



جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الإقتصادية

العنوان

تقييم الأمان المصرفي من منظور العميل

"دراسة عينة من البنوك الجزائرية بولاية عين الدفلى"

مذكرة مقدمة للاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية

تخصص: تأمينات وبنوك

إعداد الطلبة: سارة رحالي جميلة تق

نوقشت واجيزت علنا أمام اللجنة المكونة من:

/ يوسف بوكديرون (أستاذ محاضر ب-جامعة الجيلالي بونعامة) رئيسا
/ محمد إلفي (أستاذ محاضر أ -جامعة الجيلالي بونعامة) مشرفا
/ أحمد فرعون (أستاذ محاضر -جامعة الجيلالي بونعامة) ممتحنا

السنة الجامعية: 2017/2016

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما عز وجل:

"فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا" الآية (23-24) من سورة الاسراء ص 284.

أعز وأغلى ما أملك على وجه البسيطة والدي العزيزين واللذان بفضلهما وصلت إلى هذا المستوى وأتمنى لهما طول العمر ودوام الصحة كما أخص بالذكر أخواتي فاطمة الزهراء، عائشة، ابتسام، وإلى من شاركتني في إنجاز هذا العمل صديقتي جميلة، إلى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة خميس مليانة وإلى كل من وقف إلى جانبي وشجعني وقدم لي يد العون في استكمال هذه المذكرة.

سارة

إهداء

إلى منبع كل حرف من كل معنى صادق نبيل أمي الغالية
إلى الذي كان سندا لي وقدوة على مواصلةأبي الغالي
حفظهما الله

إلى إخوتي الذي هم سندي وعوني في هذه الحياة: " فاطمة
الزهراء، أمال، ملاك، اسامة ، عبد الرزاق ، عبد القادر، عبد الرؤوف "
إلى العزيزة على قلبي: " بيان "

إلى من جمعتني بهم المحبة والصدقة : "حنان، سمية ، جميلة ، سهام
،خليدة "

والى صديقتي وأختي " وسيلة "
إلى من عملت معي بكد بغية إتمام هذا العمل إلى صديقتي ورفيقة دربي
"سارة"

إلى كل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي
إلى كل هؤلاء اهدي عملي هذا

جميلة

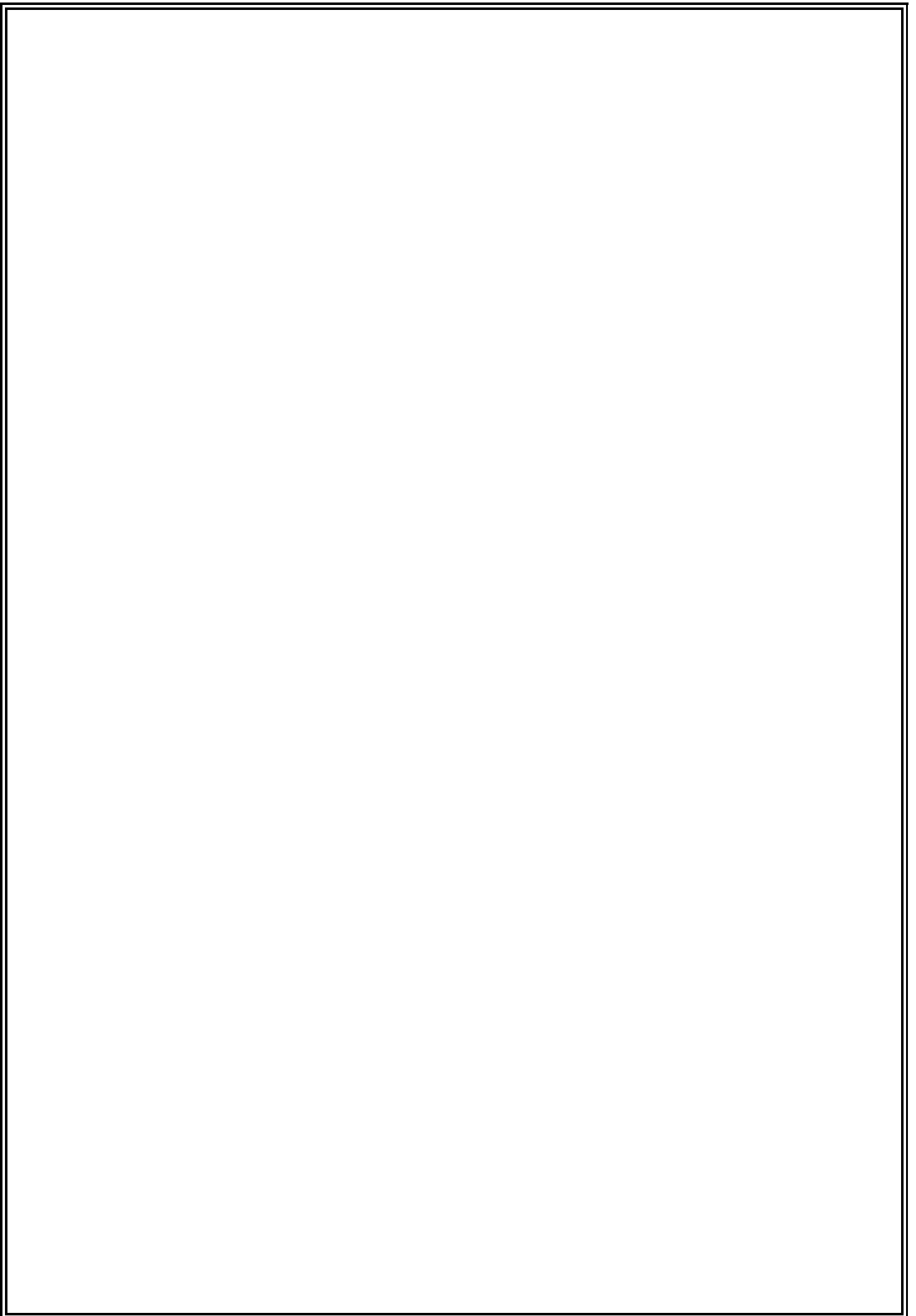
كلمة شكر

نتوجه بأول شكر إلى المولى عز وجل ونحمده حمدا كثيرا طيبا، مباركاً فيه، كما يليق بجلال وجهه الكريم الذي أنار دربنا وتمكنا بفضلته من القيام بهذا العمل.

كما نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى الدكتور المشرف اليفي محمد الذي لم يبخل علينا بإرشاداته وتوجيهاته لإعداد هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الخالص والتقدير الكبير إلى كل موظفي وعملاء الوكالات البنكية بولاية عين الدفلى الذين كانوا صبورين معنا وأمدونا من وقتهم الكثير ولم يبخلوا علينا بالمعلومات القيمة.

ونقدم شكرنا إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل، وأخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.



الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة الأمان المصرفي، وتوضيح العوامل المؤثرة على مدى شعور العميل بالأمان عند اختياره للمصرف، وذلك بغية الخروج بمجموعة من التوصيات و المقترحات التي من الممكن في حال الأخذ بها المساهمة في تعزيز درجة الأمان في المصارف وزيادة ثقة العملاء بها. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبيان على عينة من العملاء لستة مصارف عاملة بولاية عين الدفلى وقد تم استخدام عددا من الأساليب الإحصائية ومعالجتها ببرنامج SPSS16 لمعرفة النتائج المتوصل إليها واختبار الفرضيات التي تم وضعها. وقد خلصت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين شعور العميل بالأمان لدى المصرف وبين مجموعة من العوامل الكمية مثل: رأس المال، الربحية، السيولة بالإضافة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الأمان المصرفي ومجموعة من العوامل النوعية مثل: جودة الخدمات المصرفية الأداء التسويقي والسياسة الائتمانية.

الكلمات المفتاحية: التقييم، الأمان المصرفي، العميل، العوامل الكمية، العوامل النوعية.

Résumé:

L' Objectif de cette étude sert à connaître la sécurité bancaire et à préciser les facteurs influant sur l'avis du client avec assurance dans le choix de la Banque, Pour sortir une série de recommandations et de propositions afin de contribuer au renforcement du niveau de sécurité dans les banques et accroître la confiance de ses clients.

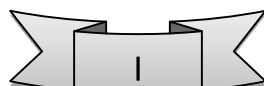
Pour atteindre notre objectif prévu dans notre recherche nous avons procéder à une distribution de questionnaire à certain clients dans six banques de la wilaya de Ain Defla, pour voir les résultats qui ont été atteints et les hypothèses testées qui ont été mis au point nous avons utilisé un certain nombre de méthodes statistiques qui ont été traité au spss16.

L'étude a conclu qu'il existe une relation statistiquement significative entre le sens du client de la sécurité dans la banque et un groupe de facteurs quantitatifs tels que le capital, la rentabilité, la liquidité ainsi que l'existence d'une relation statistiquement significative entre la sécurité bancaire et une série de facteurs qualitatifs tels que la qualité des services bancaires, la performance marketing politique de crédit.

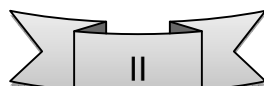
Mots-clés: évaluation, sécurité bancaire, la clientèle, les facteurs quantitatifs, facteurs qualitatifs.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتويات
I III IV	اهداء كلمة الشكر الملخص قائمة المحتويات قائمة الجداول قائمة الاختصارات والرموز
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية الأمان المصرفي
3	المطلب الأول: مفهوم الامان المصرفي
5	المطلب الثاني: اهمية وخصائص الامان المصرفي
7	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على درجة الامان المصرفي من منظور العميل
11	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
11	المطلب الأول: الدراسات العربية والمحلية
14	المطلب الثاني: الدراسات الاجنبية
15	المطلب الثالث: أوجه التشابه والإختلاف
17	خلاصة الفصل الاول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
19	تمهيد
20	المبحث الأول: الطريقة والادوات المستعملة
20	المطلب الأول: طريقة جمع البيانات
21	المطلب الثاني: أدوات التحليل الإحصائية المستخدمة
22	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
22	المطلب الأول: تحليل البيانات وعرض النتائج
40	المطلب الثاني: مناقشة وتفسير النتائج



42	خلاصة الفصل الثاني
44	الخاتمة
48	قائمة المراجع
51	الملاحق
55	الفهرس



A decorative rectangular border with intricate floral and scrollwork patterns, framing the central text.

قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجداول
21	مقياس ليكرت الخماسي	(2-1)
23	One sample Test	(2-2)
23	اختبار ثبات الاستبيان وفق طريقة ألفا كرونباخ	(2-3)
24	توصيف المتغيرات الديموغرافية للعينة	(2-4)
26	نتائج اختبار الفرضية الأولى باستخدام تحليل ANOVA	(2-5)
27	نتائج اختبار الفرضية الثانية باستخدام تحليل ANOVA	(2-6)
28	نتائج اختبار الفرضية الثالثة باستخدام تحليل ANOVA	(2-7)
29	نتائج اختبار الفرضية الرابعة باستخدام تحليل ANOVA	(2-8)
30	نتائج اختبار الفرضية الخامسة باستخدام تحليل ANOVA	(2-9)
32	توصيف مقياس رأس المال	(2-10)
33	توصيف مقياس الربحية	(2-11)
35	توصيف مقياس السيولة	(2-12)
37	توصيف مقياس جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي	(2-13)
39	توصيف مقياس السياسة الائتمانية	(2-14)

قائمة الاختصارات

والرموز

قائمة الاختصارات والرموز

الرمز	الدلالة باللغة الأجنبية	الدلالة باللغة العربية
CNEP	Caisse Nationale D 'épargne et de Prévoyance Banque	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
BNA	Banque Nationale D 'Algérie	البنك الوطني الجزائري
BADR	Banque de l 'Agriculture et du Développement Rural	البنك الفلاحة والتنمية الفلاحية
CPA	Crédit Populaire D 'Algérie	القرض الشعبي الجزائري
BEA	Banque Extérieure d'Algérie	البنك الخارجي الجزائري
BDL	Banque de Développement Local	بنك التنمية المحلية
ANOVA	Analysis of Variance	تحليل التباين الأحادي
SPSS	Statistical Package for Social Sciences	الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية
DF	Degree of Freedom	درجة حرية الانحدار
Sig	Significance Level	مستوى الدلالة معنوية
F	The value of the regression analysis test for the regression line	قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار

مقدمة عامة

يحتل القطاع المصرفي مركزا حيويا في النظم الاقتصادية والمالية، بما له من تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية من خلال تعبئة المدخرات وتوزيعها على الاستثمارات المختلفة، والبنوك في مجموعها تكون حلقة تتفاعل داخلها شتى مجالات النشاط الاقتصادي من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متعددة ومتنوعة تساعد كثيرا في تنشيط العمليات الاقتصادية والمالية والتجارية.

ومن المعروف أنه من الأهداف الأساسية لأي مصرف هو جذب أكبر عدد ممكن من العملاء ، حيث يتعدد المتعاملون مع القطاع المصرفي من قطاعات وأشخاص طبيعيين ومعنويين بمختلف صفاتهم كعملاء (مودعين ومقترضين) أو كمستثمرين (حاليين أو محتملين) ، وما يدفعهم للتعامل مع المصرف هو عامل الأمان الذي يتمثل في شعور العميل أن علاقته مع المصرف ليست في موقع تهديد وأن هذه العلاقة يسودها جو من الثقة والطمأنينة وأن المصرف مؤتمن على مدخراته المالية.

