلاثة (إمكانيات البنك ، السياسات والاستراتيجيات، الخدمات المصرفية)، درجة متوسطة تراوحت ما بين ٢,٦٣٨- ٣,٠٠٨ درجة، كما أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية، بلغت ٢,٨٠٧ درجة على المستوى الاجمالي، وعلى مستوى الأبعاد، (المنافسة السعرية، المنافسة غير السعرية) فقد حققت درجة متوسطة تراوحت ما بين ٢,٧٦٦- ٢,٨٤٩ درجة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد العوامل الداخلية، (امكانيات البنك المادية والمالية، السياسات والإستراتيجيات المصرفية، الخدمات المصرفية)، وبين تنمية الودائع المصرفية بالبنوك التجارية الليبية محل الدراسة، وقدما الباحثان مجموعة من التوصيات كان من أهمها، الاهتمام بتصاميم مباني المصارف والبنى التحتية وترتيبها الداخلي ومظهرها العام لضمان الحصول على خدمات مميزة، إعادة النظر في التوزيع الجغرافي لفروع المصارف في العاصمة بما يتناسب والكثافة السكانية في أحياء العاصمة، الاهتمام بتوفير الأجهزة الأمنية الكافية وتأمين المناطق حول المصارف لحماية عملاء المصارف ومدخراتهم.

لكلمات المفتاحية: العوامل الداخلية ، الودائع المصرفية ، الخدمات المصرفية ، استراتيجية المنافسة السعرية ، استراتيجية المنافسة غير السعرية ، السياسات المصرفية.

Abstract:

The main objective of the current research is to describing the level of impact of internal factors on the development of bank deposits in Libyan commercial banks, and the survey list was used as a main tool for data collection, using a sample of 296 workers in the commercial banking sector in the Tripoli governorate working in Libyan commercial banks, and the analysis program was used SPSS for entering, processing and analyzing data and testing hypotheses.

The results of the study showed that the level of internal factors in the Libyan commercial banks in Tripoli governorate was medium at the total level, reaching 2.66 degrees, and at the level of dimensions, the three dimensions (bank capabilities, policies and strategies, banking services) achieved a medium degree that ranged between 2.638-3.008 degree as the results of the study also showed that the level of development of bank deposits in Libyan commercial banks amounted to 2.807 degrees at the total level and at the level of dimensions (price competition, non-price competition). It achieved a medium degree ranging between 2.766-2.849 degrees. There is a positive, statistically significant relationship between the dimensions of internal factors (the bank's physical and financial capabilities, banking policies and strategies, banking services) and the development of bank deposits in the Libyan commercial banks under study. The two researchers presented a set of recommendations, the most important of which was paying attention to the designs of bank buildings and infrastructure, their internal arrangement and their general appearance to ensure obtaining distinguished services, reconsidering the geographical distribution of bank branches in the capital in proportion to .

Key words: the population density in the capital's neighborhoods, paying attention to providing adequate security services and securing the areas around Banks to protect bank customers and their savings.

مقدمة:

تشكل المصارف والمؤسسات المالية لبنة أساسية مهمة جدًا في بناء الاقتصاد والأعمال في أي دولة، إذ أن القطاع المصرفي له دور كبير لا يمكن تجاهله في عملية التطور الاقتصادي، فهو الأداة التي من خلالها تطبق الدولة نظامها النقدي وسياستها المالية ويعطي القطاع المصرفي مؤشراً رئيسياً على حيوية الوضع الاقتصادي في تلك الدولة من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متعددة ومتنوعة، تساعد كثيرًا في تنشيط العمليات الاقتصادية والمالية والتجارية (أبو رحمة ٢٠٠٩).

وفي هذا الصدد تشير دراسة (المدهون ٢٠١٣ م) أن من أهم هذه الخدمات التي تقدمها البنوك: قبول الودائع بجميع أنواعها، ومنح التسهيلات الائتمانية المباشرة والغير مباشرة، وتحصيل الأوراق المالية التجارية وخصمها، وإصدار خطابات الضمان وفتح الإعتمادات المستندية، وتقوم المصارف بدور الوساطة بين المودعين الذين يشكلون جانب عرض الأموال في النظام المصرفي والمقرضين الذين يشكلون جانب الطلب على هذه الأموال، وإلى جانب دور الوساطة، تقوم المصارف التجارية بدور آخر لا يقل أهمية عن الدور الأول، وهو دور تحويل الاستحقاق حيث يتم تحويل ودائع العملاء قصيرة الأجل إلى قروض طويلة الأجل، حتى يتسنى التوفيق بين رغبات المدخرين في حق سحب ودائعهم عند الحاجة إليها، ورغبات المقترضين في أن يحصلوا على قروض تتزامن مواعيد ردها مع مواعيد تحقق العوائد من المشروع الممول، هذه الأدوار المتناقضة في أهدافها لا يمكن القيام بها إلا بترسيخ قناعة لدى أطرافها بقدرة المصارف على القيام بها فعلاً.

ويعد قبول الودائع والعمل على تنميتها وزيادتها من خلال توظيفها من الخصائص والسمات الأساسية التي تميز البنوك التجارية عن غيرها من المؤسسات المالية الأخرى، حيث تعد الودائع من أهم المصادر الخارجية لأموال البنوك، فهي تلعب دوراً مهم في استقرار البنوك للقيام بأعمالها من خلال توظيف هذه المصادر لتحقيق هدف البنوك وهو تحقيق الأرباح وتعظيمها. (Savov, &Schnabl,. 2017).

وكما ذكرنا فإن أهم مصادر للأموال هي الودائع، لذلك يجب على إدارة المصرف التركيز على العوامل الداخلية التي تؤدي إلى زيادة حجم الودائع والإيداع، وبطبيعة الحال هذه العوامل كثيرة وعديدة، ولعل من أهمها: الخدمات التي تقدمها المصارف، إضافة إلى بعض المتغيرات الأخرى (إمكانيات البنك المالية والمادية، السياسات والإستراتيجيات المصرفية)

فالودائع 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 مباشر للنظام النقدي، (زينوني ، ٢٠١٢،)

وبناءً على ما تقدم تسعى الدراسة إلى معرفة تأثير العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية، والوصول إلى نتائج نهائية وتوصيات تستفيد منها المصارف التجارية، وتوفر نموذج يمكن الاسترشاد به لكافة البنوك الليبية.

الكلمات المفتاحية: العوامل الداخلية، الودائع المصرفية، المصرف التجاري الليبي.

أولاً: الدراسة الاستطلاعية:

تم إجراء الدراسة الاستطلاعية بمقر المصارف التجارية محل الدراسة، وشملت (٦٠) مفردة من مديري الإدارات والفروع والاقسام المتعلقة بالودائع في المصارف التجارية الكائنة في نطاق محافظة طرابلس، متضمنة مجموعة من العبارات التي روعيه فيها التنويع، وقد توجه الباحث بهذه القائمة إلى عينة محكمة من موظفي المصارف والذين لديهم الخبرة الكافية في مجال العمل المصرفي، ووجهت إليهم قائمة استقصاء مبدئية، استرد منها (٥٥) استمارة صالحة للتحليل وبنسبة بلغت (٩١,٦٧٪)، أختبر الباحث من خلال ذلك مدى فهم أفراد العينة لأسئلة أداة الدراسة.

١-أهداف الدراسة الاستطلاعية:

استهدفت الدراسة الاستطلاعية التوصل إلى ما يأتي:

- الحصول على البيانات الاستكشافية للمساعدة في تحديد وبلورة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها التي تسعى إلى الإجابة عليها من خلال التقصي والتحليل، والسعي نحو زيادة المعرفة بموضوع الدراسة في التطبيق العملي من وجهة نظر مدراء ورؤساء إدارات تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية محل الدراسة.

- التعرف على الخصائص العامة لمجتمع الدراسة من مدراء إدارات تنمية الودائع المصرفية، وتكوين صورة مبدئية عنها.

- تحديد وجمع البيانات الثانوية المرتبطة بموضوع الدراسة من خلال الدراسة المكتبية.

- الإسهام في تصميم قائمة الإستبيان الدراسة الميدانية.

- التعرف على متغيرات الدراسة البحثية التي سيتم إخضاعها للدراسة (المتغيرات المستقلة، والمتغيرات التابعة).

٢- أسلوب الدراسة الاستطلاعية:

- اعتمد الباحثان في إجراء الدراسة الاستطلاعية على الأساليب التالية:

أ-دراسة وتحليل البيانات الثانوية:

تم مراجعة الأدبيات والدوريات والنشرات والمؤتمرات العلمية، والدراسات السابقة التي تناولت موضوع العوامل الداخلية، وكذلك التي تناولت تنمية الودائع المصرفية، وتحليل البيانات والوقوف على مدى تأثيرها في موضوع البحث.

ب- المقابلات الشخصية:

تم اجراء عدد من المقابلات الشخصية المتعمقة الغير موجهة مع عينة ميسرة من مجتمع الدراسة شملت بعض المسؤلين عن موضوع تنمية الودائع المصرفية، وكذلك بعض العاملين بالمصارف التجارية، وبلغ عدد المفردات الذين تم مقابلتهم ٦٠ مفردة خلال الفترة من ٢٠٢١/٨/١ حتى ٢٠٢١/٩/١. شملت المقابلات رئيس إدارة الفروع للمصارف التجارية المعنية بالدراسة، وعدد من العاملين بالمصارف التجارية من رؤساء الأقسام والإدارات والفروع المعنية بالودائع المصرفية.

ج- قائمة استقصاء:

تم طرح قائمة استقصاء مبسطة على ٦٠ مفردة من مدراء الإدارات والفروع والأقسام والإدارات المعنية بتنمية الودائع بالمصارف التجارية قيد الدراسة شملت عدة أسئلة من أهمها:

- مفهوم العوامل الداخلية؟ ومستوى وجودها في المصارف التجارية الليبية؟
- الأبعاد أو البنود التي يمكن أن تشملها العوامل الداخلية؟
- مفهوم تنمية الودائع المصرفية؟
- أبعاد تنمية الودائع المصرفية ومستوى تطبيقها في المصارف التجارية الليبية؟

النتائج المستخلصة من الدراسة الإستطلاعية:

من خلال المقابلات التي قام بها الباحث مع بعض مفردات عينة الدراسة، واستمارة الاستقصاء المبدئية التي تم توزيعها، واجابات المستقصي منهم للتعرف على مستوى تطبيق العوامل الداخلية وأبعادها، ومستوى أبعاد تنمية الودائع المصرفية وكانت النتائج كالتالي:

- وجود انخفاض في مستوى الإمكانيات المالية والمادية للبنك، حيث بلغ متوسط الاستجابة ٢,٦٧، وإنحراف معياري ٠,٣٣٤
- وجود إنخفاض في مستوى الخدمات المصرفية، حيث بلغ متوسط الإستجابة ٢,٨، وإنحراف معياري ٠,٤٠٦
- تبين إن مستوى السياسات والاستراتيجيات المصرفية بالبنك كان متوسطا، حيث بلغ ٣,٦ وإنحراف معياري ٠,٣١٥، ومما سبق يتضح إن مستوى العوامل الداخلية والتي تؤثر في جذب الودائع كان منخفضاً، حيث بلغ متوسط الاستجابة ٢,٨٥، وإنحراف معياري ٠,١٩٥

كما أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية إن مستوى أبعاد تنمية الودائع المصرفية كانت كالتالي:

- تبين أن مستوى إستراتيجية المنافسة السعرية كان متوسطاً، حيث بلغ متوسط الاستجابة، ٢,٨٩، وإنحراف معياري ٢,٨٩
- تبين أن مستوى إستراتيجية المنافسة غير السعريه كان متوسطًاً، حيث بلغ متوسط الاستجابة ٢,٩٢، وإنحراف معياري ٠,٥٢٩

وانطلاقًا مما تقدم، يعتقد الباحث بصعوبة التأكيد على وجود اتفاق أو اختلاف في انخفاض مستوى الودائع المصرفية محل الدراسة.

ثانياً: الدراسات السابقة والفجوة البحثية:

يعرض الباحثان في هذا الجزء عددا من الدراسات السابقة التي تناولت كلاً من المتغير المستقل والمتعلقة بالعوامل الداخلية، والمتغير التابع والمتعلقة بتنمية الودائع المصرفية، وذلك حتى يتثني لهما صياغة فروض البحث، وذلك على النحو التالي:

١- الدراسات السابقة المتعلقة بالعوامل الداخلية:

تناول العديد من الباحثين مصطلح العوامل الداخلية بالبحث والدراسة، حيث هدفت دراسة، (أحمد، ٢٠٠٩) ،الكشف على العوامل المؤثرة في نمو الودائع المصرفية، وذلك من خلال التحقق من وجود أثر لمجموعة من العوامل متمثلة في" معدل التضخم الاقتصادي، أسعار الفائدة، متوسط دخل الفرد، سمعة البنك وشهرته، الوعي المصرفي، موقع البنك، على نمو الودائع المصرفية، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن ملائمة موقع البنك من وجهة نظر عينة الدراسة تشجع الأفراد على توجيه مدخراتهم إلى المصرف، ومن تم زيادة الودائع في ذلك المصرف، وأن سمعة البنك وحسب وجهة نظر عينة الدراسة تؤدي إلى نمو ودائع العملاء فيه، كذلك أن مستوى الوعي المصرفي لدى عملاء البنوك التجارية يؤدي إلى نمو الودائع المصرفية. بينت الدراسة أيضاً وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتضخم على نمو الودائع المصرفية عند مستوى دلالة ٠,٠٥)، وجود أثر ذو دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية، وهذا يعود إلى أن الزيادة في التضخم تساهم في عزوف الأفراد عن الإنفاق والاستثمار نتيجة لغلاء الأسعار والعائد إلى التضخم، وعليه يكون الاتجاه نحو المحافظة على مدخراتهم وتنميتها والاستفادة من الأسعار المرتفعة للفوائد.

بينما قامت دراسة، (الأعرج ٢٠١١)، بتحليل مدى تأثير إنشاء نظام ضمان وتنمية الودائع لغرض استقرار الجهاز المصرفي الفلسطيني، وذلك من خلال مناقشة واستعراض بعض الملامح والمبررات التي تدعو إلى إنشاء النظام والعوامل المؤثرة فيه، والقضايا الرئيسية ذات العلاقة، وكذلك مناقشة مكونات شبكة الأمان المالي والمتمثلة في وظيفة البنك المركزي كمقرض أخير والرقابة المصرفية وتعليمات السلامة، وأيضاً توضيح بعض العلاقات المتداخلة وآلية التعامل وتبادل المعلومات والتنسيق بين مكونات تلك الشبكة. هذا وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب في تحليل البيانات والحصول على النتائج من حيث الجوانب الأساسية لنظام الودائع وأهميتها في تدعيم الاستقرار المالي.

توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير كبير وجوهري لإنشاء نظام ضمان الودائع على زيادة درجة الثقة في الجهاز المصرفي الفلسطيني، كذلك زيادة درجة الاستقرار في الودائع وجدب المزيد من المدخرات، بالإضافة إلى تأثيره الايجابي على زيادة مرونة السياسات الائتمانية.

في حين هدفت دراسة (علي، ٢٠١٢)، إلى التعرف على أثر الانتشار المصرفي على جذب الودائع المصرفية ومعرفة الاستراتيجيات التي تتبعها المصارف وأثرها على حجم الودائع المصرفية، وذلك لتحقيق واختبار عدة فرضيات كان من أهمها: وجود علاقة ذات دلالة ارتباطيه بين الانتشار المصرفي وبين زيادة حجم الودائع الجارية، وبين الانتشار المصرفي وبين زيادة حجم ودائع الادخار، وبين الانتشار المصرفي وبين زيادة حجم ودائع الاستثمار. اتبع الباحث المنهج الوصفي والتحليلي ومنهج دراسة الحالة، وذلك للتحقق من صحة الفرضيات بهدف الوصول إلى الأهداف المرجوة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أنه تم إثبات تلك الفرضيات وأثبتت الاختبارات من تحقق هذه العلاقة وأن من أهم أسباب نجاح وتطور المصارف هو الاهتمام بوضع استراتيجيات مناسبة للانتشار المصرفي لزيادة مواردها المالية.

في حين إختبرت دراسة (المدهون، ٢٠١٣ م)، النماذج التقديرية للتنبؤ بحجم الودائع بأنواعها المختلفة (الودائع تحت الطلب، ودائع التوفير، ودائع لأجل)، وبناء نماذج متعلقة بتخطيط مصادر الأموال الخارجية (ودائع العملاء بأنواعها في البنوك التجارية)، وكذلك إظهار أهم العوامل الداخلية المؤثرة على جذب الودائع في البنوك التجارية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن قيمة الأصول التي تعبر عن حجم البنك تؤثر طردياً على غالبية الودائع، وهذا يتفق مع التأصيل العلمي الذي أوضح أنه كلما زاد حجم البنك كلما زادت مقدرته على جذب الودائع، وأن قيمة الاستثمارات تؤثر طردياً على معظم أنواع الودائع لأن زيادة الاستثمارات مؤشر لزيادة كفاءة الإدارة، مما ينعكس علي مقدرتها على اجتذاب الودائع وهذا يتفق مع التأصيل العلمي للدراسة، وأن الاحتياطات تؤثر تأثيراً طردياً على الودائع، حيث أن زيادة الاحتياطيات معناه الاحتياط لأي خسائر متوقعة، مما يولد ثقة المودعين في البنك والإقبال على الإيداع والاطمئنان على أموالهم، وبالتالي زيادة حجم الودائع.

بينما استهدفت دراسة، (Shaba et al ,2013)، فحص وتقييم العوامل التي تؤثر في تعبئة الودائع في بنوك تنزانيا، ومعرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعبئة الودائع المصرفية في بنوك تنزانيا، كذلك تقييم مدى تأثير موقع البنك والسمعة الحسنة في تعبئة الودائع المصرفية، وفحص وتقييم مجموعة من الخدمات المتنوعة على نمو الودائع المصرفية في بنوك تنزانيا. هذا وقد قام الباحث باستخدام أسلوب قائمة الاستقصاء والمقابلة الشخصية، حيث أجريت الدراسة على مجموعة من العملاء الذين شملتهم الدراسة ومجموعة من موظفي البنوك، من فروع البنوك الأربعة، وأيضا استخدم الباحث المعلومات الأولية والثانوية في الوصول إلى النتائج.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان له أثر ايجابي والتي تشكل أحد أهم العوامل المؤثرة والمهمة في تعبئة الودائع المصرفية، وذلك من خلال تحليل واستبيان عينة الدراسة لكل من العملاء وموظفي البنوك الأربعة، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بأن تكنولوجيا المعلومات تؤثر بالفعل على تعبئة الودائع في البنوك التنزانية، أيضاً أثبت الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية

موجبة بين موقع البنك والسمعة الحسنة وبين تعبئة الودائع، وانه من العوامل المهمة والمؤثرة فيه. وأن كلاً من العملاء والمسئولين فيما يتصل بنفوذ حسن نية البنوك كان لها الأثر الايجابي في تعبئة الودائع، أي بمعنى أن هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين ويشير معامل الإحصاءات (T) البالغ ٢,٢١ إلى وجود علاقة موجبة وهامة بين حسن نية تعبئة الودائع، لذلك ثم تحديد الصورة من حيث أداء البنك وبحاجة كعامل مهم جدا قد يجذب العملاء والودائع.

في حين بينت دراسة، (AbuBak ,2014) أثر الصيارفة الالكترونية على ودائع الأموال في نيجريا، استخدام الباحث سلسلة زمنية للدراسة، حيث كانت من (٢٠٠٦- ٢٠١٢ ، وكذلك تم جمع البيانات من مصادر ثانوية من خلال التقاريرالسنوية والنشرة الإحصائية للبنك المركزي النيجيري، حيث تم قياس الخدمات المصرفية الإلكترونية باستخدام القيمة الإجمالية للإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، بينما تم قياس النمو الاقتصادي باستخدام قيمة إجمالي الودائع ومجموع أصول بنوك إيداع الأموال في نيجيريا. وقد تراجع إجمالي الإيداع على الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، في حين تراجع إجمالي الأصول على الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باستخدام تقنية الانحدار المتعدد.توصلت نتائج الدراسة: إلى وجود علاقات إيجابية بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومجموع الودائع، وبين الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والأصول الإجمالية، كما بينت عدم وجود علاقة بين الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وإجمالي الودائع، وبين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومجموع الأصول.

ولقد اهتمت دراسة (Turban& Alton 2016)، بتقييم أثر المتغيرات المصرفية الكلية ودورها في تحديد سلوك الودائع قي القطاع المصرفي الألباني، حيث اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، تمت الدراسة خلال الفترة من ٢٠٠٤-٢٠١٥.وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين متغير التضخم وحجم الودائع، وعلاقة ايجابية بين متغير معدل الباطلة وحجم الودائع، وأيضاً وجود علاقة سلبية بين متغير سعر الفائدة وحجم الودائع، ووجود علاقة ايجابية بين السيولة المصرفية وحجم الودائع، وأخيراً عدم وجود علاقة بين متغير حجم البنك وحجم الودائع المصرفية، ووجود علاقة سلبية بين متغير التزامات وحجم الودائع.

هذا وقد استهدفت دراسة، (مرشد، ٢٠١٨)، إلى معرفة أكثر العوامل جذباً واستقطاباً للودائع المصرفية من وجهة نظر العملاء نظرا لأهمية الودائع المصرفية في تمويل عمليات الإقراض وتقييم التسهيلات المصرفية التجارية السورية، وقد بينت نتائج الدراسة: من خلال التحليل الإحصائي لعبارات محاور الاستبيان إلى أن جودة التعامل والخدمة أكثر العوامل تأثراً على جذب واستقطاب الودائع المصرفية، تليها عوامل الثقة والامآن ومن تم العمليات والإجراءات المتبعة في المصرف، تليها السياسات والاستراتيجيات، ومن تم تنوع الخدمات المصرفية، وأخيراً عمليات الترويج المصرفية، حازت عبارة " تعامل الموظفين اللائق والمتمثل في الترحيب والاستقبال، الاهتمام، المهارة، المعرفة الكاملة بالعمليات المصرفية " كأفضل عامل تأثراً ضمن محور جودة التعامل والخدمة المقدمة.وبتقييم العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية تبعاً للبيانات التعريفية أشارت النتائج التي تم التوصل إليها إلى وجود فروق ذو دلالات إحصائية بين كلاً من عوامل الثقة والأمان، السياسة التسعيرية، الإجراءات والعمليات المتبعة في المصرف وسنوات التعامل مع المصرف، أيضاً وجود فروق ذو دلالات إحصائية بين عوامل الثقة والامآن، الإجراءات والعمليات المتبعة في المصرف ومهنة العميل.

ولقد استهدفت دراسة (Nowaiser & Faleel, 2021)، إلى معرفة تأثير الخدمة المصرفية الإلكترونية على قيمة العملاء وولائهم، وتضمنت الدراسة تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية غير المباشرة تجاه ولاء العملاء من خلال قيمة العميل كعوامل وسيطة، تمت من خلالها مناقشة نظريات مختلفة من خلال هذه الدراسة لفهم القيمة المحققة للعملاء، وتأثيرات الخدمات المصرفية الالكترونية في المملكة العربية السعودية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن الخدمات المصرفية الالكترونية قد ألغت الطرق التقليدية للخدمات المصرفية، كما يتطلع العملاء إلى الاعتماد بشكل أكبر على الخدمات المصرفية الالكترونية بسبب المرونة

والراحة وسهولة الاستخدام والثقة والامآن والوسيلة التي تقود تجربتهم مع الخدمات المصرفية بشكل أكثر كفاءة.

٢-الدراسات المتعلقة بتنمية الودائع المصرفية:

هدفت دراسة (Tvalodz & Tchaidze ,2011)، إلى تحديد سلوك الودائع الحقيقية في الفترة ١٩٩٦-٢٠٠٩، بواسطة دمجة الطلب الحقيقي على الأرصدة النقدية، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم العوامل التي أثرت في الودائع خلال تلك السنوات كان الدخل، وتطوير القطاع المالي، والتغيرات في العبء الضريبي، في حين أن التغيرات في أسعار الفائدة ومعدلات التضخم أدت دورياً ثانوياً فقط، وبالتالي أظهرت النتائج أهمية الأحداث السياسية لأنها تؤثر في الثقة بالقطاع المصرفي.

في حين اهتمت دراسة، (رفعت، ٢٠١١)، بمعرفة التغيرات التي طرأت على حجم الودائع المصرفية، حيث أجريت الدراسة على مصرف الرافدين بالعراق خلال الفترة ٢٠٠٣-٢٠٠٧، توصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة خطية موجبة متوسطة القوة بين متغير حجم الودائع وأسعار الفائدة خلال تلك الفترة، وأن أسعار الفائدة عامل مهم خاصة في الظروف الغير عادية إضافة إلى ذلك أن للمتغير الأمني له دور مهم في زيادة حجم الودائع في البنك.

وفي هذا سعت دراسة (MACHONA & Kaseke , 2013)، إلى تحديد استراتيجيات جذب الودائع في القطاع المالي في بيئة متعددة العملات - حالة المصارف التجارية في زيمبابوي فيني سنت، حيث تواجه إدارة البنوك تحديات كبيرة لجذب الودائع، لهذا سعت هذه الدراسة إلى تقييم فعالية الاستراتيجيات التي تستخدمها البنوك التجارية لجذب الودائع، والهدف من الدراسة هو تحديد الاستراتيجيات التي تنفذها البنوك التجارية من أجل جذب الودائع، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها أن القطاع المصرفي نفذ تطبيق الاستراتيجيات كمحاولة لجذب الودائع والتي كان لها تأثير كبير في جذب الودائع بشكل فعال، وأن نقاط الاختلاف عن البحث الحالي هو التركيز على متغير واحد، بينما البحث الحالي ركز على متغيرين، ونقاط متشابهة مع البحث الحالي هو تطبيقها في قطاع المصارف والاعتماد على الاستراتيجيات الثلاثة في جذب الودائع.

حيث هدفت دراسة (Mashamba 2014)، إلى تحليل العلاقة بين أسعار الفائدة على الودائع لدى البنوك في زيمبابوي للفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٦. باستخدام المربعات الصغرة العادية (OLS)، وقد تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لتحديد العلاقة بين المتغيرات، واستخدام معادلة الانحدار لتحديد الأثر، كما تم استخدام اختبار داربون واتسون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة موجبة بين متغير معدلات الادخار وجذب الودائع المصرفية في زيمبابوي، إضافة إلى أن القطاع المصرفي يلعب دوراً هاماً في الحفاظ على النمو والتنمية في الاقتصاد وأن سعر الفائدة على الودائع المصرفية هو أحد المحددات الهامة لتعبئة الودائع في زيمبابوي، وأن الزيادة في منتجات الادخار ذات العائد المرتفع تؤثر وبشكل إيجابي على نمو الودائع في زيمبابوي.

في حين اهتمت دراسة، (Richard, et al ٢٠١٥)، بمعرفة أثر تنمية الودائع على الأداء المالي للبنوك في البنوك التجارية في رواندا، كذلك تحديد تأثير استراتيجيات التسويق على الأداء المالي وأيضاً تحديد تأثير التغيرات في أسعار الفائدة على الأداء المالي في البنوك التجارية في رواندا.وقد بلغ عدد المستهدفين " ٢٧ " عاملاً، كما استخدمت الوثائق والدوريات كمصدر ثانوي لجمع المعلومات، وقد أكد " ٨٥ % " من أفراد العينة أن البنك قادراً على التغلب على التحديات التي تواجه في الغالب منافسة عالية مع البنوك الأخرى، كما أن البنك تمكن من زيادة الودائع على مر السنيين. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن إستراتيجية التسويق المستخدمة في البنك أدت إلى زيادة في حجم الودائع. وأن التغير الايجابي في سعر الفائدة على الودائع كان له الأثر الكبير على مستوى الودائع والذي أثر على ربحية البنك. وبينت الدراسة أن إدخال التكنولوجيا المصرفية الحديثة أدى إلى زيادة الودائع وخفض من قيمة التكلف مقارنة بالطريقة المعتادة، وجعل الخدمات المالية في

متناول الجميع. وثبت أيضاً وجود علاقة إحصائية إيجابية بين المتغيرات بين تعبئة الودائع والأداء المالي للبنوك التجارية في رواندا، حالة بنك الأسهم.

في حين استهدفت دراسة، (Makinde, 2016)، تحديد أثر أسعار الفائدة على الودائع المصرفية بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٣ في نيجيريا، استخدم الباحث البيانات الثانوية المستمدة من النشرة الإحصائية الصادرة عن البنك المركزي النيجيري والمكتب الوطني للإحصاء بين عامي ٢٠٠٠-٢٠١٣. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين أسعار الفائدة والودائع المصرفية التجارية، ما يشير إلى أن أسعار الفائدة لم تكن مسئولة عن جذب ودائع العملاء في البنوك التجارية في نيجيريا بالصورة المطلوبة. هذا وقد أوصت الدراسة بأن تقوم البنوك التجارية بتوعية كافية لجذب المزيد من ودائع العملاء من خلال التثقيف بشأن قياس الفائدة التي ستحقق لهم عند إيداع أموالهم لدى المصارف التجارية.

في حين عملت دراسة (Has & Raze ,٢٠١٧)، إلى معرفة الآثار المترتبة على معدل الفائدة، على المدخرات والودائع في باكستان "، وكان الهدف الرئيسي من الدراسة هو معرفة أثار سعر الفائدة على مدخرات ودائع البنوك المجدولة " المسجلة في قائمة بنك باكستان الحكومي "، والمؤسسات المالية الأخرى في باكستان، خلال الفترة من ٢٠٠٢-٢٠١٦. حيث أن سعر الفائدة يرتبط بشكل كبير بالادخار والودائع المصرفية، ويعتبر أنه كلما ارتفع سعر الفائدة زادت المدخرات والودائع، أعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة سلوك متغيرات الدراسة، وكذلك على المصادر الثانوية التي تم الحصول عليها من البنك الدولي والتقارير السنوية لبنك باكستان" SBP"هذا وقد تم استخدام المربعات الصغرى بواسطة البرنامج الإحصائي " E-Views " وذلك لتحديد العلاقة بين سعر الفائدة والإيداع المصرفي والادخار، توصلت نتائج الدراسة إلى أن سعر الفائدة يؤثر إيجابياً على الودائع المصرفية، إضافة إلى أن المدخرات تتأثر سلباً بسعر الفائدة.