وتتوقف درجة تقييم الأمان في المصارف من وجهة نظر العملاء على مجموعة من العوامل التي تؤثر على سلوكهم في الإقبال على مصرف دون اخر والتي سيتم التعرف عليها وعلى أهميتها من خلال هذا البحث .
وبما أن الجزائر تسعى إلى ضمان أمان وسلامة قطاعها المصرفي وذلك من أجل تطوير هذا القطاع والتكيف مع التطورات الحاصلة في الاقتصاد العالمي قمنا بتسليط الضوء على عينة من المصارف الجزائرية بولاية عين الدفلى.

ويقودنا ما سبق إلى طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى تقييم درجة الأمان المصرفي من وجهة نظر العميل في الجزائر؟

من خلال هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- فيما يتمثل الأمان المصرفي؟

- هل تعتبر العوامل الكمية والنوعية مهمة في التأثير على شعور العميل بالأمان المصرفي؟

-فرضيات البحث: للإجابة عن أسئلة البحث تم صياغة الفرضيات التالية:

1. الخصائص الديموغرافية للعميل لا تؤثر في شعوره بالأمان المصرفي؛

2. تعتبر العوامل الكمية ذات أهمية في التأثير على شعور العميل بالأمان المصرفي؛

3. تعتبر العوامل النوعية ذات أهمية في التأثير على شعور العميل بالأمان المصرفي.

-مبررات اختيار الموضوع: يعتبر موضوع الأمان المصرفي من الموضوعات الهامة للنشاط المصرفي والعاملين فيه بشكل عام وذلك باعتباره الهدف الأول الذي يسعى إليه المصرف لكسب ثقة العملاء وجذب أكبر عدد منهم، ويمكن إيجاز هذه الدوافع فيما يلي:

-الميل العلمي بحكم أن موضوع البحث هو من المواضيع الحديثة نسبياً؛
-كون الدراسات والأبحاث في هذا المجال قليلة من جهة، ومن جهة أخرى الأهمية الكبيرة التي يتمتع بها
موضوع البحث في الوقت الحالي؛

-احتلال قطاع المصارف مكانة هامة في الاقتصاد الوطني؛

- لفت انتباه إدارات البنوك لأهمية الأمان المصرفي في كسب ثقة العملاء..

-أهمية البحث: ترجع أهمية هذه الدراسة إلى أهمية الأمان المصرفي، الذي يحقق فوائد للعديد من الجهات
مثل:

المستثمرين: للمحافظة على استثماراتهم، والمودعين: من أجل الاطمئنان على استرجاع ودائعهم من جهة
والفوائد المترتبة عليها من جهة أخرى، والمالكين: من أجل تعظيم رؤوس أموالهم وتعظيم الأرباح المترتبة عليها،
والمقترضين: من خلال زيادة ثقتهم بالمصارف التي يقترضون منها وسهولة اختيارها.

ويكتسب البحث أهميته من خلال أنه يشكل محاولة متواضعة للمساهمة في تحديد العوامل التي تؤثر على درجة
الأمان المصرفي، وبالتالي على سلوك العملاء في الإقبال على مصرف دون آخر.

أهداف البحث: يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية :

1- إعطاء مفهوم شامل حول موضوع الأمان المصرفي ودراسته من مختلف جوانبه؛

2- تحديد وتحليل العوامل المؤثرة على درجة تقييم الأمان المصرفي ومعرفة مدى أهميتها بالنسبة للعميل عند
اختياره لأي مصرف؛

3- توفير قاعدة معلوماتية تساعد إدارة المصارف خاصة مصارف ولاية عين الدفلى في تحديد أكثر العوامل
أهمية بالنسبة للزبون عند تقييمه لدرجة الأمان المصرفي وأخذها بعين الاعتبار من أجل جذب أكبر عدد ممكن
من الزبائن؛

4- اظهار كفاءات وطرق جمع البيانات عن العملاء وكيفية توظيفها باستعمال أدوات التحليل والمعالجة
الإحصائية الملائمة؛

5- الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات التي من الممكن في حال الأخذ بها للمساهمة في تعزيز درجة
الأمان المصرفي في بعض المصارف العامة في ولاية عين الدفلى .

-حدود الدراسة: تتمثل الحدود الزمنية في الفترة الممتدة من مارس 2017 إلى ماي 2017 ، أما البعد المكاني
فقد انحصرت فيه الدراسة في توزيع استبانة على عينة من المصارف العاملة بولاية عين الدفلى، حيث شملت
150 استبانة.

- منهجية البحث: لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الاستقرائي الوصفي.
- صعوبات البحث: تتمحور أهم الصعوبات التي واجهتنا في اتمام هذا البحث في:
 - ندرة المراجع المكتبية المتخصصة في مجال الأمان المصرفي؛
 - نقص المعلومات الكافية حول هذا النشاط في البنوك الجزائرية لحدثة هذا النشاط بها؛
 - لم نحظ بأية استقبال من قبل بعض المصارف بولاية عين الدفلى؛
 - صعوبة تجاوب عملاء المصارف معنا خاصة وأنهم ذو مستويات علمية وفئات عمرية مختلفة الأمر الذي أوجب علينا بذل جهد ووقت اضافيين لإتمام جمع واسترجاع الاستبيانات الموزعة.
- هيكل البحث: لقد تم عرض الأفكار الأساسية لهذا البحث من خلال فصلين حيث ركز الفصل الأول على المفاهيم الأساسية للأمان المصرفي و تحديد العوامل المؤثرة على درجة الأمان للمصارف بالإضافة الى تحديد الدراسات السابقة التي عالجت موضوع الأمان المصرفي، أما الفصل الثاني فيتمثل في الجانب التطبيقي و الذي ركزنا من خلاله على أهمية كل عامل من العوامل بالنسبة للعميل.



الفصل الأول:

الادبيات النظرية والتطبيقية

تمهيد:

تسعى كل المصارف الى بناء علاقة طويلة الأمد مع العملاء، ويعتبر الأمان المصرفي مهم وضروري لتحقيق هذه العلاقة لأنه يؤدي الى خلق جو من الثقة والطمأنينة ويوسع قاعدة العملاء، وحتى يتمكن العميل من تقييم درجة الأمان في المصارف لا بد من توفر مجموعة من العوامل التي تؤثر في شعوره بالأمان وفي سلوكه في الإقبال على اختيار مصرف دون اخر. حيث ركزنا في هذا الفصل إلى التعرف على مجموع هذه العوامل بالإضافة الى تقديم مفهوم شامل للأمان المصرفي وتحديد الدراسات السابقة التي اهتمت بهذا الموضوع.

المبحث الأول: ماهية الأمان المصرفي.

يعتبر الأمان المصرفي أحد المصطلحات الحديثة التي انتشرت مؤخرا حيث في ظل التغيرات المصرفية المعاصرة وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة حتى أصبح توفر الأمان هو المطلوب المهم للعملاء في تعاملهم مع أي مصرف، لذا خصصنا هذا المبحث للتعرف على الأمان المصرفي، أهميته وخصائصه.

المطلب الأول: مفهوم الأمان المصرفي.

يرتبط الأمان المصرفي بالعديد من المصطلحات التي تشير إلى نفس المفهوم حيث:

أولاً- تعريف الأمان والسلامة.

يمكن تعريف الأمان والسلامة لغة واصطلاحاً كما يلي:

1- الأمان لغة: بمعنى طمأنينة النفس وسكونها وعدم الخوف. وهي الحالة التي يكون عليها الإنسان فيوصف بأنه آمن¹. فالأمان والخوف نقيضان لا يجتمعان ولا يرتفعان، بمعنى أن الإنسان لا تخلو حياته منها فهو إما في أمان أو خوف².

2- الأمان اصطلاحاً: هي مجموعة من الاحاسيس والمشاعر تتكون لدى الفرد بان حياته ومصالحه وكذلك مصالح وطنه وجماعته واسرته مصونة ومحمية³.

3- السلامة لغة: يقال سلم يسلم سلاماً وسلامة، وهي البراءة من الآفات والعيوب⁴.

4- السلامة اصطلاحاً: هي الصحة والمعافاة والنجاة من المهالك والعيوب وهي أيضاً الثقة والاطمئنان النفسي من عدم وجود خطر نخافه⁵.

ثانياً- تعريف الأمان من الجانب المصرفي:

هناك عدة تعاريف للأمان المصرفي حيث نجد:

-الأمان المصرفي هو «شعور العميل بأن علاقاته مع المصرف ليست في موقع تهديد، وأن هذا المصرف مؤتمن على مدخراته المالية» وهذا يعتمد على قدرة المصرف على إيصال رسالة للعملاء أن الامكانيات الموجودة لديه قادرة على مواجهة كل المخاطر التي قد تتجم عند حدوث أي أزمة، بالإضافة الى انجاز الخدمة المصرفية

¹-حسام ابراهيم حسين أبو الحاج، أطروحة الدكتوراه في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2006، ص 10.

²-سها سليمان علي، دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال جامعة تشرين، سوريا 2011 ص 13.

³-حسام ابراهيم حسين أبو الحاج، نفس المرجع السابق، ص 12.

⁴-عبد العزيز محمد الجبري، معايير السلامة القائية ودورها في الحد من حوادث الحريق في الأبراج السكنية العالية، رسالة ماجستير في العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض 2010 ص 8.

⁵-فراج علي سعد السبيعي، مدى الرضا عن مستوى خدمات الأمن والسلامة في مدينة الملك فهد الطبية من وجهة نظر المبحوثين، رسالة ماجستير في قسم العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض ص 22.

بشكل دقيق ومستقل في جو من المرونة والسهولة والشفافية والسرعة في التعامل، إضافة الى التنظيم وتجنب الفوضى مع المتابعة الحثيثة الجادة لكل جديد في عالم المصارف والاقتصاد¹.

- يقصد بالأمان المصرفي الاحاطة والحذر من المخاطر التي قد تتعرض لها البنوك التجارية من عملياتها التشغيلية وتتمثل هذه المخاطر بمخاطر السيولة، ومخاطر الائتمان ومخاطر رأس المال، ومخاطر سعر الفائدة، ودرجة الأمان المصرفي مرتبطة بالربحية والسيولة، ومدى ملائمة رأس المال لإجمالي الموجودات، اي المحافظة على المركز المالي للمصرف في صورة جيدة، فوظيفة رأس المال بالإضافة الى شراء المباني والعدد اللازمة لعمل المصرف، تعني أيضا قدرته على مواجهة الخسائر غير المتوقعة، ومواجهة الطلب غير المتوقع على السيولة، وهناك نسبة تقيس درجة الأمان المصرفي تشير الى الاحاطة والحذر من المخاطر التي قد تتعرض لها المصارف من عملياتها التشغيلية وتتمثل في المعادلة التالية²:

$$\text{الأمان المصرفي} = \text{حقوق الملكية/إجمالي الموجودات}$$

- يعرف wellink القطاع المصرفي المستقر بأنه القطاع القادر على توزيع الموارد المالية بكفاءة مع امتصاص الصدمات والحوادث دون تعميق تأثيرها على الاقتصاد الحقيقي- و تتمثل اسس تحقيق الاستقرار المصرفي في التنظيم والاشراف على البنوك اشرفا جيدا- الرقابة الفعالة على العمليات المصرفية؛ التحكم في مسببات هشاشة القطاع المصرفي وضع قواعد لإدارة المخاطر بالإضافة إلى وجود أدوات فعالة لإدارة الأزمات المصرفية ومؤشرات للإنذار المبكر³.

-تعرف السلامة المصرفية بأنها قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المختلفة، حيث يكون المصرف قادرا على تحقيق الارباح ويدرار بكفاءة ويتمتع براس مال كاف، فالمصارف غير الكفوة ستعاني من قصور في السيولة وتسبب في النهاية ازمة اعسار[] وبالتالي يتطلب مبدأ السلامة المصرفية ان تتمتع كل وحدة من وحدات الجهاز المصرفي بموقف مالي سليم ومعافى ويكون لديها القدرة على القيام بدورها في الوساطة بكفاءة ، فالسلامة المصرفية قضية تتعلق بداية بالمصارف على المستوى الجزئي وتصبح أكثر احتمالا لتكون في النظام المصرفي

¹-سها سليمان علي، مرجع سبق ذكره ص ص 13-14.

²-مجد عمران، أثر المخاطر المصرفية في درجة الأمان المصرفي في المصارف التجارية الخاصة في سورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، العدد 0112015، سوريا، 15-02-2015 ص 471.

³-محمد بن بوزيان وآخرون، تحليل العلاقة بين الاستقرار المصرفي والقدرة التنافسية للبنوك، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، العدد الخامس، السنة الخامسة، الوادي، 2014 71 123 .

والاقتصادي ككل من خلال العلاقات المالية المتشابكة بين المصارف والمصرف المركزي والسوق المالية... الخ
وكون جميع المصارف تتأثر بظروف السيولة والاعسار التي تحدث في بعضها¹.
وبناء على ما سبق يمكن تعريف الأمان المصرفي على أنه²:

"الحالة التي تتمتع بها معظم المصارف بمراكز مالية قوية وتكون قادرة على العمل بكفاءة، ضمن بيئة اقتصادية سليمة وقواعد تنظيمية واشراف مصرفي حصين بما يمكنها من تجنب الأزمات التي تتعرض لها، وتقديم التمويل اللازم للاقتصاد وتحقيق الكفاءة في عملية تخصيص الموارد بما يسهم في النمو المالي والاقتصادي".