بينما أشارت دراسة (ناندوم، ٢٠٢٠)، إلى تحليل ومعرفة العوامل الرئيسية التي تحدد نمو الودائع المصرفية في تركيا خلال الفترة من (٢٠٠٠– ٢٠١٦)، حيث استخدم فيها الباحث الانحدار الذاتي لدراسة تأثير عوامل الاقتصاد الكلي ومستوى البنوك على نمو الودائع.توصلت نتائج الدراسة إلى أن استقرار البنوك ، وكفاءة القطاع المصرفي ، وعرض النقود الواسع والاقتصادي، والنمو والتضخم تعتبر من المحددات الهامة لنمو الودائع على المدى الطويل.كما توصلت إلى أنه وعلى المدى القصير فإن توسيع الفروع وعرض النقود الواسع هما فقط المناسبان للإيداع المصرفي.

***الفجوة البحثية:**

من خلال نتائج الدراسات السابقة ومحتوى أهداف الدراسة الاستطلاعية، فان الباحثان يعتقدان أن هناك فجوة بحثية تتمثل في أنها تعد هذه أول دراسة تطبيقية تقوم على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية، في حدود علم الباحثان وخاصة أنها جاءت في ظروف أمنية قاصية جداً نتيجة للظروف السياسية التي تعاني منها البلاد منذ فترة التغيير. وعليه فإن الفجوة البحثية التي اسندت إليها الدراسة الحالية تمثلت في عدم سعي أي من الدراسات السابقة في فحص طبيعة العلاقة بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية، وهذا ما تسعى إلية الدراسة الحالية.

ثالثاً: المشكلة البحثية:

تعد الودائع بمثابة الدم الذي تعيش به المصارف عموماً والتجارية منها على وجه الخصوص 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 البنك.

وعليه ومن خلال قراءة البيانات والمؤشرات المالية للمصارف التجارية الليبية، يمكن إدراك مدى تذبذب وانخفاض حجم الودائع فيها. ويظهر ذلك من خلال حركة الودائع لدى المصارف التجارة الليبية حسب مصدر

مصرف ليبيا المركزي والإحصاءات النقدية والمصرفية خلال الفترة من ٢٠١٢- ٢٠٢١ النشرة الاقتصادية الربع الثاني لسنة ٢٠٢١ وفق الجدول والشكل البياني الموضحين لذلك في الجدول رقم (١):

جدول رقم (١)

الإحصاءات النقدية والمصرفية خلال الفترة من ٢٠١٢- ٢٠٢١.

السنة	الودائع	السنة	الودائع	السنة	الودائع	السنة	الودائع
٢٠١٢	٦٨,٣٤٦,٢	٢٠١٥	٧١,٢٥٧,١	٢٠١٨	٩٣,٦٥٧,٥	٢٠٢١	١٠٠,٦٧٣,٥
٢٠١٣	٨٣,٥٦٢,٧	٢٠١٦	٨٣,٤٠٧,٦	٢٠١٩	٨٨,٩٥٤,٠	-	-
٢٠١٤	٧٨,٩١٠,٤	٢٠١٧	٩٥,٩٣٨,٥	٢٠٢٠	١٠٢,١٩٤,٢	-	-

المصدر: من أعداد الباحث: بناءً على الإحصائيات النقدية والمالية خلال الفترة ٢٠١٢-٢٠٢١. إدارة البحوث والإحصاء، مصرف ليبيا المركزي، الربع الثاني، ٢٠٢١.

في ضوء ذلك وما تم استعراضه من بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة والدراسة الاستطلاعية، فإن الباحث **يرى أن مشكلة الدراسة تتمثل في التساؤل الرئيسي التالي:**

ما هو تأثير العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية؟

ويتفرع عنه التساؤلات التالية:

-ما هو تأثير إمكانيات البنك المادية والمالية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية؟

- ما هو تأثير السياسات والإستراتيجيات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك التجارية الليبية؟

- ما هو تأثير الخدمات المصرفية على تنمية الودائع في البنوك التجارية الليبية؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف في النقاط التالية:

* معرفة أ ثر العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك الليبية، وتتفرع عنه:

- تحديد أثر العلاقة بين إمكانيات البنك المادية والمالية على تنمية الودائع المصرفية.
- تحديد أثر العلاقة بين السياسات والإستراتيجيات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية.
- تحديد أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية على تنمية الودائع المصرفية.

خامساً: أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال تناولها لقطاع مهم من مكونات الاقتصاد الليبي، وهو القطاع المصرفي الذي يعد حلقة وصل مهمة في الاقتصاد الوطني، والذي يمكن أن يسهم بشكل فعال في البناء الاقتصادي من خلال الدور الذي يلعبه في تمويل القطاعات الاقتصادية كافة. وتكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

١- بيان أهمية الودائع كونها أهم المصادر الخارجية للأموال في البنوك التجارية الليبية.

٢- قد تفيد هذه الدراسة مسئولي البنوك التجارية الليبية على توظيف أفضل السبل لإدارة الودائع في كافة أقسام البنوك لتنميتها وتحسين فاعليتها.

٣- قد تساهم نتائج هذه الدراسة في فتح المجال لإجراء دراسات أخرى حول تنمية الودائع والرفع منها.

٤- تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تأتي في وضع حساس ودقيق من خلال الظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بها البلاد، وذلك للسعي في تطوير مؤسسات المجتمع لاسيما البنوك لتواكب التحسين والتطوير ومن تم لتتمكن من التغلب على المشكلات والعقبات التي تعيق تقدمها ونجاحها.

سادساً: فروض البحث:

في ضوء ما تم استعراضه لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية والمتعلقة بتحديد العوامل المؤثرة في تنمية الودائع المصرفية، يمكن صياغة فرضيات الدراسة في الفرضية الرئيسية الآتية:

"لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للعوامل الداخلية (إمكانيات البنك المادية والمالية، السياسات والاستراتيجيات المصرفية، الخدمات المصرفية المقدمة)، على تنمية الودائع في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة.

وتفرع منها الفروض الآتية:

١- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للإمكانيات المادية والمالية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك الليبية محل الدراسة.
٢- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للسياسات والإستراتيجيات المصرفية على تنمية الودائع في المصارف التجارية محل الدراسة.
٣- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية المقدمة على تنمية الودائع في المصارف التجارية محل الدراسة.

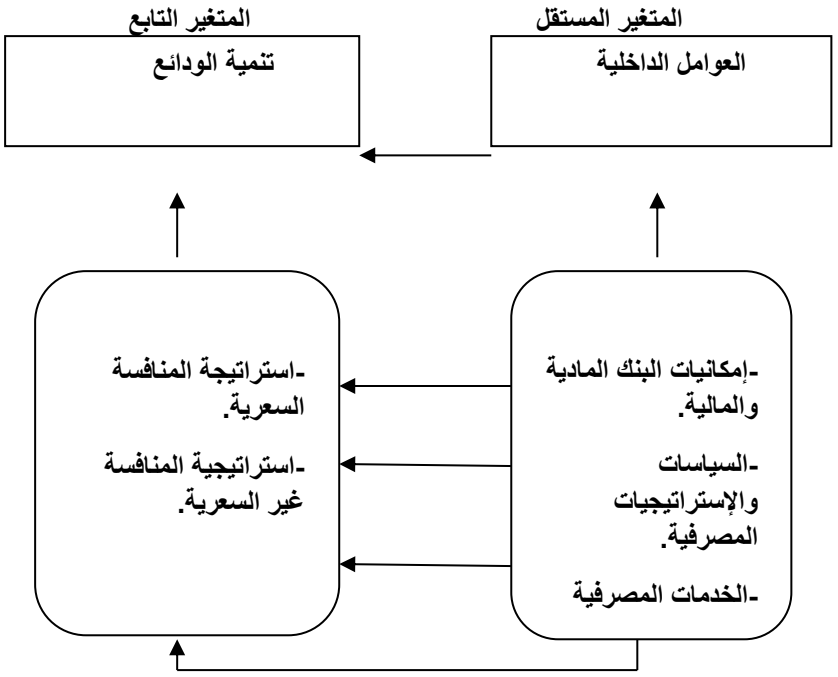
سابعاً: متغيرات الدراسة:

وتعتمد الدراسة على المتغيرات التالية:

١- **المتغيرالمستقل:** العوامل الداخلية، وتتضمن (إمكانيات البنك المالية والمادية، السياسات والاستراتيجيات المصرفية، الخدمات المصرفية المتاحة).

٢-**المتغير التابع:** تنمية الودائع المصرفية، ويتضمن (إستراتيجية المنافسة السعرية. -إستراتيجية المنافسة الغير سعريه).

وعليه ومن أجل تبيان وجود تأثير أو علاقة فيما بين متغيري البحث وتوضيح ذلك بشكل مبسط والوقوف على تأثير العوامل الداخلية (المتغير المستقل)، وتنمية الودائع (المتغير التابع)، اعتمد الباحثان على المخطط الفرضي التالي:



شكل(١) النموذج المقترح

تأثير العوامل الداخلية على تنمية الودائع المصرفية

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء الدراسات السابقة.

ثامنًا: منهجية الدراسة:

للحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف هذا البحث، اعتمد الباحث على دراسة مكتبية ودراسة ميدانية، ويمكن توضيح هاتين الدراستين فيما يلي:

-الدراسة المكتبية:

استكمالاً للدراسة المكتبية التي قام بها الباحث ضمن الدراسة الاستطلاعية، وبعد أن إتضحت معالم البحث (من حيث تحديد كلا من: مشكلة وتساؤلات البحث، وأهدافه، وفروضه)، ومن أجل الحصول على البيانات الثانوية الضرورية لتحقيق أهداف البحث، قام الباحثان بدراسة مكتبية معمقة، استهدفت جمع المزيد من البيانات الثانوية المتعلقة بموضوع البحث، وللحصول على هذه البيانات، أعتمد الباحثان على عدة مصادر كان من أهمها: المؤلفات العلمية والمقالات، والدوريات والبحوث.

-الدراسة الميدانية:

استهدفت الدراسة الميدانية جمع وتحليل البيانات الأولية اللازمة للأجابة على تساؤلات البحث إضافة إلى اختبار صحة / عدم صحة فروض البحث، ومن ثم تحقيق أهدافه.

تاسعًا: حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة قي العناصر الرئيسية الآتية:

(١) **بالنسبة للحدود البشرية للبحث:** تتمثل الحدود البشرية للبحث في المفردات التي تتوافر لديها البيانات الأولية اللازمة لتحقيق أهداف البحث، والمتمثلة في العاملين بالقطاع المصرفي الليبي بمدينة طرابلس.

(٢) **بالنسبة للحدود المكانية:** تقتصر الدراسة الميدانية على المصارف التجارية في محافظة طرابلس محل الدراسة دون غيرها من المحافظات الأخرى، ويرجع ذلك للكثافة السكانية وتوزيعها الجغرافي المناسب وسهولة إمكانية الحصول على البيانات الأولية للدراسة.

(٣) **بالنسبة للحدود الزمنية**، تم جمع البيانات الأولية الخاصة بالدراسة الميدانية في الفترة الزمنية من بداية شهر نوفمبر ٢٠٢١م إلى نهاية شهر مارس٢٠٢٢ م.

عاشرًا: الإطار النظري البحث:

تتبع المصارف طرقاً متنوعة لتنمية ودائعها من أبرزها اجتذاب المودعين عن طريق منح تسهيلات خاصة، بالإضافة إلى المحافظة على سمعة المصرف وسيولته ومتانة مركزه المالي في نفوس المواطنين، كما أن المصارف تحتذي المودعين بما تعطيه لهم من فوائد على ودائعهم، خاصة إذا كانت في غير حسابات جارية، وهكذا فان المصارف تتنافس في بعض الأحيان إعطاء الفوائد للمودعين، إلا أن هذه المنافسة تعمل على الحد كثيراً من أرباح البنك مما يجعل هذه المصارف تتفق فيما بينها على إخراج أسعار الفائدة من مجال المنافسة،وتعد الودائع المصرفية ديون واجبة الدفع على المصارف ومن البديهي أن سلامة النظام النقدي إجمالاً يقوم على سلامة أدواته "النقود والودائع" وأي خطر يهدد هذه الودائع والثقة فيها يشكل تهديداً مباشراً للنظام النقدي، لذا ظهرت الحاجة إلى وضع تدابير وآليات من شأنها حماية أموال المودعين من ناحية، وحماية البنوك من الإفلاس من ناحية أخرى، (محفوظ، ٢٠٠٦).

١/١٠: ماهية الودائع المصرفية:

تعتبر الودائع المصرفية من أهم مصادر التمويل الخارجية في المصارف التجارية من جهة ومصدر رئيسي لتمويل العمليات الائتمانية الاستثمارية التي تقدمها المصارف التجارية على مختلف أنواعها من جهة أخرى، (Eriemo, 2014)، وتعد الودائع من حيث الكم إحدى المؤشرات لقياس مدى ثقة الجمهور في المصرف، ونظراً لأهمية الودائع للمصارف تتنافس هذه الأخيرة فيما بينها لجذب الزبائن وتحفيزهم على إيداع مدخراتهم حيث تلعب الفوائد الممنوحة للمتعاملين معها دوراً هاماً في عملية كسبهم وتشجيعهم على إيداع مدخراتهم لديها، (بالعربي، ٢٠١٦- ٣)، ويمكن تعريف الوديعة المصرفية من حيث المبدأ وفق الأتي:

-**الوديعة المصرفية**: هي اتفاق يدفع بمقتضاه المودع مبلغ من المال بوسيلة من وسائل الدفع ويلتزم بمقتضاه البنك برد هذا المبلغ للمودع عند الطلب أو حينما يحل أجله، كما قد يلتزم بدفع فوائد على قيمة الوديعة. (هندي، ٢٠١٥).

-**الوديعة المصرفية:** هي ديون مستحقة لأصحابها على ذمة المصارف، وهذه الديون تعد نقوداً ويمكن استخدامها لإبرام الذمم أو الديون في نفس الوقت.

وعرفها الاقتصاديون: بأنها النقود التي يعهد بها الأفراد والهيئات إلى البنك على أن يتعاهد الأخير بردها إليهم أو برد مبلغ مساو لها عند الطلب، أو بالشروط المتفق عليها. (محمود، ٢٠١١).

يرى الباحث من خلال محتوى التعريفات السابقة أن التعريف الشامل للودائع المصرفية يتلخص في كونها " تلك الأموال التي يتم إيداعها بموجب عقد يتضمن طرفين، الشخص المودع ويسمى بالطرف الأول، والبنك مستلم الوديعة ويسمى بالطرف الثاني، على أن يتم الوفاء بها عند طلبها، أو خلال فترة زمنية معينة وفق

الشروط المتفق عليها ومدة استحقاقها، كما أن الوديعة هي إيداع لحساب العميل في البنك وتتخذ هذه الودائع أكثر من شكل طبقاً للاتفاق المنظم بين صاحب الوديعة والبنك ".

٢/١٠: أنواع الودائع المصرفية:

١- الودائع الجارية (تحت الطلب)Demand Deposits:

تمثل الأموال التي يودعها الأفراد والهيئات بالمصارف التجارية بحيث يمكن سحبها في أي وقت بموجب أوامر يصدرها المودع إلى المصرف ليتم الدفع بموجبها له أو لشخص أخر يعينه المودع في الأمر الصادر منه للمصرف، وتسمى الوديعة تحت الطلب بالحساب الجاري وهي إحدى السمات المميزة لوظائف المصارف التجارية. ويطلق على الودائع الجارية أو الودائع تحت الطلب أيضاً بالودائع الممكن سحبها بصك، وهي من أقدم المنتجات المصرفية التياهتمت 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 لتحقيق أربعة أهداف رئيسية وهي: (جودة، ٢٠٠٦)

- تنفيذ عملياتهم اليومية.