المطلب الثاني: أهمية وخصائص الامان المصرفي

يبين المطلب كل من أهمية الأمان المصرفي بالنسبة للمصرف والعميل وبالنسبة إلى الدولة مع توضيح الخصائص التي يعتمد عليها الأمان في المصرف.

أولاً- أهمية الأمان المصرفي:

سنتحدث عن أهمية الامان المصرفي من ثلاث جوانب³:

1- من منظور المصرف: من المعلوم ان مدخرات وودائع العملاء هي المكون الرئيسي لموارد المصارف اضافة لحقوق الملكية، هذه الموارد التي تعتبر الركيزة الاساسية في عمل المصارف حيث تستخدم للوفاء باحتياجات سحب الودائع الجارية من ناحية واحتياجات المصرف من المصروفات التشغيلية. ما يعني ان تهديد هذه الودائع يعد تهديدا لميزانيات هذه المصارف وبالتالي لمدى قدرتها على الاستمرار، وهو ما قد ينعكس على القطاع المصرفي ككل.

2- من منظور العميل: الأمان المصرفي مهم للعملاء سواء كانوا افراد للاطمئنان على استرجاع ودائعهم مع العائد المتمثل بالفوائد، او قطاعات اعمال وذلك للمحافظة على اموالهم وتوجيهها بالاتجاه الصحيح الذي يحقق لها اكبر عائد ممكن.

3- من منظور الدولة ككل: إن ثقة العملاء في مصرف معين ليست شانا خاصا بهذا المصرف بمفرده، بل هي شان عام يتعلق بالقطاع المصرفي وباقتصاد الدولة ككل. فزعزعة ثقة العملاء بمصرف معين قد تؤدي الى عزوفهم عن التعاملات المصرفية بوجه عام، وقد ينتقل هذا الانطباع الى فئات اخرى في المجتمع، مما قد يخلق عزوفا عاما بين الافراد عن التعاملات المصرفية بوجه عام مما يضر بالقطاع المصرفي وباقتصاد الدولة ككل.

¹-جمانة نذير الخجا، دور الرقابة المصرفية في تحقيق سلامة الوضع المصرفي في سورية رسالة ماجستير في الاقتصاد المالي والنقدي، جامعة دمشق، دمشق، ص3.

²-جمانة نذير الخجا، نفس المرجع السابق □04.

³-سها سليمان علي، مرجع سبق ذكره، ص14.

ثانيا: خصائص الأمان المصرفي:

إن شعور العملاء بالأمان في تعاملهم مع المصرف أمر بالغ الأهمية، إذ كلما زاد الأمان نجح المصرف في تحقيق هدفه الأساسي وهو النمو والبقاء ويعتمد الأمان في أي مصرف على خصائص متعددة منها¹:

- قدرة المصرف على دفع الأموال المودعة لأصحابها في أي وقت وتحت أي ظرف، بالإضافة إلى قيام المصرف بتسديد الإلتزامات إلى أصحابها دون مباطلة، كدفع الكفالات التي يقدمها نيابة عن عملائه.

- التزام المصرف بنشر القوائم المالية الإلزامية المحاسبية، ومدى درجة الإفصاح المحاسبي فيها، من خلال تطبيق معايير المحاسبة الدولية والإفصاح المحاسبي في القوائم المالية للمصارف، للوصول إلى معلومات واضحة وملائمة، وذات موثوقية عالية، قابلة للمقارنة مع معلومات المصارف الأخرى.

- قدرة المصارف على إيلاء العناية والشفافية اللازمة لدى تقديم وشرح خدماتها المختلفة لعملائها، مع تجنب المغالاة والتزام المصدقية في الرد على استفساراتهم.

- السرية: إن المعاملات بين المصرف وعملائه تقوم على الثقة المطلقة، وفي العاملين لديه. فالمودع حينما يودع أمواله في المصرف إنما يعهد لذلك الأخير ببعض خصوصياته التي تعد جزءا من أسرارها الخاصة، فلا يجوز للمصرف ان يذيعها والا انصرف المودعون عنه، كذلك فإن المقترضين من المصرف يعتبرون حاجتهم للقرض سرا خاصا بهم، وإذا عته تضرر بسمعتهم المالية وتزعزع الثقة فيهم. لذلك يجب على المصرف الحفاظ على السرية المصرفية للعملاء، ومعاينة من يتورط في افشاء معلومات او بيانات تخص العملاء في المصرف. فالعميل لا بد ان يعلم تماما أن أمواله وسرية حساباته المصرفية في أمان.

- السيولة أساس تقوم عليه الثقة بين المصرف وعملائه، من مودعين ومقترضين، وتشكل اختبارا عمليا لمصدقية المصرف في ما التزم به تجاه المودعين، من حفظ أموالهم بأمان وردها لهم عند الحاجة إليها، وتلبية طلبات عملائه من المقترضين، ودون هذه السيولة تهدد حقوق المودعين، كما تهدد حقوق المقترضين، وسيكون وجود المصرف نفسه في خطر. لذا، يجب اعطاء السيولة اولوية مطلقة بين جميع أولويات ادارة المصرف، باعتبارها مشكلة لا يمكن التعايش معها، ولو لفترة قصيرة.

- الصورة الذهنية للمصرف عند العملاء: يجب العمل على نشر الوعي المصرفي بين العملاء، ومحاولة اقناعهم بان المصرف عبر مختلف خدماته التقليدية والالكترونية هو مكان امن لأموالهم.

- إن التنافس والتعاون البناء بين المصارف يعد أمرا حيويا للتوصل إلى مناخ مصرفي سليم، ولذلك يجب عدم اندفاع المصرف نحو المنافسة على حساب عوامل الأمان، أو أن يخل بتعهداته تجاه المصارف الزميلة.

- الانتشار الجغرافي للفروع: إن المصارف تسعى دائما لتوسيع نشاطها وذلك بفتح فروع لها في المناطق التي تأمل ان يغطيها نشاطها. وكثرة الفروع وانتشارها تشعر العميل بالراحة والأمان في تعامله مع المصرف نتيجة توزيع المخاطر التي يمكن أن يتعرض إليها المصرف على جهات مختلفة، كما يمكن تعويض خسارة هذا الفرع من الأرباح الناتجة في الفروع الأخرى.

¹-سها سليمان علي مرجع سبق ذكره 14-16.

-مواجهة عمليات غسل الأموال وتمويل الارهاب والجرائم التي تقع على أموال المصرف تعد خطرا قائما على المصارف جميعها، لذلك على المصارف أن تتعاون وتنسق فيما بينها للتأمين ضد هذه المخاطر .
-التشريعات السائدة في الدولة التي تنظم عمل الجهاز المصرفي ومدى التزام المصرف بها، كتحديد الحدود الدنيا لرأس المال، وتحديد الاحتياطات النقدية القانونية والاختيارية وغير ذلك.
-وضع الدولة الاقتصادي العام: كلما كان هناك استقرار اقتصادي في الدولة أقبل المودعين بثقة للايداع في مصارفها.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي من منظور العميل.

يرتكز المطلب على دراسة العوامل التي تساعد على تقييم الأمان المصرفي من منظور العميل من خلال تقييمه الى مجموعتين من العوامل وقبل التطرق الى هذه العوامل سنقوم بشرح مصطلح التقييم كما يلي:
أولاً- تعريف التقييم.
يعرف التقييم كما يلي:

1-لغة: بالرجوع الى التصرف اللغوي للكلمة وأصلها التقييم نجدها تعني " قوم الشيء وأقامه فقام واستقام وتقوم". لقد ورد في ذلك أيضا أن التقييم يعني: التثمين والتقدير (تحديد القيمة)، أي تقدير الشيء وبيان ما فيه من محاسن وعيوب بناء على معيار محدد يتمثل فيما يجب أن يكون عليه الشيء ومعرفة ما هو كائن بالفعل¹.
2-اصطلاحا: التقييم هو عملية جمع المعلومات الصحيحة والموثوقة من أجل الحكم على غرض ما، ودراسة درجة التطابق بين هذه المعلومات ومجموعة المقاييس والمعايير المختارة المناسبة لاتخاذ القرار².
ثانيا-العوامل الكمية المؤثرة على درجة الأمان المصرفي.

تتمثل العوامل الكمية المؤثرة في شعور العميل بالأمان المصرفي فيما يلي:

1-رأس المال: هو حجم الأموال التي يدفعها المساهمون ويبدأون بها أعمالهم، وتشكل النواة الأولى لموارد المصرف، ويشكل عام فان حجم رأس المال يعطي انطبعا على متانة المصرف ومركزه المالي، حيث يعمل كبر حجم رأس المال على خلق الثقة في نفوس المتعاملين مع المصرف، كما أن هذا العنصر هو أحد الضمانات التي يعتمد عليها المودعون لأموالهم في المصرف³ ويعد رأس المال المصرفي عنصرا حيويا من عناصر الحماية للمودعين من أية خسائر وهو مطلب أساسي لأي وظيفة تشغيلية، فالبنوك المركزية لا تمنح أي ترخيص أو اجازة ممارسة للنشاط المصرفي ما لم يتوفر لدى المصرف حد أدنى من رأس المال كشرط أساسي، كما تكمن أهمية رأس المال المصرفي في الأمور التالية :

1-رابح يخلف، نحو تقييم فعال لأداء المورد البشري في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2006-2007 ص22.

2-sylvie coppé, évaluation, définition de ketele,article publier source :www. math.univ-lyon1.fr, consulter le 22/03/2017,pdf.

3-سها سليمان علي مرجع سبق ذكره، ص32.

- الدرع الحصين للمصرف من ناحية المودعين عند انخفاض الأموال في المصرف؛
- المصدر الجيد لتمويل الاستثمارات اللازمة لتشغيل المصرف؛
- المصدر الجيد لتمويل الاستثمارات اللازمة لتشغيل المصرف؛
- تغطية وتحمل الخسائر الناجمة عن العمليات التشغيلية؛
- يدعم الثقة من ناحية المقترضين والدائنين¹؛
- رأس المال يشكل خط الدفاع الاخير لامتصاص الخسائر التي يتعرض لها المصرف فكما هو معروف أن المصارف تعمل في بيئة تكتنفها درجة عالية من المخاطرة وعدم التأكد وبالتالي راس المال المتزايد يخفف المخاطر من تقلبات الارباح ويقلل من احتمال فشل البنوك؛
- المصارف التي تتمتع براس مال جيد تعتبر في وضع جيد وقوي فيما يتعلق في مقدرتها في المحافظة على مستوى القروض التي تقدمها وخصوصا في الاوقات العصيبة التي يمر بها الاقتصاد ويبدا نموه بالتباطؤ.
- الامر الذي يحتم على المصارف الاحتفاظ برأس مال كاف يتناسب مع حجم المصرف ونوع نشاطه وحجم المخاطرة المترتبة على هذا النشاط مع الاخذ في الاعتبار مدى قدرة المصرف على ادارة المخاطر والتحكم بها².
- 2- السيولة:** تعتبر السيولة ذات أهمية كبيرة، خاصة المصارف لأنها تحتاج الى السيولة لمواجهة احتياجات عملائه الى الأموال، هذا، ويواجه العملاء احتياجاتهم للسيولة إما من خلال سحب ودائعهم لدى المصارف أو من خلال الاقتراض منها، وحيث أن مثل هذه الاحتياجات مستمرة لذا يجب أن تكون المصارف مستعدة دائما لمواجهة مثل هذه المتطلبات³ وتعتبر درجة السيولة لدى المصرف عن مدى التوافق بين اجال استحقاق التزامات المصرف واجال استحقاق موجوداته بدون حدوث صعوبات تمويلية حالية أو مستقبلية ويعتبر نقص السيولة احد اهم المؤشرات الاولية على عدم سلامة الوضع المالي للمصرف، فاذا ما واجه المصرف نقص السيولة فان المودعين سيسرعون لسحب ودائعهم وبالتالي فقدان المصرف للودائع مما قد يعرضه لخسائر كبيرة ومن ثم افلاسه⁴ وبالمقابل فان زيادة السيولة في البنك تعتبر مشكل لان البنك يفوت عليه فرصة تحقيق ارباح توظيف واستثمار تلك الاموال السائلة، وتعني من جهة اخرى ان البنك لا يقوم بواجبه بشكل كامل في تحريك وتدعيم

¹ -ريا فهمي كوكش، دور التحليل المالي في التنبؤ بدرجة الأمان المصرفي، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، دمشق، 2012، ص 103.

² -طارق عبد العال حماد، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 56.

³ -سيرين سميح أبو رحمة، السيولة المصرفية وأثرها في العائد والمخاطرة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الاسلامية، غزة 2009 : 18-19.

⁴ -جمانة نذير الخجا، مرجع سبق ذكره، ص 22.

متطلبات الاقتصاد الوطني. وفي هذا الحال ليس امام البنك سوى البحث عن التوازن الامثل بين الربحية والسيولة في ادارة اصوله وخصومه¹.

3-الربحية: يعتبر تحقيق الارباح من اهم الاهداف التي تسعى اليها المصارف اذ أن نجاح أو فشل المصرف يقاس من خلال هذا المعيار. وترجع أهمية الأرباح في المحافظة على سلامة المصرف كونها:

-عامل أساسي لاستمرار المصرف بنشاطه وتقديمه خدمات جديدة.

-مصدر من مصادر ثقة المودعين والدائنين في المصرف.

-المساهمة في زيادة رأس المال والاحتياطيات.

-مواجهة المصرف لأي خسائر غير متوقعة.