- احتياطي لمواجهة الظروف الطارئة.

- تمويل المشتريات والإنفاق المستقبلي.

- عدم رغبة المدخر في استثمار أمواله في تملك أصول أخرى.

٢- - الودائع لأجل: Time Deposits:(هندي، ٢٠١٥).

يمكن تعريفها "بأنها أتفاق بين البنك والعميل، يودع الأخر بموجبه مبلغاً من النقود لدى البنك، ولا يجوز له سحبه أو سحب جزء منه قبل تاريخ متفق عليه، وفي مقابل ذلك يحصل المودع على فائدة بصفة دورية أو يحصل عليها في نهاية مدة الإيداعوتشمل الأموال التي يرغب الأفراد والهيئات الخاصة والعامة في إيداعها في المصارف لمدة محددة مقدماً (١٥ يوماً، ثلاثة أشهر، أو ستة أشهر، أو سنة مثلاً)، على أنه لا يجوز السحب منها جزئياً قبل قضاء الأجل المحدد لها).

٣- ودائع التوفير Saving Account: (جودة، ٢٠٠٦).

تعرف ودائع التوفير بأنها " اتفاق بين البنك والعميل يودع بموجبه العميل مبلغاً من النقود لدى البنك مقابل الحصول على فائدة، على أن يكون للعميل الحق في السحب من الوديعة في أي وقت يشاء دون إخطار سابق منه").

٣/١٠: أهمية الودائع المصرفية:

تبرز أهمية الودائع المصرفية في عدة جوانب، سواء من وجهة نظر الأفراد أو النظام البنكي أو الاقتصاد ككل، فهي تفتح أفاق واسعة أمام كل الأطراف، وتتيح لكل واحد منهم فرصة لتحقيق أهدافه، فيما يتعلق بالأمن للسيولة والربحية، وتمثل الودائع أفاقا لتوظيف أموال البعض وتساهم في تغطية عجز البعض الأخر، وخلق فرص جديدة تسمح بالتوسع في النشاط الاقتصادي من خلال تدفقات مالية مستمرة تساعد على تطور الأعمال، وتتمثل الأهميةفيالأطراف الثلاثة التالية:(Savov, &Schnabl, 2017)

-من وجهة نظر الأفراد: فالودائع إلى كونها جيدة لحفظ الأموال من الأخطار الكثيرة المحتملة كالضياع والسرقة، بالإمكان أن تعود على صاحبها بمكاسب مالية لا يمكنه الحصول عليها إذا احتفظ بالنقود معطلة بحوزته.

-من وجهة النظام البنكي: تفتح الودائع المصرفية فرص كبيرة في عملية الاستثمار بالنسبة للبنك باعتبارها أموال موجودة فعلاً، ودون الرجوع إلى عمليات التمويل التضخمي للنشاط الاقتصادي.

-على مستوى الاقتصاد الوطني ككل: تشكل الودائع المصرفية خزاناً 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،(Eyob, 2019).

إن أهمية الودائع المصرفية بالنسبة للاقتصاد الوطني ولأفراد المجتمع ككل، بالإضافة لأهميتها للجهاز المصرفي وكذلك المؤسسات داخل الدولة، تتلخص أهمية الودائع المصرفية في النقاط التالية:

١- تشجع على الادخار ومن تم تجميع مدخرات الأفراد والهيئات والمؤسسات المختلفة في المجتمع ومن تم استثمار هذه الأموال في المجلات الاقتصادية المختلفة.

٢- تستخدم كوسيلة لدفع الالتزامات المالية، وتمثل جزءاً من المعروض النقدي داخل الاقتصاد ككل.

٣- تعتبر الودائع أموالاً في مكان أمين وهو المصرف، ومحاط بالسرية الكاملة، ويمكن السحب منها في أي وقت.

٤- تمثل الودائع فرصة استثمارية بالنسبة للأفراد والمؤسسات التي يتوفر لديها فائض مالي وتبحث عن فرص استثمارية ذات عائد يتمتع بدرجة متدنية من المخطرة.

٥- تعتبر مصدر تمويل رئيسي الذي يمد المصارف التجارية بالأموال اللازمة لعملية التوظيف والاستثمار. (Eriemo ,2014)

٦- تحدد قدرة المصرف على منح الائتمان وتقديم الخدمات المصرفية، وبالتالي هي الأساس في تكوين الربحية.

٧- تعدد مصادر التمويل بالنسبة للمصارف التجارية؛ حيث يمكن الحصول على الودائع من عدة مصادر مختلفة منها الأفراد، والمؤسسات الخاصة والعامة وغيرها.

٨- تعد مصدراً للأموال ذات التكلفة المنخفضة مقارنة بمصادر التمويل الأخرى مثل رأس المال والأرباح المحتجزة.

٩-تمثل جزءاً من المعروض النقدي داخل الاقتصاد، وبذلك تعتبر جزء من التبادل التجاري، وبالتالي يقلل من مخاطر نقل النقود.(Finger and Hesse, 2019).

٣/١٠: العوامل الداخلية المؤثرة في جذب الودائع المصرفية:

تتأثر الودائع المصرفية كمسلك للادخار الاختياري داخل أي اقتصاد بمجموعة من العوامل التي تنشأ مجموعة من المؤثرات الموضوعية والثابتة، اقتصادية واجتماعية، داخلية وخارجية، تظهر أهميتها من خلال تأثيرها المباشر في السلوك الإدخاري بشكل عام وعلى حجم الودائع المصرفية بشكل خاص.أيضاً هناك عوامل تؤثر على ثبات وتقلب الودائع في البنوك بشكل عام. (Gunasekara, and Kumari, 2018)، وهذه العوامل هي:

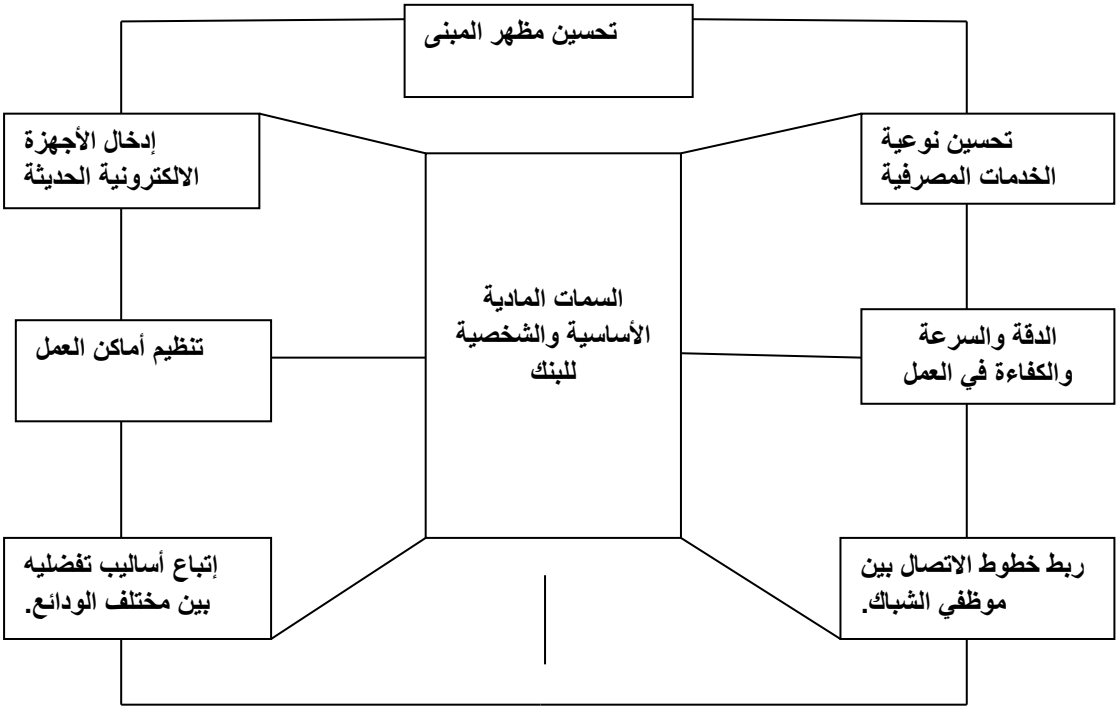
١/٣/١٠-العوامل الداخلية- Internal Factors:

يقصد بالعوامل الداخلية: العوامل التي تؤثر في جذب الودائع على مستوى الجهاز المصرفي، والتي يكون للمصرف تأثير مباشر فيها حيث أنه يستطيع التحكم فيها وتغيرها من خلال استخدام سياسات معينة من شأنها

التأثير في هذه العوامل، ويكون للقرارات المختلفة التي تتخذها إدارة المصرف ويكون لها تأثير مباشر أو غير مباشر على هذه العوامل، والتي بدورها يمكن أن تؤثر في حجم الودائع لدى المصرف التجاري ومن أهم هذه العوامل ما يلي، (Yakubu, and Abokor, 2020):

١- السمات المادية الأساسية والشخصية للمصرف:

يقصد بهذه السمات ما يتصف به المصرف من الناحيتين المادية والشخصية، والتي تكسبه شهرة وسمعة جيدة لدى المتعاملين معه، فمن المعروف أن العملاء يفضلون التعامل مع المصارف محل الثقة والتي يعمل فيها عاملون أكفاء حتى يمكنهم إيداع أموالهم وتركها وهم مطمئنون، وتكسب المصارف هذه الثقة من خلال مجموعة من العناصر يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي:



Physical and personal Features of the bank

شكل (٢) السمات المادية الأساسية والشخصية للمصرف.

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على دراسة (Hubarieva, et al, 2017 – 215)

ومن خلال الشكل رقم (٢)، يتبين لنا أن هذه الخاصية تتضمن العناصر التالية:

- إجراء تحسينات في المباني واستبدال القديمة بأخرى جديدة.
- تحسين نوعية الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف.
- إدخال الأجهزة الحديثة كالحاسبات الآلية بغية تحقيق مستوى عال من السرعة والدقة في أداء العمليات المقدمة للعملاء.

- إعادة تنظيم أماكن العمل داخلياً وبما يكفل تحسين ورشة العمل مثل استخدام أجهزة التكييف بصالتي الموظفين والعملاء.

- تقصير خطوط الاتصال بين موظفي الشباب ومسئولي الإدارات التنفيذية.

- قيام المصرف بإتباع أساليب تفضيلية تمييزية بين مختلف الودائع لا تستند إلى سعر الفائدة، بل تستند أيضاً بصفة أساسية إلى مزايا نقدية وعينية.(سعد، ٢٠٠٢).

وهنا يفضل العملاء دائماً التعامل مع المصارف محل الثقة والتي تقع في الأحياء الراقية ذات السمعة الحسنة، وهذا يجعل المصارف تهتم بتحسين مبانيها واستبدال القديمة بأخرى حديثة ونوعية خدماتها وإدخال الأجهزة الحديثة كالحاسبات الآلية وإعادة تنظيم أماكن العمل الداخلية مثل استخدام أجهزة التكييف والكمبيوتر، وذلك لتوفير الراحة والسرعة والدقة في الأداء، ودأب الموظفين في معاملة العملاء بلطف ورحابة صدر، بالإضافة إلى قيام المصرف بإتباع أساليب تفضيلية تمييزية بين مختلف الودائع لا تستند إلى سعر الفائدة الدائنة فقط وإنما إلى مزايا نقدية وعينية تجذب المودعين.

كل هذه المزايا تحقق شهرة للبنك وتجعله يتمتع بسمعة جيدة مما يجذب المزيد من المتعاملين ويؤدي ذلك في النهاية إلى زيادة حجم الأموال المودعة في المصرف، كما أنه يزداد التعامل مع المصارف كلما زاد عدد الأفراد والقطاعات الاقتصادية من ثقتهم بالمصرف الذي يودعون فيه أموالهم، لأن الثقة تجسد رغبتهم في ترك أموالهم لدى المصرف.(الزبيدي، ٢٠٠٠).

٢-السياسات والاستراتيجيات المصرفية لجذب الودائع المصرفية:

تتعلق هذه السياسات بالقروض والاستثمارات والنواحي الأخرى التي يمارس فيها المصرف نشاطه، فهذه الجوانب تعطي للمتعاملين مع البنك وغيرهم إمكانية الحكم على كفاءة ومهارة الإدارة. فالبنك 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 البنك، وكذلك الحال لوجود أفراد من خارج المصرف كأعضاء مجلس الإدارة وموظفين وإداريين على مستوى عال من الكفاءة، وسجلات يستدل منها على كفاءة الأداء للخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، والتشكيل الجدي لمحفظة الاستثمارات والقروض وهيكل قوى لرأس المال.(Balance Sheet, ٢٠١٧).

٣-الخدمات المصرفية المتاحة:

تعرف الخدمة المصرفية: بأنها القدرات والإمكانات المتوافرة لدى البنك، والتي تتيح له إمكانية استغلالها والاستفادة منها في تحقيق متطلبات العملاء وتأمين رغباتهم والاستجابة لتوقعاتهم وبالتالي تحقيق رضاهم. (Abdel Megeid, 2017)

حيث أصبح التنوع في الخدمات المصرفية سمة من سمات النشاط المصرفي المعاصر، هذا التنوع قد يكون في مجال النشاط المصرفي الأساسي وقد يكون من قبيل الخدمات المكملة، فالتنوع في أنظمة الإقراض التي يقدمها المصرف قد يدفع بعض العملاء المحتملين إلى الدخول في دائرة عملاء البنك الحقيقيين مستقبلاً، كذلك بالنسبة للأوعية الادخارية التي يطرحها البنك على المدخرين في المجتمع على اختلاف طبقاتهم ورغباتهم ودوافعهم النفسية.(الفيتو ري، ٢٠٠٦)، ومن أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية ما يلي:

- تحصيل وخصم الأوراق التجارية مقابل الحصول على عمولات وأجور وتقديم التسهيلاتالائتمانية للعملاء بضمان الأوراق التجارية.

- تقديم بعض الخدمات الخاصة بالأوراق المالية للعملاء مثل شراء وبيع الأوراق المالية نيابة عن العملاء، كما تقوم بتحصيل ودفع كوبونات الأوراق المالية عنهم أيضاً.

- تقوم البنوك التجارية بتقديم العديد من الخدمات المصرفية مثل إصدار خطابات الضمان للعملاء، والقيام بأعمال الاعتمادات المستندية نيابة عنهم في حالة الاستيراد والتصدير، وبيع العملات الأجنبية وتأجير الخزائن.(سلطان، ٢٠٠٢).

الحادي عشر: مجتمع وعينة الدراسة:

١/١١: مجتمع الدراسة:

يشير مجتمع البحث لكفاية المفردات التي يكون لديهم اجابات ذات صلة بمتغيرات البحث والتي تمثل مجال جمع البيانات من المفردات، كما أننا متأكدين من درايتهم بالبيانات التي يتطلبها اتمام البحث، وبذلك نؤكد على أن مجتمع البحث مفرادات لديهم بيانات نرغب الحصول عليها (عيد، ٢٠١٦).

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة على مدراء الإدارات والفروع والأقسام المعنية بتنمية الودائع العاملين بالمصارف التجارية الليبية الذي بلغ عددهم ١٢٨٩ مفردة يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٢)

بيان أعداد مدراء الإدارات والفروع والأقسام بالمصارف التجارية الليبية محل الدراسة.

البيان	عدد العاملين	الوزن النسبي
مصرف الجمهورية	٥٤٣	% ٤٢,١٢
المصرف التجاري الوطني	٣١١	% ٢٤,١٣
مصرف الوحدة	٢٤٠	% ١٨,٦٢
المصرف الصحاري	١١٣	% ٨,٧٦
مصرف الواحة	٥٤	% ٤,١٩
مصرف السراي	٢٨	% ٢,١٧
الاجمالي	١٢٨٩	% ١٠٠

المصدر من إعداد الباحث: حسب سجلات إدارة الموارد البشرية بالمصارف المعنية بالدراسة لعام ٢٠٢١م.

٢/١١ : عينة الدراسة:

تشير إلى مجموعة جزئية من مفردات مجتمع البحث، ويتم إختيارها من المجتمع بحيث تكون ممثلة للمجتمع تمثيل صحيح، فالعينة جزء من الكل تشير إلى عدد أصغر من عدد المجتمع ككل تتوزع فيه خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع، ويجب أن يراعى أن تكون العينة ممثلة تمثيلاً صحيحاً لمجتمع البحث (عيد، ٢٠١٦).

ولتحديد حجم العينة قام الباحث باستخدام المعادلة التالية لتقدير حجم العينة: (محمد، وآخرون، ٢٠٢١).

$$\mathbf{n} = \frac{\boldsymbol{NP(1-P)}}{\frac{\boldsymbol{(N-1)(e)^2}}{\boldsymbol{(Z)^2}} + \boldsymbol{P(1-P)}}$$

حيث أن:

(n) = حجم العينة.
(N) = حجم مجتمع الدراسة.
(Z) = القيمة المعيارية وهى إحصائياً = (1.96) عند مستوى معنوية (.05).
(p)= نسبة توافر الظاهرة الرئيسة محل الدراسة وهى تساوى (50%).
(1-P) = نسبة عدم توافر الظاهرة الرئيسة محل الدراسة (50%
(e) = خطأ المعاينة وهى تساوى= (.05)

ومن خلال المعادلة السابقة يمكن حساب حجم العينة كالتالي:

$$\text{حجم العينة} = \frac{(1289)(0.5 \times 0.5)}{\frac{(1288)(.05)^2}{(1.٩٦)^2} + 0.5 * 0.5} = \mathbf{296} \text{ مفردة}$$

أي أن **حجم العينة المطلوب لا يقل عن (٢٩٦) مفردة**.

ولضمان الحصول على العدد المطلوب قام الباحث بتوزيع (٣٢٥) استمارة، وتحصل على (٢٩٨) صالحة للتحليل، ولسحب عينة الدراسة، تم توزيع العدد الإجمالي لمدراء الإدارات والأقسام والفروع المعنية بالودائع المصرفية، وفقاً لقاعدة التخصيص المتناسب مع حجم الطبقة، واستخدام إجراءات العينة الطبقية لتمثيل كل مصرف من المصارف التجارية محل الدراسة وذلك كما هو مبين في الجدول رقم (٣) الآتي:

جدول (٣)

الاستمارات الموزعة والمتحصل عليها ونسبة المسترد والفاقد منها:

المصرف	عدد الفروع	العدد	النسبة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المفقودة	نسبة الاستمارات المفقودة	عدد الاستمارات المستردة	نسبة الاستمارات المستردة
مصرف الجمهورية	١٥	٥٤٣	٤٢,١٣	١٣٧	٩	٦,٥٧	١٢٨	٩٣,٤٣
المصرف التجاري الوطني	١١	٣١١	٢٤,١٣	٧٨	٦	٧,٦٩	٧٢	٩٢,٣١
مصرف الوحدة	١٥	٢٤٠	١٨,٦٢	٦١	٤	٦,٥٦	٥٧	٩٣,٤٤
المصرف الصحاري	٧	١١٣	٨,٧٧	٢٨	٤	١٤,٢٩	٢٤	٨٥,٧١
مصرف الواحة	٤	٥٤	٤,١٩	١٤	٣	٢١,٤٣	١١	٧٨,٥٧
مصرف السراي	٥	٢٨	٢,١٧	٧	١	١٤,٢٩	٦	٨٥,٧١
المجموع	٥٧	١٢٨٩	١٠٠	٣٢٥	٢٧	٨,٣١	٢٩٨	٩١,٦٩

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على التحليل الإحصائي.

٣/١١: نوع العينة:

سوف يتم الاعتماد على العينة العشوائية الطبيقية ممثلة لمجتمع البحث محل الدراسة.

٤/١١: وحدة المعاينة:

تتمثل وحدة المعاينة المفردة التي سوف يتم توجيه قائمة الاستقصاء إليها، نظراً لتوافر الإجابات عليها والتي وقع عليها الإختيار عند سحب العينة، وقد تمثلت وحدة المعاينة في العاملين من فئة مدراء الفروع والأقسام والإدارات المعنية بتنمية الودائع المصرفية بالمصارف التجارية محل الدراسة، حيث تم اختبار عينة عشوائية طبقية من (مدراء الفروع والأقسام والإدارات)، حيث قام الباحث بإختيار مفردات كل فئة وفقاً لإجراءات العينة العشوائية الطبقية.

٥/١١: المقاييس المستخدمة في البحث:

١/٥/١١: قياس العوامل الداخلية (المتغير المستقل):

حيث تم قياس العوامل الداخلية بالمقياس الذي قدمته دراسة (Shaba, 2013)، في رسالة بعنوان فحص وتقييم العوامل التي تؤثر في تعبئة الودائع في بنوك تنزانيا، وقد اعتمدت الكثير من الدراسات السابقة على هذا المقياس، ومنها على سبيل المثال دراسة (Turban & Alton, 2016)، وقام الباحث بإجراء بعض التعديل والحدف والاضافة بما يتناسب مع طبيعة المستقصي منهم في هذا البحث، ولقياس أبعاد العوامل الداخلية، تم استخدام مقياس " ليكرت " (Likert Scale) المكون من خمسة درجات للموافقة وعدم الموافقة، حيث أشار الرقم (١) إلى موافق تماماً، بينما أشار الرقم (٥) إلى عدم الموافقة التامة مع وجود درجة محايدة في المنتصف، وقد تضمن المقياس (٣٠) عبارة، حيث بلغت عبارات البعد الأول وهو إمكانيات البنك المادية والمالية (١٢) العبارة، بينما بلغ البعد الثاني وهو السياسات والإستراتيجيات المصرفية (١٠) عبارات، أما البعد الثالث والأخير وهو الخدمات المصرفية فقد بلغ (٨) عبارات.

٢/٥/١١: قياس تنمية الودائع المصرفية (المتغير التابع):

حيث تم قياس تنمية الودائع المصرفية بالمقياس الذي قدمته دراسة (Makinde, ٢٠١٦)، بعنوان تحديد أثر أسعار الفائدة على الودائع المصرفية في نيجريا، وقام الباحث بإجراء بعض التعديل والحدف والاضافة بما يتناسب مع طبيعة المستقصي منهم في هذا البحث، ولقياس تنمية الودائع المصرفية، تم استخدام مقياس " ليكرت " (Likert Scale) المكون من خمسة درجات للموافقة وعدم الموافقة، حيث أشار الرقم (١) إلى موافق تماماً، بينما أشار الرقم (٥) إلى عدم الموافقة التامة مع وجود درجة محايدة في المنتصف. وقد تضمن المقياس عدد (١٢) العبارة، حيث بلغ البعد الأول وهو إستراتيجية المنافسة السعرية عدد(٦) عبارات، بينما بلغ البعد الثاني وهو استراتيجية المنافسة غير السعرية عدد (٦) عبارات.

٣/٥/١١: أساليب تحليل البيانات وإختبار الفروض:

قام الباحثان بإختبار فروض البحث بإستخدام عدة اختبارات احصائية، تتناسب وتتوافق مع أساليب التحليل المستخدمة، وذلك من خلال حزمة البرامج الاحصائية الجاهزة SPSS. تتمثل أساليب تحليل البيانات واختبارات الفروض المستخدمة في الدراسة وذلك كما يلي:

أ- أسلوب معامل الارتباط ألفا AIpha Carrelation Cofficient:
ثم استخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا بغرض التحقق من درجة الاعتمادية والثبات في المقاييس متعددة المحتوى، ولقد تم اختيار هذا الأسلوب الإحصائي لتركيزه على درجة التناسق الداخلي بين المتغيرات التي يتكون منها المقياس الخاضع للاختبار.

ب- أسلوب تحليل الإنحدار والإرتباط المتعدد Multiple Regeression / Correlation Analysis: من أجل التحقق من قوة ونوع العلاقة بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع.

ج- الإختبارات الإحصائية لفروض البحث: والتي اشتملت على اختبار ف F-Test ، واختبار ت T-Test المصاحبة لأسلوب تحليل الانحدار المتعدد.

الثاني عشر: التحليل الإحصائي للبيانات وأختبار الفروض:

١/١٢: اختبار صدق وثبات قائمة الاستقصاء:

لتحديد درجة صلاحية ومدى الاعتماد على الأداة المستخدمة في قياس استجابات مفردات العينة، قام الباحثان بإستخدام كل من معامل الاتساق الداخليInternaI consistency) والذي يقيس درجة مصداقية النتائج المحققة لكل بند من بنوذ الاستقصاء، والذي يعتمد في المقام الأول على معامل الارتباط، وبالتالي فمن الضروري أن يكون المعيار الأساسي هو اختبار لمعنوية معامل الارتباط، ومعامل الفا كرونباخ (Cronbachs alpha) لقياس ثبات الاستبيان.

١/١/١٢: معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات لأبعاد البحث:

قام الباحث بقياس ثبات متغيرات وأبعاد البحث من خلال معامل الفاكرونباخ (Cronbachs alpha)، وكانت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)

معاملات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة

تقييم درجة الإتساق الداخلي بين محتويات المقاييس المستخدمة في الدراسة

أبعـــــــاد الدراســة		عدد العبارات	معامل (Alpha) ألفاكرونباخ
المتغير المستقل :العوامل الداخلية		30	.937
البعد الاول	إمكانيات البنك المالية والمادية	12	.914
البعد الثاني	مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك	10	.896
البعد الثالث	مستوي الخدمات المصرفية	8	.908
المتغير التابع: تنمية الودائع المصرفية		12	.903
البعد الاول	مستوى استراتيجية المنافسة سعرية	6	.835
البعد الثاني	مستوى استراتيجية المنافسة الغير سعرية	6	.837
المقياس ككل		62	.916

المصدر : من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي. SPSS

ويتضح من نتائج الجدول رقم (٤) أن قيمة ألفا كرونباخ قد تراوحت ما بين (0.835 0.914) حيث أظهرت نتائج تحليل الاعتمادية أن معامل الثبات ألفا كرونباخ لمقياس العوامل الداخلية ككل كان مرتفع|، حيث بلغ(0.937)، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس تنمية الودائع المصرفية ككل، حيث بلغ (0.903)، وذلك بدرجة ثقة قدرها ٩٠٪، حيث اقتربت المعنوية الحقيقية P- Value من الصفر وتعتبر هذه القيم مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الأعتمادية والثقة بمتغيرات الدراسة وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل الأحصائي، وهذا يؤكد على أن الاستبيان يقيس ما بني من أجله، وأن جميع البنود والأبعد واضحة للمبوحثين وليس فيها غموض، ولو قام الباحث بتطبيق الاستبيان مرة ثانية على نفس العينة ستعطي نفس النتائج تقريباً.

٢/١/١٢: معاملات الاتساق الداخلي لعبارات ابعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية:

نتائج تحليل الإرتباط الخاصة بعبارات ابعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية كما في الجدول التالي:

جدول (٥)

(معاملات الاتساق الداخلي لعبارات ابعاد المتغير المستقل (العوامل الداخلية)

م	العبـــــــارات	معـامل الإرتبـــاط	المعنوية	الصـــدق
	إمكانيات البنك المالية والمادية			
1	تعد صالات الانتظار صحية ومريحة وجذابة للعملاء.	.682**	.000	يوجدصدق
2	يناسب المظهر العام للمصرف طبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء.	.701**	.000	يوجدصدق
3	تصميم المبنى والترتيب الداخلي يسهل عملية الحصول على الخدمات.	.747**	.000	يوجدصدق
4	الموقع الجغرافي للمصرف ملائم، ويمكن الوصول إليه بسهولة، وتتوفر فيه مواقف مناسبة للسيارات.	.336**	.000	يوجدصدق
5	يتميز موظفو المصرف بمظهر حسن يسهم في جذب العملاء.	.884**	.000	يوجدصدق
٦	يوجد بالمصرف لوحات إرشادية الكترونية لتسريع خدمة العميل.	.596**	.000	يوجدصدق
٧	تتميز الصكوك والبطاقات الائتمانية التي يصدرها المصرف بالكفاءة والفاعلية.	.819**	.000	يوجدصدق
٨	توجد بالمصرف معدات وتجهيزات اكترونية حديثة تسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية.	.788**	.000	يوجدصدق
٩	يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء.	.678**	.000	يوجدصدق
١٠	تتوافر الحماية المادية للأجهزة والشبكات، مثل موظفي الأمن وكاميرات المراقبة.	.697**	.000	يوجدصدق
11	يتميز العاملون في المصرف بحسن استقبالهم للعملاء والتعامل معهم.	.818**	.000	يوجدصدق
12	يعمل البنك على الالتزام بحجم رأس المال المناسب، وفقاً لتعليمات البنك المركزي الليبي.	.819**	.000	يوجدصدق
	مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك			
1	يفتح المصرف قنوات اتصال داخلية وعن بُعد لسهولة الاتصال بالعملاء وجذب الودائع المصرفية.	.720**	.000	يوجدصدق
2	يقوم المصرف بإجراء دراسات لطبيعة وخصائص واحتياجات العملاء بهدف الحفاظ على العملاء الحاليين، وجذب عملاء جدد.	.873**	.000	يوجدصدق
3	تخطط إدارة المصرف لتقديم تشكلية متنوعة من الودائع لجذب العملاء.	.787**	.000	يوجدصدق
4	تسعى إدارة المصرف لزيادة عدد آلات الصرف الآلي وتوزيعها في مناطق عديدة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء وجذب عملاء جدد.	.821**	.000	يوجدصدق
5	يركز المصرف على تقديم الخدمات المصرفية المناسبة، بما يتلائم مع أماكن تواجد العملاء وامكانياتهم.	.699**	.000	يوجدصدق
6	تحرص إدارة المصرف وموظفيها على استطلاع دراسة احتياجات العملاء لتحقيق رضاهم.	.689**	.000	يوجدصدق
7	يقوم العاملون بالمصرف بمساعدة كل العملاء وحل المشاكل لتسهيل حصولهم على الخدمة المصرفية بشكل أفضل.	.711**	.000	يوجد صدق
٨	يلتزم البنك بتعليمات البنك المركزي الليبي بكل دقة.	.761**	.000	يوجد صدق
٩	تحرص إدارة المصرف على توفير دورات تدريبية مستمرة لموظفيه.	.580**	.000	يوجدصدق
١٠	توفر إدارة المصرف أماكن خاصة لتقديم الخدمة لكبار العملاء وكبار السن.	.715**	.000	يوجد صدق
	مستوي الخدمات المصرفية			
1	يوفر البنك أفضل الخدمات الاكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي الحديثة، ونقاط البيع، والصيرفة المنزلية،ومصارف الانترنت، والتحويلات الالكترونية. لجذب الودائع المصرفية.	.815**	.000	يوجدصدق

2	يلتزم العاملون في المصرف بتقديم الخدمات للعملاء عند طلبهم دون تأخير.	.783**	.000	يوجدصدق
3	يهتم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء لتشجيعهم على زيادة حجم ودائعهم.	.803**	.000	يوجدصدق
4	يسعى المصرف لتعيين العاملين ذوي الخبرة في تقديم الخدمات المصرفية للمساهمة في تحقيق أهداف البنك.	.838**	.000	يوجدصدق
5	تستجيب إدارة المصرف بشكل سريع لشكاوى العملاء واستفساراتهم.	.840**	.000	يوجدصدق
6	يراعي المصرف الدقة في الاعلان عن شروط وتوقيتات تقديم الخدمات المصرفية منه.	.815**	.000	يوجدصدق
7	تحرص إدارة المصرف والموظفين على أن تكون ساعات العمل مناسبة لظرف معظم العملاء.	.709**	.000	يوجدصدق
٨	يتيح المصرف خدمة توفير خزائن آمنة للعملاء بسعر تنافسي.	.644**	.000	يوجدصدق

****تشير إلي معنوية معامل الإرتباط عند مستوي معنوية 0.01**

المصدر : من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي. SPSS

أكدت النتائج في الجدول رقم (٥) على أن صلاحية جميع العبارات الخاصة بأبعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية، (إمكانيات البنك المالية والمادية، مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك، مستوي الخدمات المصرفية)، وقد تبين ذلك من خلال قيم معاملات الارتباط والتي تراوحت بين (.336**: .884**)وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوي 0.01 وهذا يدل على ان جميع العبارات صالحة لقياس ابعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية، بمعنى أن هذه القائمة صادقة فيما صممت من أجل قياسه.