ويتكون الجانب الاكبر من مصروفات البنك من تكاليف الفوائد المدفوعة على الودائع، وهذا يعني أن أرباح المصرف أكثر تأثراً بالتغيرات في الإيرادات وذلك بالمقارنة مع منشآت الاعمال الاخرى.

لذا فان المصرف من اكثر منشآت الاعمال تعرضا لآثار ارفع المالي، فاذا ما زادت إيرادات المصرف بنسبة معينة ترتب على ذلك زيادة الارباح بنسبة اكبر وعلى العكس اذا انخفضت الإيرادات ادى ذلك لانخفاض الارباح وقد يتعرض المصرف لخسائر تعرضه للإفلاس وهذا يقضي من ادارة المصرف ضرورة زيادة الإيرادات وتجنب حدوث انخفاض فيها والاعتماد بشكل اكبر على الإيرادات المنتظمة وذلك للمحافظة على سلامة المركز المالي للمصرف وتجنب افلاسه².

ثالثاً- العوامل النوعية المؤثرة على درجة الأمان المصرفي.

تتمثل العوامل النوعية في:

1-جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي.

أ-جودة الخدمات المصرفية: يرتبط مفهوم جودة الخدمة المصرفية بمصطلح القيمة الادراكية لدى العميل، بمعنى مدى تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة كما أن جودة الخدمة المصرفية مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة بغية تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية، اضافة الى تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية، كما تتيح الخدمة المتميزة الفرصة لبيع خدمات مصرفية اضافية، وتجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه واقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزلاء، ويكون تقييم الزبون لجودة الخدمة المصرفية على أساس جودة عملية التقديم والمنافع التي يحصل عليها من الخدمة وطريقة تعامل موظفي المصرف مع

¹ -محمد الجموعي قريشي، أهمية السيولة النقدية وأهمية القطاع المصرفي للاقتصاد، مجلة الباحث، عدد 09 كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2011 ص 266.

² -منير إبراهيم الهندي، إدارة المنشآت المالية، دار المعارف، الإسكندرية، مصر، 1994 ص14.

الزبون¹ حيث تعرضت معظم الكتابات التي تناولت موضوع جودة الخدمة الى الابعاد التي يبني على اساسها العملاء توقعاتهم وبالتالي حكمهم على جودة الخدمات المقدمة اليهم، من أهم هذه الابعاد نجد:

- الجوانب المادية الملموسة: وتشمل التسهيلات المادية، التجهيزات ومظهر الموظفين؛
- الاعتمادية: وتعني قدرة المصرف على تقديم الخدمة بشكل يمكن من الاعتماد عليه؛
- الاستجابة: وتعني الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية؛
- التعاطف: ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي يقدمه المصرف لعملائها؛
- الأمان: ويعني معرفة ومعاملة العاملين وقدرتهم على جعل العميل يحس بالثقة والأمان².

ب-الأداء التسويقي في المصرف: يمثل التسويق المصرفي الروح المبدعة ذات القوة الدافعة لتوليد الحافز على الخلق والابداع والتحسين والتطوير والامتياز، ويشمل جهودا متعددة يقوم بها رجال التسويق ويتم تقديمها في المصارف بالشكل المطلوب بما يكفل للزبون تدفقا وانسيابا للخدمات المصرفية بسهولة ويسر وكفاءة وفعالية.

كما يحتل التسويق المصرفي بصفة عامة مكانة مهمة في التشكيل الاداري للمؤسسة المصرفية نتيجة لتحمله مسؤولية مواجهة المشاكل التسويقية التي يمتثل اهمها في افتتاح فروع جديدة للمصرف او تقديم خدمات مصرفية جديدة لزيائنه او استثمار امواله في مشروعات معينة تتطلب اجراء دراسات تسويقية لها أضف الى ذلك دراسة الزبون ورغباته ودوافعه وكيفية اشباعها من الناحية المصرفية وضمان استمرار تعامله مع المصرف والاشهار عن تلك الخدمات والترويج لها بتوظيف الامكانيات الاعلامية المختلفة بالإضافة الى تبيين مناهج علمية تعمل على خلق الزبون وابعاده من عدمه فهي مناهج تسويقية متقدمة تحتاج الى الوعي بها وادراكها بشكل علمي رشيد من قبل العاملين بالمصارف والزيائن³.

3-السياسة الائتمانية: يعد النشاط الائتماني ركيزة العمل الأساسية للمؤسسات المالية المصرفية حيث أن النشاط الرئيسي للمؤسسات المالية هو اعادة اقراض الودائع بهدف تحقيق الأرباح، كما أن محفظة التسهيلات تشكل الجزء الرئيسي من الموجودات المنتجة للدخل- ويعد التوسع الائتماني من الانشطة الرئيسية في أغلب المصارف التي يمكن بسببها أن يواجه البنك العديد من المخاطر مثل: مخاطر توقف العميل عن الوفاء بالتزاماته التعاقدية مع البنك، أو مخاطر التركيز الائتماني، هذا فضلا عن مخاطر اهمال دراسة الجدارة الائتمانية للعميل خاصة بالنسبة للشركات أو البنوك التابعة أو حتى كبار المساهمين في المصرف. ومنه الائتمان يتطلب وجود سياسة ائتمانية (مكتوبة ومعترف بها) فهي تعتبر إطارا يتضمن مجموعة القواعد والمعايير

¹-عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 1994- ص356.

²-جبلي هدى، قياس جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007- صص 71-75.

³- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009 .

والشروط الإرشادية تزود بها إدارة منح الائتمان المختصة، بما يساعد الأفراد في اتخاذ القرارات والتصرف داخل الإطار العام للسياسة، وتكون دافعا للإدارة نحو تحقيق أهداف المصرف وضمان سلامته¹.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يتعلق المبحث بالدراسات السابقة التي تناولت موضوع الامان المصرفي حيث قمنا بتقسيم المبحث الى ثلاثة مطالب يتناول المطلب الأول الدراسات العربية والمحلية أما المطلب الثاني يتناول الدراسات الاجنبية والمطلب الثالث يبرز أوجه تشابه واختلاف دراستنا مع الدراسات السابقة.

المطلب الاول: الدراسات العربية والمحلية

يبرز المطلب كل من الدراسات العربية والمحلية السابقة كما يلي:

أولاً-الدراسات العربية.

تتمثل الدراسات العربية في:

-الدراسة الأولى: (صباح، 2008) بعنوان "العوامل المؤثرة على درجة امان المصارف التجارية العاملة في فلسطين":

هدف الدراسة: الوقوف على دور التحليل المالي في التنبؤ بدرجة الامان المصرفي للمصارف التجارية العاملة في فلسطين والتعرف الى العوامل المؤثرة على الامان المصرفي فيها.

منهجية الدراسة: تم الاعتماد على منهج التحليل المالي الكمي لتحديد اتجاه العلاقة وقوتها بين متغيرات الدراسة. نتائج وتوصيات الدراسة: اظهرت الدراسة وجود علاقة طردية بين درجة الامان المصرفي من جهة وكل من المخاطر المتعلقة بدرجة السيولة، والمخاطر المتعلقة بعدم كفاية راس المال، والمخاطر المتعلقة بالتقلبات في سعر الفائدة، ومعدل العائد على اجمالي الموجودات من جهة اخرى. بينما اظهرت وجود علاقة عكسية بين درجة الامان المصرفي ومخاطر الائتمان المصرفي.

واوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بمتابعة سلوك العوامل المذكورة، واجرت التحليلات المالية، بالنظر الى دورها الفاعل في بيان الوضع المالي للمصارف، وبالتالي دوره في ترشيد القرارات، وضرورة اتخاذ الاجراءات اللازمة لتطبيق السياسات المناسبة لإدارة المخاطر واساليب قياسها ومتابعتها تحقيقاً للأمان المصرفي.

-الدراسة الثانية: (خريوش وأخرون 2004) بعنوان "العوامل المؤثرة على درجة الامان المصرفي الاردني".

هدف الدراسة: تهدف الى دراسة العوامل المؤثرة على درجة الامان المصرفي الاردني، لمساعدة ادارات المصارف في تطوير ادائها المصرفي من حيث ادارة راس مال المصرف وادارة المخاطر، للوصول الى معدلات مرتفعة فيما يتعلق بمعدل العائد على حقوق الملكية ومعدل العائد على الاصول.

منهجية البحث: شملت عينة البحث 13 مصرفاً من المصارف التجارية والاستثمارية الاردنية، ومن اجل جمع البيانات اللازمة تم الرجوع الى التقارير السنوية الصادرة عن بورصة عمان للأوراق المالية والتقارير الصادرة عن

¹ -ربا فهمي كوكش، مرجع سبق ذكره .112

المصرف المركزي الاردني خلال فترة الدراسة. ولغايات التحليل الاحصائي تم استخراج نموذج الانحدار الخطي المتعدد في اختبار فرضية الدراسة.

واوصت هذه الدراسة بضرورة العمل على ايجاد نوع من التوازن بين الامان المصرفي وكل من مخاطر السيولة وراس المال والاستثمار، والالتزام بالأنظمة والقوانين التي يحددها المصرف المركزي، كذلك اوصت الدراسة بضرورة العمل على ايجاد توازن بين الامان المصرفي وكل من معدل العائد على حقوق الملكية ومعدل العائد على الاستثمار.

-الدراسة الثالثة: (جمانة نذير الخجا،2010)، بعنوان "دور الرقابة المصرفية في تحقيق سلامة الوضع المصرفي".

هدف الدراسة: تهدف الدراسة الى ابراز الدور الذي تقوم به الرقابة المصرفية في تحقيق السلامة المصرفية وتعزيز ملاءة القطاع المصرفي، بالإضافة الى القاء الضوء على الاجراءات المتخذة لتنفيذ الرقابة والاشراف على القطاع المصرفي في سورية وتقييم مدى توافقها مع المعايير الدولية وتحليل فعالية هذه الاجراءات وتكييفها مع واقع المصارف السورية بما يسهم في الحفاظ على تطورها على اسس سليمة وبالتالي زيادة كفاءتها وتحقيق السلامة المصرفية.

منهجية البحث: استخدم المنهج الوصفي في دراسة الظاهرة موضوع البحث، كما اعتمد المنهج الاستقرائي من خلال دراسة حالة النظام المصرفي في سورية ووضع الرقابة المصرفية وطبيعة التعليمات والقرارات النافذة وتحديد مدى كفايتها وفعاليتها وانسجامها مع المعايير الدولية وملاءمتها لواقع القطاع المصرفي الحالي وانعكاسات هذه القرارات على الاستقرار المصرفي، بالإضافة الى استخدام المنهج التحليلي من خلال تحليل البيانات ومؤشرات السلامة المالية للقطاع المصرفي لتحديد نقاط الضعف الكامنة خلاله وتقييم مدى سلامة أوضاعه المالية.

-الدراسة الرابعة: (سها سليمان علي، 2011) بعنوان "دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي".

هدفت هذه الدراسة الى تحديد وتحليل العوامل التي تؤثر على شعور العميل بالأمان عند اختياره لمصرفه، مع اجراء دراسة مقارنة على عملاء المصارف السورية العامة والخاصة من حيث درجة الأمان المصرفي في كل منهما، وذلك بغية الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات التي من الممكن في حال الأخذ بها المساهمة في تعزيز درجة الأمان المصرفي في كل من المصارف العامة والخاصة في القطر العربي السوري.

ولتحقيق ذلك فقد تم جمع البيانات اللازمة بالاعتماد على أسلوب البحث الميداني حيث تم توزيع استبانة على أفراد العينة المدروسة، ولغايات التحليل فقد تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد وتحليل التباين الأحادي A OVA واختبار T test كما تم اجراء اختبار وصفي لمقاييس النزعة المركزية للمقارنة بين المصارف العامة والخاصة والتعرف على أفضلها تحقيقاً للفرضية المدروسة.

وقد خلصت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين شعور العميل بالأمان لدى المصرف وبين مجموعة العوامل الكمية والنوعية.

ثانيا- الدراسات المحلية.

تشمل الدراسات المحلية ما يلي:

-**الدراسة الأولى:** (حمزة عمي سعيد، 2016) "دور التنظيم الاحترازي في تنظيم الاستقرار ودعم التنافسية".

هدفت هذه الدراسة الى معرفة اثار تبني المعايير الاحترازية وبخصوص معيار كفاية راس المال، على استقرار الجهاز المصرفي و ثم على تنافسية البنوك التجارية، وقد قامت الدراسة في جزئها النظري باستعراض مختلف الاليات الاحترازية ودورها في تحقيق الاستقرار المصرفي من جهة وكيف تؤثر النظم الاحترازية على التنافسية من جهة اخرى. اما في الجزء التطبيقي فقد بينت الدراسة العلاقة بين مؤشر الاستقرار المصرفي ومؤشرات تحقيق الاستقرار التي وضعها صندوق النقد الدولي للاستقرار ثم تأثير مؤشرات راس المال على التنافسية، وذلك لعينة تتكون من 6 بنوك عاملة في الجزائر خلال الفترة 2013/2003 باستعمال نموذج panel data كما توصلت هذه الدراسة الى ان نسبة الملاءة والمردودية تؤثر ايجابا على الاستقرار المصرفي اما نسبة الديون المتعثرة الى اجمالي الديون ومردودية السهم بالإضافة الى نسبة التكاليف عدى الفوائد الى اجمالي الدخل تؤثر سلبا في الاستقرار. ومن خلال دراسة العلاقة بين التنظيم الاحترازي والتنافسية فقد توصلت الى ان التنظيم الاحترازي يؤثر على التنافسية ايجابا بزيادة استقطاب الودائع، مما يلغي اسباب عدم اتباعها من طرف البنوك في الجزائر.