٣/١/١٢: معاملات الاتساق الداخلى لعبارات بعد المتغير التابع تنمية الودائع المصرفية:

جدول رقم (٦)

معاملات الاتساق الداخلى لعبارات المتغير التابع تنمية الودائع المصرفية

م	العبـــــــارات	معامل الإرتبـــاط	المعنوية	الصـدق
بعد مستوى استراتيجية المنافسة سعرية				
1	يتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية.	.913**	.000	يوجدصدق
٢	توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في ليبيا.	.308**	.000	يوجدصدق
٣	يقدم البنك سعر متميز لخدمة كبار العملاء.	.560**	.000	يوجدصدق
٤	يسعى البنك لإجراء بحوث عن أفضل أسعار تقديم خدماته.	.907**	.000	يوجدصدق
٥	يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الادارة العليا بعد دراسته مع المتخصيصين بالمصرف.	.862**	.000	يوجدصدق
٦	نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال قد يكون سبباً في زيادة المخاطر.	.864**	.000	يوجدصدق
بعد مستوى استراتيجية المنافسة الغير سعرية				
1	يعد نشاط تحصيل مستحقات المودعين من الأهداف التي يسعى البنك لتحقيقها.	.764**	.000	يوجدصدق
٢	يسعى البنك بإستمرار إلى استحدات أنواع جديدة من الودائع تتناسب مع احتياجات بعض العملاء.	.795**	.000	يوجدصدق
٣	يعمل البنك على استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية والوسائل التقنية لتقديم خدمات مصرفية بسعر تنافسي.	.763**	.000	يوجدصدق

٤	يقدم البنك ميزة نسبية لعملائه عند حصوله على الخدمات المصرفية.	.632**	.000	يوجدصدق
٥	تقديم الخدمات المصرفية في ظل المنافسة الحادة بين المصارف قد يؤدي إلى تقليص الأرباح.	.732**	.000	يوجدصدق
٦	يعتمد البنك على مبدأ تطوير واستحداث خدمات مصرفية مميزة كضرورة للاداء المصرفي الأمثل.	.777**	.000	يوجدصدق

****تشير إلي معنوية معامل الإرتباط عند مستوي معنوية 0.01**

المصدر : من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي. SPSS

أكدت نتائج الجدول رقم (٦) على صلاحية جميع العبارات الخاصة بأبعاد المتغير التابع تنمية الودائع المصرفية (مستوى استراتيجية المنافسة سعرية، مستوى استراتيجية المنافسة غير السعرية)، حيث أكدت على ذلك قيم معاملات الارتباط والتي تراوحت بين **(.308**:.913**)** وقد جاءت جميعها معنوية عند مستوي 0.01وهذا يدل على أن جميع العبارات صالحة لقياس بعد المتغير التابع تنمية الودائع المصرفية، بمعنى أن هذه القائمة صادقة فيما صممت من أجل قياسه.

الثالث عشر: التحليل الوصفى للدراسة:

١/١٣: أبعاد العوامل الداخلية:

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الإحصائي الخاص بالإجابة على السؤال الأول لهذه الدراسة، والمتعلق بتحديد العوامل الداخلية محل الدراسة, ولتحقيق ذلك قام الباحث بتقييم مستوى العوامل الداخلية من خلال الإجابة على متغيرات العوامل الداخلية والذي يضم ثلاثون متغيرا يغطي الأبعاد الثلاثة للمتغيرات الداخلية كما هو موضح في الجدول رقم (٧):

جدول رقم (٧)

الأحصاءات الوصفية لعبارت العوامل الداخلية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
	المقياس الكلي للعوامل الداخلية:	2.7484	.29337
	المقياس الكلي لأمكانيات البنك المالية والمادية:	2.6381	.55684
١	تعد صالات الانتظار صحية ومريحة وجذابة للعملاء.	2.7785	.75964
٢	يناسب المظهر العام للمصرف طبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء.	2.5537	.82805
٣	تصميم المبنى والترتيب الداخلي يسهل عملية الحصول على الخدمات.	2.5537	.82805
٤	الموقع الجغرافي للمصرف ملائم، ويمكن الوصول إليه بسهولة، وتتوفر فيه مواقف مناسبة للسيارات.	2.5168	.70691
٥	يتميز موظفو المصرف بمظهر حسن يسهم في جذب العملاء.	2.6544	.80277
٦	يوجد بالمصرف لوحات إرشادية الكترونية لتسريع خدمة العميل.	2.5134	.71644
٧	تتميز الصكوك والبطاقات الائتمانية التي يصدرها المصرف بالكفاءة والفاعلية.	2.5336	.77016
٨	توجد بالمصرف معدات وتجهيزات اكترونية حديثة تسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية.	2.6678	.72500
٩	يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء.	2.5067	.78386
١٠	تتوافر الحماية المادية للأجهزة والشبكات، مثل موظفي الأمن وكاميرات المراقبة.	2.3322	.65677
١١	يتميز العاملون في المصرف بحسن استقبالهم للعملاء والتعامل معهم.	2.6141	.83408

١٢	يعمل البنك على الالتزام بحجم رأس المال المناسب، وفقاً لتعليمات البنك المركزي الليبي.	3.5101	.93288
المقياس الكلي لمستوي السياسات والأستيراتيجيات المصرفية بالبنك:		3.0087	.54463
١	يفتح المصرف قنوات اتصال داخلية وعن بُعد لسهولة الاتصال بالعملاء وجذب الودائع المصرفية.	2.7852	.64681
٢	يقوم المصرف بإجراء دراسات لطبيعة وخصائص واحتياجات العملاء بهدف الحفاظ على العملاء الحاليين، وجذب عملاء جدد.	3.0705	.67049
٣	تخطط إدارة المصرف لتقديم تشكلية متنوعة من الودائع لجذب العملاء.	2.8154	.64314
٤	تسعى إدارة المصرف لزيادة عدد آلات الصرف الآلي وتوزيعها في مناطق عديدة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء وجذب عملاء جدد.	3.0235	.65863
٥	يركز المصرف على تقديم الخدمات المصرفية المناسبة، بما يتلائم مع أماكن تواجد العملاء وامكانياتهم.	3.2114	.82405
٦	تحرص إدارة المصرف وموظفيها على استطلاع دراسة احتياجات العملاء لتحقيق رضاهم.	3.0772	.65450
٧	يقوم العاملون بالمصرف بمساعدة كل العملاء وحل المشاكل لتسهيل حصولهم على الخدمة المصرفية بشكل أفضل.	2.6846	.70675
٨	يلتزم البنك بتعليمات البنك المركزي الليبي بكل دقة.	3.4430	1.05014
٩	تحرص إدارة المصرف على توفير دورات تدريبية مستمرة لموظفيه.	3.0336	.93143
١٠	توفر إدارة المصرف أماكن خاصة لتقديم الخدمة لكبار العملاء وكبار السن.	2.9430	.67177
المقياس الكلي لمستوي الخدمات المصرفية:		2.8410	.59001
١	يوفر البنك أفضل الخدمات الاكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي الحديثة، ونقاط البيع، والصيرفة المنزلية،ومصارف الانترنت، والتحويلات الالكترونية. لجذب الودائع المصرفية.	2.8456	.72218
٢	يلتزم العاملون في المصرف بتقديم الخدمات للعملاء عند طلبهم دون تأخير.	2.5772	.85423
٣	يهتم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء لتشجيعهم على زيادة حجم ودائعهم.	3.0403	.73745
٤	يسعى المصرف لتعيين العاملين ذوي الخبرة في تقديم الخدمات المصرفية للمساهمة في تحقيق أهداف البنك.	2.5940	.80376
٥	تستجيب إدارة المصرف بشكل سريع لشكاوى العملاء واستفساراتهم.	2.9362	.71959
٦	يراعي المصرف الدقة في الاعلان عن شروط وتوقيتات تقديم الخدمات المصرفية منه.	2.8490	.75702
٧	تحرص إدارة المصرف والموظفين على أن تكون ساعات العمل مناسبة لظرف معظم العملاء.	2.9732	.67616
٨	يتيح المصرف خدمة توفير خزائن آمنة للعملاء بسعر تنافسي.	2.9128	.76921

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

طول الفئة= ٥-١/٣ = 1.33 من ١ إلى أقل من ٢,٣٣ الدرجة منخفضة، ومن ٢,٣٤ إلى أقل من ٣,٦٦ الدرجة متوسطة،

يتضح لنا من نتائج جدول رقم (٧) أن متغيرات بعد (مستوي السياسات والأستيراتيجيات المصرفية بالبنك) التي تحتل المرتبة الأولي بمتوسط (3.0087) وأنحراف معياري (.54463) ،بينما تأتي متغيرا بعد (مستوي الخدمات المصرفية)، في المرتبة الثانية بمتوسط (2.8410) وأنحراف معياري (.59001)، وأخيرا متغيرات بعد (امكانيات البنك المالية والمادية) تأتي في المرتبة الأخيرة بمتوسط (2.6381) وأنحراف معياري (.55684) وفقا للعوامل الداخلية محل الدراسة والبحث.

وبصفة عامة، يتضح من أستعراض التحليل الوصفي لأبعاد متغير العوامل الداخلية أن المتوسط الأجمالي (2.7484)، والانحراف المعيارى للمتغير ككل (29337) .

٢/١٣-التحليل الوصفي لأبعاد تنمية الودائع المصرفية:-

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الإحصائي الخاص بالإجابة على السؤال الثاني لهذه الدراسة، والمتعلق بتحديد تنمية الودائع المصرفية محل الدراسة,ولتحقيق ذلك قام الباحثان بتقييم مستوى تنمية الودائع المصرفية من خلال الإجابة على متغيرات تنمية الودائع المصرفية والذي يضم أثني عشر متغيراً يغطي الأبعاد الثلاثة تنمية الودائع المصرفية كماهو موضح في جدول رقم (8):

جدول رقم (8)

الأحصاءات الوصفية لعبارت أبعاد تنمية الودائع المصرفية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الإنحراف المعياري
	المقياس الكلي تنمية الودائع المصرفية:	2.8079	.61666
	المقياس الكلي لمستوي أستيراتيجية المنافسة السعرية:	2.7668	.65188
١	يتم دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد سعر الخدمة المصرفية.	2.5940	.85254
٢	توجد منافسة شديدة بين جميع المصارف العاملة في ليبيا.	2.7013	.88462
٣	يقدم البنك سعر متميز لخدمة كبار العملاء.	2.4396	.72802
٤	يسعى البنك لإجراء بحوث عن أفضل أسعار تقديم خدماته.	2.7349	.86077
٥	يتم تحديد السعر النهائي للخدمة من قبل الادارة العليا بعد دراسته مع المتخصيصين بالمصرف.	2.8456	.94084
٦	نقص الفرص الاستثمارية لتشغيل الأموال قد يكون سبباً في زيادة المخاطر.	3.2852	.99621
	المقياس الكلي لمستوي أستيراتيجية المنافسة الغير السعرية:	2.8490	.66070
١	يعد نشاط تحصيل مستحقات المودعين من الأهداف التي يسعى البنك لتحقيقها.	2.8557	.84247
٢	يسعى البنك بإستمرار إلى استحدات أنواع جديدة من الودائع تتناسب مع احتياجات بعض العملاء.	2.9799	.87594
٣	يعمل البنك على استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية والوسائل التقنية لتقديم خدمات مصرفية بسعر تنافسي.	2.7383	.83199
٤	يقدم البنك ميزة نسبية لعملائه عند حصوله على الخدمات المصرفية.	2.7047	.88765
٥	تقديم الخدمات المصرفية في ظل المنافسة الحادة بين المصارف قد يؤدي إلى تقليص الأرباح.	2.9631	.98575
٦	يعتمد البنك على مبدأ تطوير واستحداث خدمات مصرفية مميزة كضرورة للاداء المصرفي الأمثل.	2.8523	.90918

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

- طول الفئة= ٥-١/٣ = 1.33 من ١ إلى أقل من ٢,٣٣ الدرجة منخفضة، ومن ٢,٣٤ إلى أقل من ٣,٦٦ الدرجة متوسطة، ومن ٣,٦٧ فأكثر الدرجة مرتفعة.

يتضح لنا من نتائج جدول رقم (٨) أن متغيرات بعد (مستوي أستيراتيجية المنافسة الغير السعرية) التي تحتل المرتبة الأولي بمتوسط (2.8490) وأنحراف معياري (.66070) ،بينما تأتي متغيرا بعد (مستوي أستيراتيجية المنافسة السعرية) في المرتبة الثانية بمتوسط (2.7668) وأنحراف معياري(.65188) وفقا لتنمية الودائع المصرفية محل الدراسة والبحث
وبصفة عامة، يتضح من أستعراض التحليل الوصفي لأبعاد متغير تنمية الودائع المصرفية أن المتوسط الأجمالي (2.8079) والانحراف المعيارى للمتغير ككل (.61666).

٣/١٣-العلاقة بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية:

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الاحصائى الخاص بالإجابة على سؤال هذه الدراسة والمتعلق بتحديد نوع ودرجة العلاقة بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية لدى العاملين بالبنوك الليبية ولتحقيق ذلك قام الباحث بتطبيق أسلوب الارتباط والانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis للتحقق من من نوع ودرجة هذه العلاقة بين متغيرات العوامل الداخلية كمتغير مستقل وتنمية الودائع المصرفية كمتغير تابع وكذلك الأهمية النسبية لمتغيرات العوامل الداخلية الخاضعة للدراسة في علاقتها بتنمية الودائع المصرفية كما في الجدول رقم (٩) كما يلي:

جدول رقم (٩)

نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات العوامل الداخلية وبين تنمية الودائع المصرفية

(مخرجات تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

متغيرات العوامل الداخلية الأكثر تأثيرا في تنمية الودائع المصرفية	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2
تعد صالات الانتظار صحية ومريحة وجذابة للعملاء.	.320	.395	.156
يناسب المظهر العام للمصرف طبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء.	.411	.551	.304
تصميم المبنى والترتيب الداخلي يسهل عملية الحصول على الخدمات.	.346	.430	.185
الموقع الجغرافي للمصرف ملائم، ويمكن الوصول إليه بسهولة، وتتوفر فيه مواقف مناسبة للسيارات.	.424	.487	.237
يتميز موظفو المصرف بمظهر حسن يسهم في جذب العملاء.	.457	.595	.354
يوجد بالمصرف لوحات إرشادية الكترونية لتسريع خدمة العميل.	.223	.260	.067
تتميز الصكوك والبطاقات الائتمانية التي يصدرها المصرف بالكفاءة والفاعلية.	.329	.410	.168
توجد بالمصرف معدات وتجهيزات اكترونية حديثة تسهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية.	.358	.420	.177
يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء.	.486	.618	.382
تتوافر الحماية المادية للأجهزة والشبكات، مثل موظفي الأمن وكاميرات المراقبة.	.437	.466	.217
يتميز العاملون في المصرف بحسن استقبالهم للعملاء والتعامل معهم.	.459	.621	.385
يعمل البنك على الالتزام بحجم رأس المال المناسب، وفقاً لتعليمات البنك المركزي الليبي.	.466	.705	.497
يفتح المصرف قنوات اتصال داخلية وعن بُعد لسهولة الاتصال بالعملاء وجذب الودائع المصرفية.	.363	.381	.145
يقوم المصرف بإجراء دراسات لطبيعة وخصائص واحتياجات العملاء بهدف الحفاظ على العملاء الحاليين، وجذب عملاء جدد.	.475	.516	.266
تخطط إدارة المصرف لتقديم تشكلية متنوعة من الودائع لجذب العملاء.	.412	.430	.185
تسعى إدارة المصرف لزيادة عدد آلات الصرف الآلي وتوزيعها في مناطق عديدة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء وجذب عملاء جدد.	.633	.676	.458

يركز المصرف على تقديم الخدمات المصرفية المناسبة، بما يتلائم مع أماكن تواجد العملاء وامكانياتهم.	.468	.625	.391
تحرص إدارة المصرف وموظفيها على استطلاع دراسة احتياجات العملاء لتحقيق رضاهم.	.470	.499	.249
يقوم العاملون بالمصرف بمساعدة كل العملاء وحل المشاكل لتسهيل حصولهم على الخدمة المصرفية بشكل أفضل.	.596	.683	.466
يلتزم البنك بتعليمات البنك المركزي الليبي بكل دقة.	.306	.521	.271
تحرص إدارة المصرف على توفير دورات تدريبية مستمرة لموظفيه.	.108	.163	.026
توفر إدارة المصرف أماكن خاصة لتقديم الخدمة لكبار العملاء وكبار السن.	.367	.399	.160
يوفر البنك أفضل الخدمات الاكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي الحديثة، ونقاط البيع، والصيرفة المنزلية،ومصارف الانترنت، والتحويلات الالكترونية. لجذب الودائع المصرفية.	.212	.249	.062
يلتزم العاملون في المصرف بتقديم الخدمات للعملاء عند طلبهم دون تأخير.	-.004	.005	.000
يهتم المصرف بتقديم أفضل الخدمات للعملاء لتشجيعهم على زيادة حجم ودائعهم.	.159	.190	.036
يسعى المصرف لتعيين العاملين ذوي الخبرة في تقديم الخدمات المصرفية للمساهمة في تحقيق أهداف البنك.	.194	.253	.064
تستجيب إدارة المصرف بشكل سريع لشكاوى العملاء واستفساراتهم.	.098	.115	.013
يراعي المصرف الدقة في الاعلان عن شروط وتوقيتات تقديم الخدمات المصرفية منه.	.242	.298	.089
تحرص إدارة المصرف والموظفين على أن تكون ساعات العمل مناسبة لظرف معظم العملاء.	.626	.687	.472
يتيح المصرف خدمة توفير خزائن آمنة للعملاء بسعر تنافسي.	.313	.390	.152
معامل الاترتباط المتعدد في النموذج R	.939		
معامل التحديد في النموذج R^2	.882		
قيمة ف المحسوبة	66.609		
درجات الحرية	267،30		
مستوى الدلالة الاحصائية	0.000		

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على التحليل الإحصائي.

وبالنظر إلى الجدول رقم (٩) السابق نلاحظ ما يلى:

- وجود علاقة خطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات العوامل الداخلية في البنوك الليبية وبين تنمية الودائع المصرفية محل الدراسة، وهذه العلاقة تمثل ٩٣,٩٪ (وفقا لمعامل الارتباط المتعدد في النموذجR) وهذه العلاقة طردية حيث كلما زادت العوامل الداخلية لدى البنوك الليبية كلما زادت تنمية الودائع المصرفية.

- العوامل الداخلية في البنوك الليبية محل الدراسة يمكن ان تفسر حوالى ٨٨,٢٪ (وفقا لمعامل التحديد في النموذج) من التباين الكلى في العوامل الداخلية لدى العاملين بالبنوك الليبية.

- **الأهمية النسبية لمتغيرات العوامل الداخلية:**

جميع المتغيرات جاءت دالة احصائيا وتتمتع بعلاقة خطية موجبة ماعدا متغير واحد فقط جاء غير دال احصائيا وهذا يعني ان البنوك محل الدراسة يمكنها رفع تنمية الودائع المصرفية من خلال زيادة كفاءة العوامل الداخلية للبنوك من خلال تعيين موظفين ذوي خبرة او الالتزام لحجم رأس مال مناسب او تقديم الخدمات المصرفية المناسبة او توافر الأجهزة الأمنية الكاملة.

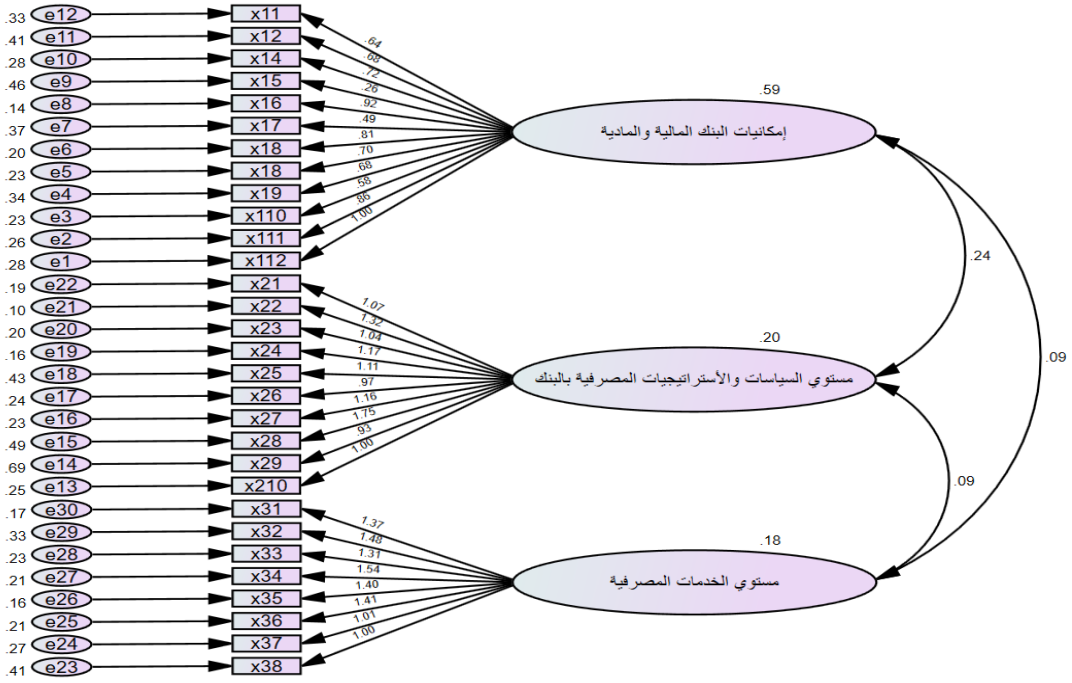
وفى ضوء ما تقدم فقد تقرر رفض الفرض العدم القائل انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية وتم قبول الفرض البديل الذي ينص على "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية

بين العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية" وذلك بعد أن أظهر نوذج تحليل الانحدار المتعدد ان هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية 05. وفقا لاختبار ف F-TEST بين متغيرات العوامل الداخلية وتنمية الودائع المصرفية.

الرابع عشر: التحليل العاملى التوكيدي:

١/١٤: التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد العوامل الداخلية:

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية،(مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك، إمكانيات البنك المالية والمادية، مستوى الخدمات المصرفية)، ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة بين تلك الابعاد والعناصر والعوامل الكامنة لها، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال، والشكل رقم (٣) يوضح مؤشرات جودة النموذج كما يلي:



الشكل رقم (٣) مؤشرات جودة النموذج العوامل الداخلية.

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على التحليل الاحصائي.

نستنتج من الشكل رقم (٣) أن درجة تأثر او تشبع ابعاد المتغير المستقل – العوامل الداخلية: (مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك، إمكانيات البنك المالية والمادية، مستوى الخدمات المصرفية) بكل عبارة من العبارات المعبرة عنه، تعبر كل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من الاسهم المتجهة من البعد الى كل عبارة من العبارات عن درجة تشبع البعد بهذه العبارة.، ويمكن تلخيص أهم نتائج مؤشرات جودة المطابقة للنموذج المقترح لتلك الابعاد كما فى الجدول رقم (١٠) التالى:

جدول (١٠)

مؤشرات جودة المطابقة العوامل الداخلية

Measure	Estimate
GFI	.421
CFI	.471
TLI	.427
RMR	.091
RMSEA	.212

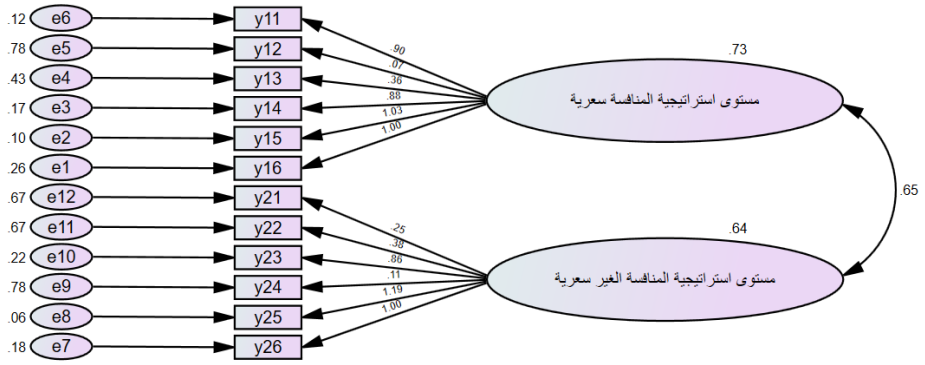
المصدر: من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج برنامج التحليل الإحصائي AMOS.

نلاحظ من الجدول رقم (١٠) أن:

- قيمة مؤشر الجودة Goodness of Fit Index (GFI) بلغت (0.421) وتشير هذه القيمة الى ان جودة النموذج مثالية .
- ان قيمة مؤشر الجودة النسبية The Comparative Fit Index (CFI)، بلغت (0.471)، وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد دل ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.
- ان قيمة **مؤشر جذر متوسط مربع البواقى** (RMR) The root mean square residualبلغت (0.091) وحيث ان هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- ان قيمة معامل تاكر لويس (TLI) The Tucker-Lewis coefficient بلغت (0.427) وحيث يقع النطاق النموذجي لهذا المعامل بين الصفر والواحد، وتشير قيم (TLI) القريبة من ١ إلى ان النموذج ذو ملاءمة جيدة جدًا.
- ان قيمة (RMSEA) بلغت (0.212)، وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠,٠٥ كان ذلك افضل واذا تراوحت القيمة بين (٠,٠٥:٠,٠٨) كان ذلك مقبول اما اذا كانت القيمة اكبر من ٠,٠٨ كان ذلك غير مقبول.
- **اظهرت النتائج ان** بعض مؤشرات جودة النموذج حققت المستوى المطلوب والمقبول به والبعض الاخر جاء قريب من المستوى المطلوب، كما أظهرت النتائج ان هناك علاقة بين أبعاد المتغير المستقل العوامل الداخلية: (مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك، إمكانيات البنك المالية والمادية، مستوى الخدمات المصرفية) والعناصر والعوامل الكامنة لها.

٢/١٤ : التحليل العاملي التوكيدي لابعاد تنمية الودائع المصرفية:

تم استخدام حزمة برنامج التحليل الاحصائي (AMOS) في إجراء عملية التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير التابع تنمية الودائع المصرفية: (مستوى استراتيجية المنافسة سعرية، مستوى استراتيجية المنافسة الغير سعرية) ويستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة بين تلك الابعاد والعناصر والعوامل الكامنة لها، كما يستخدم التحليل العاملي التوكيدي كذلك في تقييم قدرة نموذج العوامل على التعبير عن مجموعة البيانات وكذلك في المقارنة بين عدة نماذج للعوامل بهذا المجال. والشكل رقم (٤) يوضح التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد تنمية الودائع المصرفية كما يلي:



شكل رقم (٤) مؤشرات جودة النموذج تنمية الودائع.

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على التحليل الإحصائي.

ونستنتج من الشكل رقم (٤) أن:

- درجة تأثر او تشبع ابعاد المتغير التابع – تنمية الودائع الصمرفية: (مستوى استراتيجية المنافسة سعرية، مستوى استراتيجية المنافسة الغير سعرية) بكل عبارة من العبارات المعبرة عنه، حيث تعبر كل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من الاسهم المتجهة من البعد الى كل عبارة من العبارات عن درجة تشبع البعد بهذا العبارة. ويمكن تلخيص أهم نتائج مؤشرات جودة المطابقة للنموذج المقترح لتلك الابعاد كما فى الجدول رقم (١١)، كما يلي:

جدول (١١)

مؤشرات جودة المطابقة تنمية الودائع المصرفية

Measure	Estimate
GFI	.472
CFI	.425
TLI	.284
RMR	.175
RMSEA	.456

المصدر: من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج برنامج التحليل الإحصائي AMOS.

نلاحظ من الجدول رقم (٨) ما يلى:

- قيمة **مؤشر الجودة** Goodness of Fit Index (GFI) بلغت (0.472) وتشير هذه القيمة الى ان جودة النموذج مثالية .
- ان قيمة **مؤشر الجودة النسبية** The Comparative Fit Index (CFI) بلغت (0.425) وحيث ان هذا المؤشر ينحصر بين الصفر والواحد وكلما اقتربت قيمته من الواحد، ذلك ان جودة النموذج جيدة جدا.

- ان قيمة **مؤشر جذر متوسط مربع البواقى** (RMR) The root mean square residual بلغت (0.175) وحيث ان هذا المؤشر كلما كان أصغر كان ذلك أفضل، وتشير قيم (RMR) المساوية للصفر إلى ملاءمة مثالية.
- ان **قيمة معامل تاكر لويس** (TLI) The Tucker-Lewis coefficient بلغت (0.284) وحيث يقع النطاق النموذجي لهذا المعامل بين الصفر والواحد، وتشير قيم (TLI) القريبة من ١ إلى ان النموذج ذو ملاءمة جيدة جدًا.
- ان قيمة (RMSEA) بلغت 0.456 وكلما كانت قيمة (RMSEA) اقل من ٠,٠٥ كان ذلك افضل واذا تراوحت القيمة بين (٠,٠٥:٠,٠٨) كان ذلك مقبول اما اذا كانت القيمة اكبر من ٠,٠٨ كان ذلك غير مقبول.