-**الدراسة الثانية:**(علي بن ساحة وآخرون 2014)، بعنوان "تحليل العلاقة بين الاستقرار المصرفي والقدرة التنافسية للبنوك"

هدفت هذه الدراسة الى ابراز العلاقة بين التنافسية المصرفية والاستقرار المصرفي ودرجة تأثر كل منهما بالأخر بهدف زيادة القدرة التنافسية للبنوك وتفعيل دورها في تمويل برامج التنمية الاقتصادية وتحقيق الاستقرار المالي والمصرفي وقد خلصت الدراسة الى أن تنافسية القطاع المصرفي الجزائري ضعيفة وبالتالي لا يساهم بشكل ايجابي في تحقيق الاستقرار المصرفي والذي افتقد الى الكثير من العناصر الداعمة له.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

تبنت العديد من الدراسات الأجنبية موضوع الأمان المصرفي بحكم أن له دور أساسي في الرفع من كفاءة البنوك التجارية وتمثلت هذه الدراسات فيما يلي:

-الدراسة الأولى: (Smith & Stulz,1996) Banking Security Under external financing

باستخدام **Panel Data**، كشفت الدراسة عن وجود أثرا قويا بين درجة الأمان المصرفي والاستثمارات حيث أشارت الى ان التمويل الخارجي يكون أكثر كلفة من توفير النقود من داخل عمليات المنشأة، فإذا كانت المنشأة من غير مستخدمي أنظمة الأمان فتصبح المنشأة أكثر عرضة الصدمات الاقتصادية الخارجي، وبالتالي يصبح في تلك الحالة التمويل الخارجي حلا امثلا في تلك الظروف الاجبارية لزيادة الاستثمارات، وأكدت الدراسة على أن مستخدمي نظام الأمان المصرفي تسمح للمصارف بمعدل نمو ثابت في العمليات الاستثمارية.

-الدراسة الثانية: (Bevan,2000) Determinants of indebtedness in commercial banks

هدفت الدراسة إلى تحليل محددات مديونية البنوك التجارية في المملكة المتحدة وبلغاريا وهنغاريا فقد عالجت الأمان المصرفي من حيث تنظيم الهيكل المالي للمصرف فهذه الدراسة بمديونية البنوك التجارية ومحدداتها في المملكة المتحدة وبلغاريا وهنغاريا. وقد ركزت هذه الدراسة على مجموعتين من المتغيرات التابعة والمستقلة. وقد تمثلت المتغيرات التابعة بالمديونية وتمثلت المتغيرات المستقلة بحجم البنك والأصول الخطرة والقروض طويلة الأجل وقروض قصيرة الأجل والأرباح المحتجزة وقد توصلت الدراسة بوجود علاقة ايجابية بين المديونية وكل من حجم البنك والأرباح المحتجزة ووجود علاقة سالبة بين المديونية وكل من الأصول الخطرة، الاستثمارات بالأوراق المالية والقروض القصيرة وطويلة الأجل، كما توصلت الدراسة إلى أهمية زيادة رأس المال للبنوك التجارية من اجل المحافظة على أموال المودعين وحمايتهم من التعرض لمخاطر الرفع المالي.

الدراسة الثالثة: (Benston, 2000) Determinants of capital structure of commercial banks in the United States of America

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل محددات هيكل رؤوس أموال البنوك من المحافظة على درجة الامان المصرفي وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة تنظيم هيكل البنوك التجارية في الولايات المتحدة الامريكية ويكون ذلك بضرورة المحافظة على الهيكل المالي للبنوك التجارية ورفع رأس مال البنك التجاري وتطوير إدارة رأس المال خوفا من التعرض لعدم القدرة على الوفاء بالتزاماته اتجاه المودعين من ناحية، ومن أجل كسب ثقة المتعاملين مع البنك وتحقيق عوائد مجزية للمالكين من ناحية أخرى.

وقد أوصت الدراسة من أجل المحافظة على هذه الأهداف بضرورة عمل موازنة بين الديون وحقوق الملكية حتى لا يتعرض البنك لمخاطر الرفع المالي.

-الدراسة الرابعة: (Amiyatosh purnanandam,2004) Is Bank Security responsible for tight financing costs ?

هدفت الدراسة الى فهم كيف يمكن للخصائص المختلفة للشركة والمتغيرات الاقتصادية أن تؤثر على درجة الأمان المصرفي، وبالتالي على قرارات البنوك التجارية خلال الفترة(1997-2003) لنحو أكثر من 7000 بنك لأكثر من 25 مشاهدة ربع سنوية، وقد استخدمت الدراسة نموذج تحليل panel data لتحقيق هدف الدراسة، وقد أشارت نتائج الاختبارات التي أجرتها الدراسة(Hausman test, f-test) الى أن طريقة (fixed effect) تعتبر الطريقة المثلى لإجراء ذلك التحليل، وقد خلصت الدراسة في نتائجها ومن خلال نموذج (fixed effect) الى وجود علاقة معنوية وطردية بين احتمالية الافلاس للبنك وبين قرارات الأمان المصرفي، ايضا أشارت النتائج الى وجود علاقة معنوية وطردية بين مخاطر سعر الفائدة وقرارات الأمان المصرفي، وقد أوصت الدراسة في النهاية بضرورة زيادة الاعتماد على العقود المشتقة، لما لها من أثر ايجابي في تقليل حدة الصدمات الخارجية على سياسة البنك المستقبلية، مما يساهم في تسليح حركة النقد في فترة صدمات الاقتصاد الكلي.

-الدراسة الخامسة: (jose M.Berroside& at,2010) (security, investments and corporate value).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر سياسة التمويل للمنشأة على درجة الأمان المصرفي من خلال تحليل البيئة الاقتصادية والتقلبات في الأسعار الصرف وانعكاساتها على قرارات الأمان المصرفي، وقد استخدمت الدراسة أسلوب (Fixed Effect) كأسلوب إحصائي لقياس تلك العلاقات، وقد خلصت الدراسة الى وجود علاقة معنوية وطردية بين كل من القيمة السوقية والنقدية للمنشأة وهامش الربح التشغيلي مع قرارات الأمان المصرفي.

المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف.

يشمل المطلب أهم أوجه التشابه والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة من حيث الموضوع، الهدف والمنهج المتبع.

أولاً- أوجه التشابه: تتمثل أهم أوجه تشابه دراستنا مع الدراسات السابقة فيما يلي:

1- من حيث الهدف: تتشابه دراستنا من حيث الهدف مع دراسة (سها سليمان على 2011) والتي تهدف إلى معرفة شعور العميل بالأمان عند اختياره للمصرف وذلك من خلال تحديد و تحليل العوامل المؤثرة في سلوك العميل عند اختياره للمصرف.

2- من حيث المنهج : تتشابه دراستنا مع دراسة جمانة نذير الخجا والتي استخدمت المنهج الاستقرائي الوصفي في دراستها.

ثانياً - أوجه الاختلاف: تتمثل أوجه اختلاف دراستنا مع الدراسات السابقة في ما يلي:

1- من حيث الهدف: تختلف دراستنا مع الدراسات السابقة من حيث الهدف بحيث تهدف (دراسة جمانة نذير الخجا 2010) إلى إبراز الدور الذي تقوم به الرقابة المصرفية في تحقيق السلامة المصرفية وتعزيز ملاءة القطاع المصرفي، كما هدفت دراسة (علي بن ساحة 2014) إلى إبراز العلاقة بين التنافسية المصرفية والاستقرار المصرفي، وبعضها هدف إلى معرفة تأثير بعض المتغيرات على درجة الأمان المصرفي مثل (Benston 2000) والبعض الآخر هدف إلى معرفة اثر مديونية البنوك التجارية ومحدداتها كما هو في دراسة (Beven 2000) كذلك هدفت دراسة (Amiyatosh Purnanandan 2004) إلى فهم كيف يمكن للخصائص المختلفة للشركة والمتغيرات الاقتصادية أن تؤثر على درجة الأمان المصرفي وبالتالي على قرارات البنوك التجارية بينما هدفت دراسة (Jose M. Berroside & at 2010) إلى التعرف على اثر سياسة التمويل للمنشأة على درجة الامان المصرفي، أي أن جميع هذه الدراسات كان هدفها هو ربط الأمان المصرفي بجانب معين لمعرفة علاقة كل جانب بالأمان المصرفي.

أما دراسة كل من (صباح، 2008) و (سها سليمان علي، 2011) فقد هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة على درجة الأمان في المصارف وذلك من أجل تطوير أدائها. بينما في دراستنا فقد هدفنا إلى دراسة وتحليل مجموعة من العوامل التي من المفترض أن تؤثر على شعور العميل بالأمان عند تعامله مع المصرف.

2- من حيث المنهج: تختلف دراستنا مع الدراسات السابقة من حيث المنهج في كون أن معظمها اعتمد على الأسلوب التحليلي في الدراسة باستخدام مجموعة من الأدوات المختلفة.

خلاصة الفصل الأول:

في ختام هذا الفصل نشير إلى أن تركيزنا فيه كان منصبا على أربعة عناصر أساسية مست بالدرجة الأولى التعريف بالأمان المصرفي، أهمية الأمان المصرفي وخصائصه بالإضافة إلى شرح العوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي من منظور العميل والوقوف بعد ذلك عند أهم الدراسات السابقة لموضوع الأمان المصرفي مع تحديد أوجه تشابه واختلاف دراستنا عن هذه الدراسات وأهم ما استنتجناه في هذا الفصل ما يلي:

- للأمان المصرفي عدة مصطلحات تعبر عن نفس المفهوم والمتمثلة في الاستقرار المصرفي والسلامة المصرفية؛

- استنتجنا مما سبق أن الأمان المصرفي هو عبارة عن مدى تميز المصرف بموقف مالي سليم وقادر على القيام بدوره بالوساطة المالية بكفاءة وفعالية، كما يحترم القوانين والقواعد الاحترازية المفروضة عليه مما يمكن العميل من اختياره دون مصرف آخر؛

- للأمان المصرفي أهمية كبيرة بالنسبة للمصرف الذي يسعى إليه لجذب أكبر عدد من العملاء وبالتالي زيادة الودائع أي زيادة الاستثمارات ما يؤدي إلى تطور القطاع المصرفي وتحقيق النمو الاقتصادي للدولة ككل، كذلك فإن الأمان المصرفي مهم بالنسبة للعميل سواء كان مودع أو مقترض؛

- يعتمد الأمان المصرفي على مجموعة من الخصائص أهمها السرية، الانتشار الجغرافي للفروع، المصداقية، العناية بالعميل والشفافية وغيرها من الخصائص التي تزيد من درجة الأمان المصرفي؛

- توجد العديد من العوامل التي تساعد العميل على تقييم درجة الأمان المصرفي وتقسّم هذه العوامل إلى قسمين وهي إما عوامل كمية والتي تتمثل في رأس المال، الربحية والسيولة أما العوامل النوعية فنجد جودة الخدمات المصرفية، الأداء التسويقي والسياسة الائتمانية؛

- هدفت أغلب الدراسات العربية السابقة إلى تحديد العوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي وذلك من أجل زيادة تطوير أدائها، أما الدراسات المحلية والأجنبية فقد ربطت كل منها الأمان المصرفي بعدة متغيرات مثل التنظيم الاحترازي، القدرة التنافسية للبنوك، التمويل الخارجي والمديونية.

كل عامل من العوامل الكمية والنوعية المدروسة يمكن أن يساعد العميل على اختياره للمصرف ولكن هل هذه العوامل لها أهمية لدى العميل ويأخذها بعين الاعتبار عند اختيار مصرفه هذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني من خلال دراسة ميدانية على عينة من عملاء البنوك بولاية عين الدفلى.



الفصل الثاني :
الدراسة الميدانية

تمهيد

يدور الفصل الثاني حول الجانب التطبيقي الذي سنقوم فيه باختبار الفرضيات المطروحة والتي تتعلق بمدى تأثير المتغيرات الديموغرافية للعميل والعوامل الكمية والنوعية على شعور العميل بالأمان المصرفي وبالتالي سلوكه في اختيار مصرف دون آخر وذلك بإجراء استقصاء على آراء بعض عملاء المصارف بولاية عين الدفلى ومن أجل ذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث أن المبحث الأول يتناول توضيح المجتمع وعينة الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي المستخدمة، أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه لتحليل البيانات المحصلة وعرض نتائجها.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستعملة

يتمحور المبحث حول تحديد مجتمع وعينة الدراسة وإبراز أهم المتغيرات وتوضيح طريقة جمعها وكيفية قياسها والبرنامج المستخدم في تحليلها.

المطلب الأول: طريقة جمع البيانات

يشمل هذا المطلب جميع العناصر المكونة للاستبانة والمتمثلة فيما يلي:

أولاً-مجتمع البحث: يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة من العناصر أو المفردات التي تخص ظاهرة معينة، ويطلق عليه "المجتمع الاحصائي" ويتمثل بعدد العناصر أو المفردات التي يتضمنها ويرمز له بـ"n"، ويتوقف تحديد المجتمع على عوامل كثيرة منها: الهدف من الدراسة، طبيعة الأسئلة المطروحة والمعلومات المسبقة المتوفرة عن موضوع الدراسة وعن المجتمع، بالإضافة الى عناصر أخرى مثل: العمر، الدرجة العلمية، الجنس وغيرها ويتكون المجتمع الاحصائي في هذا البحث من عملاء المصارف العاملة في ولاية عين الدفلى.