اظهرت النتائج ان بعض مؤشـرات جودة النموذج لم تحقق المسـتوى المطلوب والمقبول به والبعض الاخر جاء قريب من المسـتوى المطلوب، كما أظهرت النتائج ان هناك علاقة بين أبعاد المتغير التابع تنمية الودائع الصمرفية: (مستوى استراتيجية المنافسة سعرية، مستوى استراتيجية المنافسة الغير سعرية)، والعناصر والعوامل الكامنة لها.

الخامس عشر: نتائج إختبارات الفروض:

قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي حيث ان حجم العينة كبير (اكبر من ٣٠) وتوجد ارتباطات خطية معنوية بين ابعاد المتغيرات المستقلة والمتغير التابع وفيما يلي فروض الدراسة:

-الفرض الرئيسي الأول:
لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (العوامل الداخلية) علي ابعاد المتغير التابع (تنمية الودائع المصرفية) محل الدراسة. **وتفرع منها الفروض الآتية**:

١- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للإمكانيات المادية والمالية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك الليبية محل الدراسة.

٢- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصـائية للسـياسـات والإسـتراتيجيات المصـرفية على تنمية الودائع في المصارف التجارية محل الدراسة.

٣- لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصـائية للخدمات المصـرفية المقدمة على تنمية الودائع في المصـارف التجارية محل الدراسة.

وفيما يلي نتائج تحليل هذه الفروض:

١-الفرض الرئيسي الأول:
لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (العوامل الداخلية) علي ابعاد المتغير التابع (تنمية الودائع المصرفية) محل الدراسة والبحث.

قام الباحث بعمل تحليل الانحدار المتعدد وحصل على النتائج التالية:

جدول رقم (١٢)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد العوامل الداخلية علي تنمية الودائع المصرفية

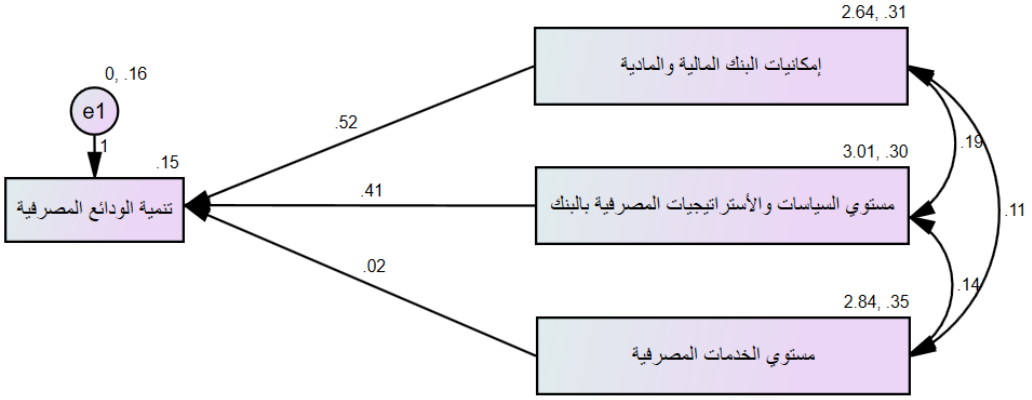
Regression Weights					
المتغيرات	**المعلمات المقدرة β_i**	**الخطأ المعيارى S.E.**	**النسبة الحرجة C.R.**	**مستوى المعنوية P-Label**	**معامل التحديد R^2**
الثابت	.147	.149	.986	.324	.575
إمكانيات البنك المالية والمادية	.519	.054	9.651	0.00	
مستوي السياسات والأستراتيجيات المصرفية بالبنك	.410	.057	7.148	0.00	
مستوي الخدمات المصرفية	.020	.044	.463	.643	

المصدر: من إعداد الباحث إستناداً إلى نتائج التحليل الإحصائيAMOS

يتضح من الجدول رقم (١٢) أن:

- قيمة النسبة الحرجة Critical Ratio For Regression Weight (CR) المحسوبة لابعاد تطبيق الأساليب الالكترونية اكبر من القيمة الجدولية (± ١,٩٦) ماعدا بعد **(مستوي الخدمات المصرفية)** ، بالاضافة الى ان مستوى المعنوية للابعاد اقل من (٠,٠١) ماعدا بعد **مستوي الخدمات المصرفية**، وهذا يدل على ان هذه الابعاد معنوية و لها تأثير ذو دلالة احصائية على (**مستوي تنمية الودائع المصرفية**).
- قيمة الخطأ المعيارى لجميع الابعاد اقل من (٥٠٪) مما يدل على انخفاض التباين بالنسبة لهذا النموذج.
- أن قيمة **معامل التحديد (R^2) (.575)** بلغت ى أن المتغير المستقل –العوامل الداخلية يفسر**(٥٧,٥٪)** من التغير الكلي في المتغير التابع **(مستوى تنمية لودائع المصرفية)** ، وباقي النسبة ترجع إلى الخطأ العشوائي أو ربما ترجع لعدم إدراج متغيرات مستقلة أخرى كان من المفروض إدراجها ضمن النموذج.

والشكل رقم (٥) يوضح النموذج المقدر:



شكل رقم (٥) النموذج المقدر للعوامل الداخلية.

المصدر من اعداد الباحث بناءً على التحليل الإحصائي.

وبناءاً على نتائج الجدول رقم (٥) نرفض الفرض العدم ونقبل الفرض البديل، أى انه هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل –العوامل الداخلية علي المتغير التابع –تنمية الودائع المصرفية ماعدا بعد مستوى الخدمات المصرفية.

السادس عشر: نتائج وتوصيات البحث:

١/١٦: نتائج الدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باختبار الفرضيات على رفض العدم كما هو مبين بالجدول أدناه وفق التالي:

جدول رقم(١٣)

ملخص نتائج فرضيات الدراسة

رقم الفرض	الفرض	النتيجة
الفرض الأول	لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصـــائية للعوامل الداخلية (إمكانيات البنك المادية والمالية، والسياسات والاستراتيجيات المصرفية، الخدمات المصرفية المقدمة)، على تنمية الودائع في المصارف التجارية الليبية محل الدراسة.	تم رفض الفرضـــية الأولى وقبول بديلها.
١/١	لا يوجد أثرمعنوي ذو دلالة إحصـائية للإمكانيات المادية والمالية على تنمية الودائع المصرفية في البنوك الليبية محل الدراسة.	تم رفض الفرضية الأولى وقبول بديلها.
٢/١	لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للسياسات والإستراتيجيات المصرفية على تنمية الودائع في المصارف التجارية محل الدراسة.	تم رفض الفرضية الأولى وقبول بديلها.
٣/١	لا يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصـــائية للخدمات المصـــرفية المقدمة على تنمية الودائع في المصارف التجارية محل الدراسة.	تم رفض الفرضية الأولى وقبول نقيضها.

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على التحليل الإحصائي.

٢/١٦: توصيات الدراسة:

في إطار مشـكلة الدراســة وفروضــها وأهدافها وفي إطار نتائج اختبارات الفروض يمكن القول بأن أهم توصيات الدراسة كانت على النحو التالي:

١-الاهتمام بتصاميم مباني المصارف والبنى التحتية وترتيبها الداخلي ومظهرها العام لضمان الحصول على خدمات مميزة.

٢-إعادة النظر في التوزيع الجغرافي لفروع المصارف في العاصمة بما يتناسب والكثافة السكانية في أحياء العاصمة.

٣-الاهتمام بتوفير الأجهزة الأمنية الكافية وتأمين المناطق حول المصارف لحماية عملاء المصارف ومدخراتهم.

٤-الحرص على تقديم الخدمات المطلوبة من قبل العملاء بسرعة وبدون تأخير.

٥-ضرورة تقديم الهدايا الرمزية بالمواسم والأعياد والمناسبات كالأجهزة المنزلية والكهربائية رغبة منها في جذب المزيد من الودائع المصرفية.

٧-الحرص على دراسة أسعار المنافسين قبل تحديد أسعار الخدمات المصرفية.

٨-الاهتمام بالعملاء المهمين من كبار التجار والمستثمرين وتقديم خدمات مميزة لهم.

٩- العمل على إجراء دراسات وأبحاث دورية للوقوف على أهم المشاكل التي يمكن أن تواجه العميل عن طريق طرح أسئلة في شكل استبيان يخص العملاء بصفة دورية وليكن على مدار مرتين.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. أبو رحمة، سيرين سميح (٢٠٠٩)، السيولة المصرفية وأثرها في العائد والمخاطرة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، ص٣.

٢. أحمد، رنا (٢٠٠٩)، "العوامل المؤثرة على نمو الودائع المصرفية في الأردن ٢٠٠٧م، "رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، كلية التجارة- إدارة الأعمال، ص ٥٠.

٣. الأعرج ، رأفت(٢٠١١)، تأثير إنشاء نظام ضمان الودائع على استقرار الجهاز المصرفي الفلسطيني- دراسة تحليلية ميدانية "، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية،ص ٣٠.

٤. الزبيدي، حمزة محمود (٢٠٠٠)، إدارة المصارف، "استراتيجيات تعبة الودائع"، مؤسسة الورق عمان، الأردن، ص١٦٧.

٥. عبدالله، الصادق (٢٠١٧)، إطار مقترح لتقييم جودة الخدمات المصرفية وتأثيره على كفاءة الأداء المصرفي: دراسة ميدانية بالتطبيق على البنوك التجارية الليبية، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، جامعة قناة السويس، ص١٠٠.

٦. الفيتوري، فتحي محمد (٢٠٠٦)، أثر العوامل الداخلية والخارجية في حجم الودائع المصرفية بالمصارف التجارية- دراسة تطبيقيةعلى مصرفي الجمهورية والوحدة خلال الفترة ١٩٩١-٢٠٠٢ إفرنجيي، رسالة ماجستير، أكاديمية الدراسات العليا،مدرسة العلوم الإدارية والمالية، قسم التمويل والمصارف، ص٦٦.

٧. المدهون، خالد محمد (٢٠١٣)، نموذج مقترح للتنبؤ بحجم ودائع العملاء في البنوك التجارية الفلسطينية، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، كلية إدارة المال والأعمال، العدد الخامس، ص ٣٥.

٨. بالعربي ، أسماء (٢٠١٦)، "دور نظام الودائع في التقليل من التعثر المصرفي"، دراسة حالة المصارف الجزائرية، رسالة وعلوم التسيير، ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة أم البواقي،ص٣.

٩. جودة، زياد رمضان محفوظ (٢٠٠٦)، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ص٨٠-٨١.

١٠. حسان، رانية خليل (٢٠٠٧)، 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،ص١٦.

١١. زينوني، كمال (٢٠١٢)، "دور نظام التأمين على الودائع في سلامة البنوك من التعثر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، قسم العلوم الاقتصادية،٣٥.

١٢. سلطان، محمد سعيد (٢٠٠٢)، "إدارة البنوك التجارية"، الدار الجامعية، القاهرة، ص٤٣.

١٣. عبد الفتاح، رفعت(٢٠١١)، الفائدة وأثرها على تغيرات حجم الودائع، مجلة كلية جامعة بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد٢٦، بغداد، ص٢٥.

١٤. عبدالوهاب، محمود علي (٢٠١١)، "النظام القانوني لحسابات الودائع النقدية المصرفية"، دار النهضة العربية، القاهرة، ص١٩-٢٠.

١٥. عيد، أيمن عادل (٢٠١٧)، الإدارة المالية مدخل التفكير المالي، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة، ، ص٢٩٩.

١٦. عيد، أيمن عادل (٢٠١٦)، البحث العلمي مدخل تطبيقي، الطبعة الأولى، كلية التجارة، مدينة السادات.

١٧. مرشد، محمد فايز(٢٠١٨)، دراسة العوامل المؤثرة على جذب واستقطاب الودائع المصرفية- دراسة حالة تطبيقية- على عملاء المصارف التجارية الخاصة في سوريا، رسالة ماجستير في إدارة ، الأعمال، المعهد العالي لإدارة الأعمال، ص٥٧-٥٨.

١٨. محمد، وأخرون، الدليل الشامل للتحليل الإحصائي SPSS ، دار النشر ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٢١.

١٩. ناندوم، إبراهيم ، العوامل التي تحدد نمو الودائع المصرفية في تركيا، تحليل تجريبي، مجلة راجا جير بأمير، للنشر، المجلد ١٤، ط ٢، ٢٠٢٠م،ص ٢٣٥.

٢٠. هنيدي، منير إبراهيم (٢٠١٥)، "إدارة البنوك التجارية- مدخل اتخاذ القرارات"، ط٣، توزيع المكتب المغربي الحديث الإسكندرية، ص١٤.

ثانيا: المصادر الأجنبية:

1- Tvalodze Salome and Tcchaidze Robert. 2011, " Deposit Formation in Georqgia " lnternational Monetary Fynd.

1. Ahmadu Abu-Bakr, (2014) European Journal of Business and Management ,ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.6, No.pp.333.
2. Balance Sheet", (2017) Component – Liabilities ", Investopedia, " Retrieved 8-5-2017 Edited. pp. 30-32
3. Drechsler, I., Savov, A., &Schnabl, P, (2017) The Deposits Channel Of Monetary Policy. The Quarterly Journal Of Economics, 132(4), 1819-1876. P. 132.
4. Eriemo, N.O. (2014), "Macroeconomic Determinants Of Bank Deposits In Nigeria", Journal Of Economic And Sustainable Development, Vol. 5 No. 10, pp. 49-58.
5. Gunasekara, H.U. And Kumari, P, (2018) "Factors Affecting For Deposit Mobilization In Sri Lanka", International Review Of Management And Marketing, Vol. 8 No. 5, Pp. 30-42.
6. Has An Raze, Samreen Henna And Atiya Saied, (2017) The Effects Of Interest Rate On Saving And Deposits In Pakistan, International Journal Of Business And General Management (IJBGM) ISSN(P) : 2319-2267; ISSN(E): 2319-2275 pp. 240-260.
7. Hubarieva I, Lebid O , Zuieva O, (2017), "Deptermining The Priority Sources For Attracting ", Jourual Banks And Banks Systems, 12 (3) , pp.215-227.
8. Machona V. &Kaseke N., (2013) " Deposit-Attracting Strategies In The Financial Sector In A Multi- Currency Setting: The Case Of Commercial Banks In Zimbabwe", University Of Zimbabwe Business Review, Vol. (1), No.(1).p.10.
9. Nowalser, Reemah, JamaldeenFaleel, (2021), Influences Of E Banking Services Toward Customer Values And Loyalty- Palarchs Journal Oj Archaeology Oj Egyptology 18(13), pp.20-28.
10. Richard Tuyishime , Dr. Florence Mamba And Dr. Zen Onmbera, (2015) "International Ournal Of Small Business And Entrepreneurship Research" Vol.3, No.6, November.pp.123-140.
11. Shaba Telatela, (2013) Assessment, Of Factors That DetermineDeposits,Mobilizatlonln Financial Institutional Case Tanzanlanpostal Bank, Award Of Masters Degree In Business Administration (Corporate Management Of Mumble University, p315.
12. Turhani, Altin, (2016) " The Determinative Factors Of Deposits Behavior In Banking System In Albania" , Academic Journal Of Interdisciplinary Studies.p60.
13. Yakubu, I.N. And Abokor, A.H, (2020) "Factors Determining Bank Deposit Growth In Turkey: An Empirical Analysis", Rajagiri Management Journal, Vol. 14 No. 2, pp.121-132.