ثانياً-عينة البحث: تعرف العينة بأنها جزء من مفردات المجتمع المدروس يتم اختيارها بطريقة علمية، ثم يتم دراسة خصائص هذا الجزء بغرض التعرف على خصائص المجتمع الذي اختيرت منه، ويطلق على مفردات العينة التي تم اختيارها من هذا المجتمع "حجم العينة" ونرمز له بـ"n".

وقد تم اختيار عينة تمثلت في عملاء لـ 6 مصارف عاملة بولاية عين الدفلى، شملت 150 استبانة.

ثالثاً-تحديد المتغيرات وطريقة جمعها: تم جمع البيانات بالاعتماد على أسلوب البحث الميداني حيث تم توزيع الاستبانة المصممة لأهداف البحث (أنظر الملحق) ، وذلك لاستقصاء آراء أفراد العينة المدروسة، ومن ثم تحليل وتفسير الأجوبة وتعميم النتائج على المجتمع الذي اتخذت منه العينة، وقد اشتملت الاستبانة على قسمين:

1-القسم الأول: يبين المعلومات الشخصية عن أفراد العينة؛

2-القسم الثاني: يتكون من 5 محاور رئيسية، تقيس المحاور الخمسة العوامل التي يأخذها العميل بعين الاعتبار عند اختيار المصرف كالتالي:

-**المحور الأول:** رأس المال ويتألف من 4 عبارات؛

-**المحور الثاني:** الربحية ويتألف من 4 عبارات؛

-**المحور الثالث:** السيولة ويتألف من 9 عبارات؛

-**المحور الرابع:** الخدمات المصرفية والأداء التسويقي ويتألف من 11 عبارة؛

-**المحور الخامس:** السياسة الائتمانية ويتألف من 7 عبارات.

وبذلك يبلغ عدد عبارات الاستبيان 35 عبارة، وقد استخدم مقياس لكارث الخماسي للتعرف على قوة موافقة أو عدم موافقة المستقصى منه على كل عبارة من الاستبيان. كما تم الاستعانة عند تصميم الاستبانة بالعوامل التي تم استخلاصها من الاطار النظري.

الجدول رقم (1-2): مقياس ليكارت الخماسي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
5	4	3	2	1	الترميز
[15-4.2]	[14.2-3.4]	[13.4-2.6]	[12.6-1.8]	[11.8-1]	الدرجة

المصدر: وليد عبد الرحمان خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج spss الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الجزائر، 2011، الموقع الإلكتروني: www.boti.oil.gov.iq تاريخ التحميل 8/05/2017 ص 26.

المطلب الثاني: أدوات التحليل الإحصائية المستخدمة

يركز هذا المطلب على إعطاء مفهوم للبرنامج المستخدم في تحليل الاستبيان وتوضيح أهم الأدوات الإحصائية المستعملة المتمثلة في ما يلي¹:

من أجل تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الاستبيان، تمت الاستعانة ببرنامج SPSS 16 حيث يتجزأ هذا البرنامج إلى 4 أجزاء رئيسية :

-لائحة الأوامر command fonction ؛

-شاشة البيانات Data view ؛

-شاشة تعريف المتغير Variable view ؛

-لائحة التقارير والنتائج out put Navigation.

و لقد تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية وذلك على النحو التالي:

- اختبار العينة الواحدة One sample T test: هذه الحالة تعد من الحالات الخاصة جدا لاختبار T وفيها يتم مقارنة متوسط العينة (عينة واحدة) بمتوسط المجتمع المعروف حيث قمنا باستخدامه لمعرفة مدى درجة الاتساق والانسجام بين عبارات البرنامج وبالتالي مدى صدق الاستبانة.

- معامل الثبات ألفا كرونباخ أو ثبات الاتساق الداخلي Reliability: وهو معامل يستخدم للتأكد من ثبات ابعاد المقياس وعباراته. ويستخدم معامل ألفا كرونباخ كمعامل ثبات ويأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات يأخذ المعامل قيمة تساوي الواحد الصحيح، أي إن زيادة قيمة معامل ألفا كرونباخ تعني زيادة ثبات البيانات وقدرتها على عكس نتائج العينة على المجتمع المدروس.

¹ - وليد عبد الرحمان خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج spss الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الجزائر، 2011، الموقع الإلكتروني: www.boti.oil.gov.iq تاريخ التحميل 8/05/2017 ص 31-7.

- معامل الصدق Validity: يقصد به ان المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويساوي رياضيا الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

-التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

-المتوسط الحسابي وذلك من أجل معرفة درجة موافقة العملاء عن كل عامل من عوامل تقييم الأمان المصرفي (رأس المال، الربحية، جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي، السيولة والسياسة الائتمانية) المتوقعة والمقدمة لهم فعليا بالإضافة الى تحديد الأهمية النسبية لكل عامل من هذه العوامل.

-كما تم استخدام الانحراف المعياري لقياس درجة تشتت قيم استجابات العملاء عن المتوسط الحسابي .

-معامل الاختلاف coefficient of variation : هو من أحسن المقاييس النسبية للتشتت، ويستخدم أحيانا للتعرف على القيم الشاذة للبيانات.

-اختبار ANOVA:وهو اختصار للمصطلح الانجليزي Analysis of variance ويعتمد هذا الأسلوب من أساليب التحليل الإحصائي على ما يعرف باختبار F والذي يعتمد أساسا على تحليل التباين ،حيث التباين ما هو الا متوسط مربعات انحرافات القيم عن وسطها الحسابي .

-مستوى الدلالة المعنوية significance level: هو أقصى احتمال يمكن تحمله من الخطأ الأول، و يرمز لهذا الاحتمال بالرمز α يحدد قبل سحب العينة و عادة ما يكون 0.05 أو 0.01 و هذه القيم لرفض فرض العدم H_0 و قد استعملنا في تحليلنا مستوى دلالة 0.05.

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

ينقسم هذا المبحث إلى مطلبين حيث خصصنا المطلب الأول لتحليل البيانات وعرض نتائجها، أما في المطلب الثاني فقد قمنا بمناقشة وتفسير النتائج المتحصل عليها.

المطلب الأول: تحليل البيانات وعرض النتائج

يبين المطلب تحليل البيانات وعرض نتائجها في شكل جداول منظمة ومتسلسلة منطقيا، بالإضافة الى اختبار صدق وثبات الاستبيان واختبار الفرضيات المطروحة.

أولاً- اختبار صدق وثبات الاستبيان:

قمنا بتقييم الاستبيان قبل توزيعه على عينة الدراسة وذلك للتأكد من صدقه وثباته كالتالي:

1-صدق الاستب : استخدمنا طريقة one sample test للتحقق من صدق العبارات لقياس الأهداف المنشودة لكل محور، بالإضافة إلى التأكد من عدم وجود عبارات غامضة غير مفهومة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (2-2): اختبار صدق الاستبيان باستخدام One sample Test

الأبعاد	t	Df	Sig	Mean defference
المحور 1	66.722	149	0	3.718
المحور 2	59.098	149	0	3.601
المحور 3	57.905	149	0	3.438
المحور 4	64.325	149	0	3.432
المحور 5	56.238	149	0	3.620

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

الجدول رقم (02) يوضح أن قيمة sig أقل من مستوى المعنوية 0.05 والتي تساوي الصفر وبالتالي نقبل الفرضية التي تقول أنه لا توجد فروق بين متوسط العبارات لكل محور.

2- ثبات الاستبيان: استخدمنا طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كما يوضح الجدول رقم (03):

الجدول رقم (2-3): اختبار ثبات الاستبيان وفق طريقة ألفا كرونباخ.

الأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	الصدق
المحور 1	4	0.806	0.898
المحور 2	4	0.759	0.871
المحور 3	11	0.756	0.869
المحور 4	9	0.778	0.882
المحور 5	7	0.792	0.890
إجمالي العبارات	35	0.815	0.902

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نلاحظ من الجدول رقم (03) أن قيمة ألفا كرونباخ تساوي 0.815 وهي تقترب من الواحد الصحيح أي

أن عبارات الاستبيان تقترب الى الثبات التام.

ثانيا-توصيف العينة المدروسة:

1-الخصائص الديموغرافية للعينة: يبين الجدول التالي عدد التكرارات والنسبة المئوية لهذه التكرارات لأهم المتغيرات الديموغرافية للعينة المدروسة:

الجدول رقم (4-2): توصيف المتغيرات الديموغرافية للعينة

النسبة المئوية (%)	عدد التكرارات	الخصائص	
58.7	88	ذكر	الجنس
41.3	62	أنثى	
100	150		المجموع
10.7	16	أقل من 25 سنة	العمر
42.7	64	من 25-34 سنة	
36	54	من 35-44 سنة	
10.7	16	أكثر من 45 سنة	
100	150		المجموع
18.7	28	أقل من ثانوي	المستوى العلمي
15.3	23	بكالوريا	
45.3	68	جامعي	
20.7	31	دراسات عليا	
100	150		المجموع
64.7	97	قطاع عام	الجهة التي يعمل لديها العميل
34.7	52	قطاع خاص	
100	150		المجموع
26.7	40	CNEP	البنك المستخدم
25.3	38	BADR	
15.3	23	CPA	
7.3	11	BDL	
8.7	13	BEA	
16.7	25	BNA	

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

-نسبة العملاء الذكور لدى المصارف كانت تقريبا 58.7% من حجم العينة مقابل 41.3% من العملاء الإناث -نسبة العملاء ممن أعمارهم أقل من 25 سنة-مرحلة الدراسة- بلغت نسبتها 10.7% نفس النسبة من العينة شملت العملاء الذين أعمارهم أكبر من 45 سنة، أما العملاء الذين تراوحت أعمارهم بين 25 و 44 سنة -مرحلة العمل والتأسيس- بلغت نسبتها 78.7% تقريبا من العينة.

-النسبة الأكبر ممن شملتهم العينة كانوا ذو مستوى جامعي وبلغت نسبتهم 45.3% تليها نسبة 20.7% من العينة من الحاصلين على دراسات عليا ، أما العملاء الحاصلين على شهادة البكالوريا والذين مستواهم أقل من ثانوي بلغت نسبتهم 35% تقريبا من العينة.

-بلغت نسبة العملاء الذين يعملون في القطاع العام 64.7% تقريبا من حجم العينة مقابل 34.7% تقريبا يعملون في القطاع الخاص.

-أغلب العملاء كانوا من البنكين CNEP و BADR حيث بلغت نسبتهم على التوالي 26.7% و 25.3% تليها نسبة 16.7% و 15.3% من عملاء كل من BNA و CPA تليها ال BEA بنسبة 8.7% أما النسبة الأضعف ممن شملتهم العينة هم عملاء بنك BDL بنسبة 7.3%.

ثالثا-اختبار الفرضيات:

نقوم باختبار الفرضيات من أجل التوصل إلى قبول أو رفض هذه الفرضيات، ولهذا الغرض سوف نستخدم طريقة تحليل التباين ANOVA.

1- الفرضية الأولى : لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة تبعا للمتغيرات الديموغرافية:

أ-لا توجد فروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة تبعا لنوع العميل: سيتم اختبار فيما إذا كان شعور العميل بالأمان يختلف باختلاف نوعه وبتطبيق الاختبار المذكور نتوصل إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (5-2): نتائج اختبار الفرضية الأولى بالنسبة لنوع العميل باستخدام تحليل ANOVA

الإبعاد	متوسط المربعات	مجموع المربعات	Df	F	Sig
المحور 1	بين المجموعات	0,122	2	0,295	0,772
	داخل المجموعات	0,471	147		
المحور 2	بين المجموعات	0,407	2	0,727	0,485
	داخل المجموعات	0,559	147		
المحور 3	بين المجموعات	0,295	2	0,544	0,576
	داخل المجموعات	0,532	147		
المحور 4	بين المجموعات	0,066	2	0,146	0,864
	داخل المجموعات	0,453	147		
المحور 5	بين المجموعات	0,141	2	0,225	0,799
	داخل المجموعات	0,628	147		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نستنتج من خلال الجدول أعلاه ان قيمة Sig أكبر من 0,05 بالنسبة لجميع المحاور.

ب- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة تبعا لجنس العميل لأفراد العينة المدروسة:

الجدول رقم (6-2): نتائج اختبار الفرضية الأولى تبعا لجنس العميل باستخدام تحليل ANOVA .

الإبعاد	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	F	Sig
المحور 1	بين المجموعات	0,001	1	0,003	0,959
	داخل المجموعات	0,496	148		
المحور 2	بين المجموعات	0,031	1	0,054	0,816
	داخل المجموعات	0,561	148		
المحور 3	بين المجموعات	0,314	1	0,592	0,443
	داخل المجموعات	0,530	148		
المحور 4	بين المجموعات	0,149	1	0,331	0,566
	داخل المجموعات	0,450	148		
المحور 5	بين المجموعات	0,425	1	0,681	0,410
	داخل المجموعات	0,623	148		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن قيمة Sig أكبر من 0,05 بالنسبة لجميع المحاور .

ج- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات اجابات أفراد العينة تبعا لعمر العميل لأفراد العينة المدروسة:

الجدول رقم (7-2): نتائج اختبار الفرضية الأولى تبعا لعمر العميل باستخدام تحليل ANOVA

الأبعاد	متوسط المربعات	مجموع المربعات	Df	F	Sig
المحور 1	بين المجموعات	0,132	3	0,279	0,840
	داخل المجموعات	0,473	146		
المحور 2	بين المجموعات	0,098	3	0,173	0,914
	داخل المجموعات	0,567	146		
المحور 3	بين المجموعات	0,511	3	0,965	0,411
	داخل المجموعات	0,529	146		
المحور 4	بين المجموعات	0,359	3	0,798	0,497
	داخل المجموعات	0,450	146		
المحور 5	بين المجموعات	0,643	3	1,034	0,379
	داخل المجموعات	0,621	146		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نستنتج من الجدول أعلاه ان قيمة Sig أكبر من 0,05 بالنسبة لجميع المحاور.

د- لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة احصائية في شعور العملاء بالأمان تبعا للدرجة العلمية لأفراد العينة:
الجدول رقم (8-2): نتائج اختبار الفرضية الأولى تبعا للدرجة العلمية للعميل باستخدام تحليل ANOVA

الأبعاد	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	F	Sig
المحور 1	بين المجموعات	0,314	3	0,670	0,572
	داخل المجموعات	0,469	146		
المحور 2	بين المجموعات	0,800	3	1,449	0,231
	داخل المجموعات	0,552	146		
المحور 3	بين المجموعات	0,529	3	0,994	0,397
	داخل المجموعات	0,529	146		
المحور 4	بين المجموعات	0,847	3	1,927	0,128
	داخل المجموعات	0,440	146		
المحور 5	بين المجموعات	0,672	3	1,083	0,359
	داخل المجموعات	0,621	146		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نستنتج من الجدول أعلاه ان قيمة Sig أكبر من 0,05 بالنسبة لجميع المحاور.

هـ- لا توجد فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في شعور العملاء بالأمان تبعاً لجهة العمل التي يعمل بها أفراد العينة:

الجدول رقم (9-2): نتائج اختبار الفرضية الأولى تبعاً لجهة عمل العميل باستخدام تحليل ANOVA

الأبعاد	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	F	Sig
المحور 1	بين المجموعات	0,374	2	0,800	0,451
	داخل المجموعات	0,467	147		
المحور 2	بين المجموعات	1,875	2	0,478	0,330
	داخل المجموعات	0,539	147		
المحور 3	بين المجموعات	0,172	2	0,323	0,725
	داخل المجموعات	0,534	147		
المحور 4	بين المجموعات	0,314	2	0,698	0,499
	داخل المجموعات	0,450	147		
المحور 5	بين المجموعات	0,976	2	1,582	0,209
	داخل المجموعات	0,617	147		

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

نستنتج من الجدول أعلاه ان قيمة Sig أكبر من 0,05 بالنسبة لجميع المحاور.

2-الفرضية الثانية: اختبار أهمية العوامل الكمية بالنسبة لشعور العميل بالأمان:

أ-أهمية رأس المال: يتألف مقياس رأس المال من أربع (04) عبارات مقاسة على مقياس ليكارت الخماسي ومن الجدول التالي نلاحظ أن جميع العبارات تميل الى الموافقة على اعتبار رأس المال أحد العوامل الأساسية للشعور بالأمان المصرفي. نلاحظ من الجدول رقم (10) أن العبارة الأولى التي تقول (رأس مال المصرف قادر على مواجهة الخسائر غير المتوقعة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 87.3% مقابل 10.6% غير موافق وغير موافق بشدة و 2% محايد، متوسطها 4.01، أما العبارة الثانية (يحتوي المصرف على نسبة ملاءة مقبولة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 86% مقابل 2.7% محايد و 11.3% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.92، العبارة الثالثة (اعتماد المصرف على مخصصات لمواجهة المخاطر) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 58% و 26% غير موافق وغير موافق بشدة و 16% محايد، متوسطها 3.44، العبارة الرابعة (اعتماد المصرف على رأس ماله لتمويل الاستثمارات اللازمة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 64.7% و 25.4% غير موافق وغير موافق بشدة و 10% محايد، متوسطها 3.51. كما نلاحظ أن معامل الاختلاف الاجمالي للعبارات يساوي 18% وهو أقل من 50% أما المتوسط الاجمالي لرأس المال هو 3.718.

الجدول رقم(10-2): توصيف مقياس رأس المال

العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	التكرار	2	14	3	93	150	4.01	0.879	موافق
	النسبة%	1.3	9.3	2	62	100			
2	التكرار	2	15	4	101	150	3.92	0.855	موافق
	النسبة%	1.3	10	2.7	67.3	100			
3	التكرار	5	34	24	64	150	3.44	1.102	موافق
	النسبة%	3.3	22.7	16	42.7	100			
4	التكرار	4	34	15	76	150	3.51	1.073	موافق
	النسبة%	2.7	22.7	10	50.7	100			
إجمالي المحاور									موافق
معامل الاختلاف: 18%									

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

ب- أهمية الربحية: يتكون مقياس الربحية من أربع (4) عبارات مقاسة على مقياس ليكارت الخماسي ومن الجدول التالي نلاحظ أن جميع العبارات تميل الى الموافقة على اعتبار أن الربحية أحد العوامل الأساسية للشعور بالأمان المصرفي. نلاحظ من الجدول رقم (11) أن العبارة الخامسة التي تقول (الإدارة في المصرف تحقق أرباح مقبولة سنويا) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 77.3% مقابل 18% غير موافق وغير موافق بشدة و 4.3% محايد، متوسطها 3.76، أما العبارة السادسة (تقديم توزيعات أرباح سنوية على المساهمين والعمال والادارة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 56.7% مقابل 19.3% محايد و 24% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.46، العبارة السابعة (تحكم المصرف في مجمل تكاليفه) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 62.7% و 24.7% غير موافق وغير موافق بشدة و 12.7% محايد، متوسطها 3.46، العبارة الثامنة (يهدف المصرف الى تحقيق ارادات مرتفعة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 47% و 17.4% غير موافق وغير موافق بشدة و 8.7% محايد، متوسطها 3.73. معامل الاختلاف الاجمالي للعبارات بلغ 21%، أما قيمة المتوسط الاجمالي هي 3.601.

الجدول رقم (11-2): توصيف مقياس الربحية

العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام		
										التكرار	النسبة %
5	4	23	7	87	29	150	3.76	1.021	موافق	التكرار	
	2.7	15.3	4.7	58	19.3	100				النسبة %	
6	5	31	29	60	25	150	3.46	1.097	موافق	التكرار	
	3.3	20.7	19.3	40	16.7	100				النسبة %	
7	7	30	19	75	19	150	3.46	1.091	موافق	التكرار	
	4.7	20	12.7	50	12.7	100				النسبة %	
8	4	22	13	83	28	150	3.73	1.016	موافق	التكرار	
	2.7	14.7	8.7	55.3	18.7	100				النسبة %	
إجمالي المحاور											
							3.601	0.746	موافق		
معامل الاختلاف الاجمالي 21%											

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

ج- أهمية السيولة: يشمل مقياس السيولة تسعة (9) عبارات مفاصة على مقياس ليكارت الخماسي ومن الجدول التالي نلاحظ أن جميع العبارات تميل الى الموافقة. نلاحظ من الجدول رقم (12) أن العبارة 9 التي تقول (للمصرف مصادر لتوفير السيولة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 62.6 % مقابل 23.3 % غير موافق وغير موافق بشدة و 14 % محايد متوسطها 3.53 ، أما العبارة 10 (المصرف قادر على مواجهة الالتزامات قصيرة الأجل) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 65.4 % مقابل 12.7 % محايد و 22 % غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.48 ، العبارة 11 (توفر المصرف على أصول شبه نقدية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 38 % و 32 % غير موافق وغير موافق بشدة و 30 % محايد، متوسطها 3.44 ، العبارة 12 (تسديد مستحقات العملاء في أوقات نقص السيولة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 59.4 % و 36.7 % غير موافق وغير موافق 4 % محايد، متوسطها 3.47 ، العبارة 13 (تنويع تواريخ استحقاق الودائع) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 62.7 % مقابل 30.7 % غير موافق وغير موافق بشدة و 6.7 % محايد، متوسطها

3.33، العبارة 14 (تسديد المستحقات في تواريخ الاستحقاق المتفق عليها) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 75.3% مقابل 5.3% محايد و19.3% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.63، العبارة 15 (تطور نسب السيولة بشكل مرضي) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 48% و26.7% غير موافق وغير موافق بشدة و25.3% محايد، متوسطها 3.19، العبارة 16 (احترام المصرف نسب السيولة المفروضة من قبل البنك المركزي) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 70% و19.3% غير موافق وغير موافق بشدة، 10.7% محايد، متوسطها 3.60، العبارة 17 (يضع المصرف سيناريوهات لأجل تصور مخاطر السيولة مستقبلاً) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 49.4% و27.4% غير موافق وغير موافق 23.3% محايد، متوسطها 3.22. معامل الاختلاف الاجمالي لعبارات السيولة هو 19%، المتوسط الاجمالي بلغت قيمته 3.431.

الجدول رقم(12-2): توصيف مقياس السيولة

العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
9	التكرار	9	26	21	65	150	3.53	1.163	موافق
	النسبة%	6	17.3	14	43.3	100			
10	التكرار	9	24	19	82	150	3.48	1.073	موافق
	النسبة%	6	16	12.7	54.7	100			
11	التكرار	12	36	45	48	150	3.44	1.061	موافق
	النسبة%	8	24	30	32	100			
12	التكرار	13	42	6	79	150	3.47	1.178	موافق
	النسبة%	8.7	28	4	52.7	100			
13	التكرار	13	33	10	79	150	3.33	1.180	محايد
	النسبة%	8.7	22	6.7	52.7	100			
14	التكرار	11	18	8	92	150	3.63	1.096	موافق
	النسبة%	7.3	12	5.3	61.3	100			
15	التكرار	12	28	38	63	150	3.19	1.066	محايد
	النسبة%	8	18.7	25.3	42	100			
16	التكرار	11	18	16	80	150	3.60	1.123	موافق
	النسبة%	7.3	12	10.7	53.3	100			
17	التكرار	16	25	35	58	150	3.22	1.169	محايد
	النسبة%	10.7	16.7	23.3	38.7	100			
اجمالي المحاور									موافق
معامل الاختلاف 19%									

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

3-الفرضية الثالثة: اختبار أهمية العوامل النوعية بالنسبة لشعور العميل بالأمان

أ-أهمية جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي: يبلغ عدد عبارات مقياس جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي إحدى عشرة (11) عبارة مقاسة على مقياس ليكرت الخماسي ومن الجدول التالي نلاحظ أن جميع العبارات تميل الى الموافقة نلاحظ من الجدول رقم (13) أن العبارة 20 التي تقول (يحتوي المصرف على تجهيزات تقنية حديثة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 70.7% مقابل 28.7% غير موافق وغير موافق بشدة و 0.7% محايد، متوسطها 3.58، أما العبارة 21 (توفر المصرف على مرافق عامة وتسهيلات) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 66.7% مقابل 0.7% محايد و 32.6% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.47، العبارة 22 (اتقان الموظفين فن التفاوض مع العملاء) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 73.4% و 26% غير موافق وغير موافق بشدة و 0.7% محايد، متوسطها 3.67، العبارة 23 (دراسة حاجات ورغبات الزبائن) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 72.7% و 24% غير موافق وغير موافق بشدة 3.3% محايد، متوسطها 3.65، العبارة 24 (تتم المعاملات المصرفية بأمان وسرية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 88.7% مقابل 11.4% غير موافق وغير موافق بشدة و 0% محايد، متوسطها 4.01، العبارة 25 (توفر عاملين من ذوي الخبرة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 60% مقابل 2.7% محايد و 37.3% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.33، العبارة 26 (تقديم منتجات جديدة ومتنوعة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 48.6% و 48% غير موافق وغير موافق بشدة و 3.3% محايد، متوسطها 3.06، العبارة 27 (تطبيق خطة تسويقية بكفاءة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 40.7% و 38.6% غير موافق بشدة وغير موافق أما المحايد نجد 20.7% ومتوسطها 3.05 العبارة 28 (توفر المصرف على معلومات حول الأنشطة المصرفية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 41.3% و 34.7% غير موافق وغير موافق 24% محايد، متوسطها 3.11، العبارة 29 (توفر المصرف على موقع الكتروني) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 77.3% مقابل 22.6% غير موافق وغير موافق بشدة و 0% محايد، متوسطها 3.61، العبارة 30 (تقديم أسعار فائدة تنافسية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 52.7% مقابل 11.3% محايد و 36% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.27.

نلاحظ أن معامل الاختلاف الاجمالي 21% أما المتوسط الاجمالي للمحاور تبلغ قيمته 3.438.

الجدول رقم (13-2):توصيف مقياس جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي

العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
18	التكرار	7	36	1	75	150	3.58	1.194	موافق
	النسبة%	4.7	24	0.7	50	100			
19	التكرار	8	41	1	72	150	3.47	1.224	موافق
	النسبة%	5.3	27.3	0.7	48	100			
20	التكرار	10	29	1	70	150	3.67	1.245	موافق
	النسبة%	6.7	19.3	0.7	46.7	100			
21	التكرار	7	29	5	78	150	3.65	1.148	موافق
	النسبة%	4.7	19.3	3.3	52	100			
22	التكرار	4	13	0	94	150	4.01	0.923	موافق
	النسبة%	2.7	8.7	0	62.7	100			
23	التكرار	5	51	4	69	150	3.33	1.180	محايد
	النسبة%	3.3	34	2.7	46	100			
24	التكرار	9	63	5	56	150	3.06	1.222	محايد
	النسبة%	6	42	3.3	37.3	100			
25	التكرار	11	47	31	45	150	3.05	1.157	محايد
	النسبة%	7.3	31.3	20.7	30	100			
26	التكرار	6	46	36	50	150	3.11	1.056	محايد
	النسبة%	4	30.7	24	33.3	100			
27	التكرار	8	26	0	98	150	3.61	1.073	موافق
	النسبة%	5.3	17.3	0	65.3	100			
28	التكرار	14	40	17	49	150	3.27	1.305	محايد
	النسبة%	9.3	26.7	11.3	32.7	100			
اجمالي المحاور									موافق
معامل الاختلاف الاجمالي 21%									

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

ب-أهمية السياسة الائتمانية: يحتوي مقياس السياسة الائتمانية على سبعة (7) عبارات مقاسة على مقياس ليكارت الخماسي ومن الجدول التالي نلاحظ أن جميع العبارات تميل الى الموافقة . نلاحظ من الجدول رقم (14) أن العبارة 29 التي تقول (يقوم المصرف بتنويع التسهيلات المقدمة للعملاء من حيث المدة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 80% مقابل 14% غير موافق وغير موافق بشدة و 6% محايد متوسطها 3.76، أما العبارة 30 (قيام المصرف بدراسة الجهات المقترضة قبل اتخاذ القرار الائتماني) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 76% مقابل 5.3% محايد و 18.6% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.79، العبارة 31(توفر المصرف على نظام معلومات حول تركيبة المحفظة الائتمانية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 70.7% و 21.3% غير موافق وغير موافق بشدة و 8% محايد، متوسطها 3.68، العبارة 32 (التسهيلات الائتمانية تدار بشكل سليم) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 67.3% و 20.7% غير موافق وغير موافق 12% محايد، متوسطها 3.52، العبارة 33 (يقوم المصرف بوضع استراتيجية لإدارة المخاطر الائتمانية) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 68.7% مقابل 20% غير موافق وغير موافق بشدة و 11.3% محايد، متوسطها 3.61، العبارة 34 (تقوم إدارة المصرف بمتابعة الائتمان المقدم بكفاءة) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 67% مقابل 9.3% محايد و 24.7% غير موافق وغير موافق بشدة، متوسطها 3.48، العبارة 35(وجود رقابة كافية على مخاطر الائتمان بالمصرف) بلغت نسبة الموافق والموافق بشدة 64.7% و 25.4% غير موافق وغير موافق بشدة و 10% محايد، متوسطها 3.51.

الجدول رقم (14-2): توصيف مقياس السياسة الائتمانية

العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق موافق	موافق بشدة	المجموع	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
29	التكرار	4	17	9	19	150	3.76	0.910	موافق
	النسبة%	2.7	11.3	6	12.7	100			
30	التكرار	5	23	8	37	150	3.79	1.084	موافق
	النسبة%	3.3	15.3	5.3	24.7	100			
31	التكرار	5	27	12	33	150	3.68	1.107	موافق
	النسبة%	3.3	18	8	22	100			
32	التكرار	7	24	18	15	150	3.52	1.028	موافق
	النسبة%	4.7	16	12	10	100			
33	التكرار	7	23	17	25	150	3.61	1.080	موافق
	النسبة%	4.7	15.3	11.3	16.7	100			
34	التكرار	13	24	14	23	150	3.48	1.186	موافق
	النسبة%	8.7	16	9.3	16.3	100			
35	التكرار	10	28	15	28	150	3.51	1.186	موافق
	النسبة%	6.7	18.7	10	18.7	100			
اجمالي المحاور									موافق
معامل الاختلاف 21%									

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج spss

المطلب الثاني: مناقشة وتفسير النتائج

يوضح هذا المطلب مناقشة وتفسير النتائج المتوصل إليها كما يلي:

- نتائج الاختبار تؤكد أن جميع عبارات الاستبيان متسقة وليست عشوائية مما يؤكد صدق الاستبيان.
- عند حساب قيمة الفا كرونباخ لجميع المحاور تبين أن قيمتها أكبر من 0.60 وبالتالي محاور الاستبيان مقبولة من الناحية الإحصائية وقابلة للدراسة أي ثبات الاستبيان.

- نسبة العملاء الذين تراوحت أعمارهم بين 25 و 44 سنة كانت هي الأكبر وذلك لأن هذه المرحلة من العمر تمثل مرحلة العمل والتأسيس وبالتالي يتزايد الإقبال على المصارف من قبل هؤلاء العملاء إما كمودعين أو مقترضين.

- يرجع الانخفاض الكبير للعملاء الذين أعمارهم أقل من 25 سنة وأكبر من 45 سنة إلى أنه غالباً الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 25 سنة أو أقل يكونون في مرحلة الدراسة، أما الأشخاص الذين يكونون أكبر من 45 سنة فهم إما أشخاص متقاعدین أو قلت لديهم الرغبة والقدرة على العمل.

- أغلب العملاء الذين يتعاملون مع المصارف لديهم مستوى جامعي وهذا يعود إلى أن هذه الفئة تكون لديهم بالثقافة والوعي المصرفي والادخاري التي تمكنهم من التعامل مع المصرف.

- بينت النتائج أن قيمة sig كانت أكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 وبالتالي قبول الفرضية الأولى التي تقول أنه لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العملاء وشعورهم بالأمان تبعاً للمتغيرات الديموغرافية ويعود ذلك إلى أن شعور العميل بالأمان المصرفي مرتبط بمدى ثقة العميل بالمصرف ورغبته في التعامل معه أما المتغيرات الديموغرافية فليس لها أي تأثير.

- إن كل معاملات الاختلاف الاجمالية للمحاور الخمسة تقل عن 50% وبالتالي هناك تجانس في استجابات أفراد العينة.

- المتوسط الإجمالي لرأس المال هو 3.718 وبالتالي فإن العملاء موافقون على أن لرأس المال دور كبير في درجة الأمان التي يشعر بها العميل أثناء اختياره للمصرف كما أن قيمة المتوسطات تقع في المجال [3.4-4.2] من حيث درجة الأهمية وهذا يعني أنه لرأس المال أهمية مرتفعة بالنسبة للعملاء من حيث الشعور بالأمان كما يعتبر احتواء المصرف على نسبة ملاءة مقبولة وقدرة رأس ماله على مواجهة الخسائر الغير متوقعة من أبرز العناصر التي يأخذها العميل عند اختيار مصرفه ويعود سبب ذلك لضمان استرداد أموالهم من قبل المصرف في الوقت المناسب.

- يوافق العملاء على أن للربحية دور في درجة الأمان لدى العميل عند اختياره لمصرفه كما أن قيمة المتوسط تقع ضمن المجال [3.4-4.3] من حيث درجة الأهمية وهذا يعني أنه للربحية أهمية مرتفعة بالنسبة للعملاء من حيث الشعور بالأمان كما أن النسبة الأكبر من العملاء تأخذ بعين الاعتبار اعتماد إدارة المصرف على

تحقيق أرباح مقبولة سنويا وتحقيق إيرادات مرتفعة عند اختيارهم لمصرفهم وذلك للتأكد من الاستثمار الصحيح لأموالهم واستردادها مع الفوائد.

- بالنسبة للسيولة فإن متوسطات العبارات 13 15 17 قيمتها محصورة في المجال [2.6-3.4] وبالتالي فهي تميل الى الحياد حيث أن العملاء لا يأخذونها بعين الاعتبار لأن ليس لديهم المعلومات الكافية حول تواريخ استحقاق الودائع وحول نسب السيولة المعتمدة للمصارف وما إن كان المصرف يضع سيناريوهات من أجل تصور مخاطر السيولة مستقبلا، كما أن المصارف بحد ذاته لا تهتم بذلك.

بالرغم من ذلك وجدنا المتوسط الإجمالي للعبارات التسعة بلغ 3.621 الأمر الذي يدل على ميل نتائج المقياس للموافقة وهذا يعني ان للسيولة لدى المصرف أهمية بالنسبة للعملاء من حيث الشعور بالأمان. كما أن معظم العملاء يركزون على الاستعداد الكلي للمصرف لتسديد مستحقاتهم في تواريخ الاستحقاق المتفق عليها واحترامه بشكل كلي لنسب السيولة المفروضة عليه من قبل البنك المركزي بالإضافة الى توفر على مصادر لتوفير السيولة أثناء أوقات الأزمات وقدرته على مواجهة الالتزامات قصيرة الأجل ويعود سبب ذلك إلى أن أغلب العملاء يميلون إلى المصارف التي تحتوي على نسبة سيولة كافية والقادرة على مواجهة المخاطر التي يتعرض لها المصرف.

- عند اختبار أهمية جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي وجدنا أن متوسطات العبارات 2423 25 28126 التي تتكلم عن الأداء التسويقي قيمتها محصورة في المجال [2.6-3.4] وبالتالي فهي تميل الى الحياد وهذا راجع الى أن المصارف ليس لديها خطة تسويقية محكمة ولا تقدم لعملائها اية المعلومات حول الأداء التسويقي للخدمة ،اما بالنسبة لأسعار الفائدة فالعملاء لا يأخذونها بعين الاعتبار ويعود سبب ذلك لتجنبهم المعاملات الربوية .

بالرغم من ذلك قيمة المتوسط لجميع العبارات تساوي 3.438 وتقع ضمن المجال [3.4-4.2] من حيث درجة الأهمية وهذا يعني انه لجودة الخدمات والأداء التسويقي بالمصرف أهمية بالنسبة للعملاء من حيث شعورهم بالأمان وكلما تنوعت الخدمات لتلائم الاحتياجات المتعددة للعملاء كلما زاد شعورهم بالأمان .

- بالنسبة للسياسة الائتمانية المتوسط الإجمالي لجميع العبارات بلغ 3.621 ويقع ضمن المجال [3.4-4.2] من حيث درجة الأهمية وبالتالي فان السياسة الائتمانية المتبعة من طرف المصرف وبحسب آراء العملاء تؤثر في درجة الامان المصرفي بشكل عام. حيث أن النسبة الأكبر للعملاء تعتبر قيام المصرف بدراسة شاملة ومعقدة للجهات المقترضة قبل اتخاذ القرار الائتماني بالإضافة الى تنوع التسهيلات المقدمة للعملاء من حيث المدة يعتبر من أكثر العوامل التي يراها العملاء ضرورية للتعامل مع المصرف حيث أن العملاء المقترضين يرغبون في الحصول على الائتمان لفترات طويلة أو متوسطة.

خلاصة الفصل الثاني:

تم خلال هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بقياس درجة تقييم الأمان المصرفي من منظور العملاء، وقد استهدفت الدراسة استبانة موزعة على 150 عينة لستة مصارف، وبعد تفريغ استمارات البحث واستخدام بعض الأساليب الإحصائية، تم اختبار فرضيات البحث الموضوعية والتوصل إلى عدة نتائج أهمها:

- بينت الدراسة بأن شعور العميل بالأمان لا يتأثر بالمتغيرات الديموغرافية للعميل مثل الجنس، العمر، درجته العلمية وغيرها من المتغيرات؛

- أهمية العوامل الكمية المتمثلة في رأس المال، الربحية والسيولة في التأثير على شعور العميل بالأمان المصرفي خاصة رأس المال الذي يعتمد عليه أغلب العملاء في الحكم على المصرف؛

- يتأثر شعور العميل بالأمان المصرفي أيضا بالعوامل النوعية وهي جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي بالإضافة إلى السياسة الائتمانية.

A decorative rectangular border with intricate floral and scrollwork patterns in black ink, framing the central text.

الخاتمة العامة

خاتمة

على اعتبار أن الأمان المصرفي أصبح موضوع اهتمام للكثير من المصارف فهو يعبر عن مدى تميز المصرف بموقف مالي سليم والقادر على القيام بدوره في الوساطة المالية بكفاءة وفعالية ويحترم القوانين والقواعد الاحترازية المفروضة عليه بما يمكن العميل من اختياره دون مصرف آخر وفي إطار سعي جميع المصارف للحفاظ على سلامة أنشطتها من أجل جذب العديد من العملاء حاولنا في هذا البحث تسليط الضوء على الأمان المصرفي من خلال الإجابة عن التساؤل المطروح حول ماهية العوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي من منظور العميل في الجزائر.

ومن هذا المنطلق واعتمادا على الإطار النظري في الفصل الأول من هذا البحث يمكن القول أن تقييم العميل لأي مصرف يعتمد على مدى شعوره بالأمان نحوه معتمدا في ذلك على عوامل كمية وعوامل نوعية. أما الجزء التطبيقي من البحث فقد استهدف تسليط الضوء على قياس درجة تأثر العملاء بمجموعة العوامل المدروسة من خلال جمع آراء عملاء بعض المصارف بولاية عين الدفلى.

وفيما يلي سنستعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال البحث ونقترح بعض التوصيات:

أولاً- النتائج التي توصل إليها البحث: لقد أفضت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

- مدى أهمية الأمان المصرفي بالنسبة للمصرف والعملاء وبالنسبة للدولة ككل؛

- اختلاف دراستنا مع الدراسات السابقة كون أن الدراسات السابقة لم تدرس الأمان المصرفي من منظور العميل و إنما هدفت إلى دراسته من الجانب المصرفي من أجل تحسين أدائه؛

- تتمثل أهم العوامل المؤثرة على شعور العميل بالأمان المصرفي في رأس المال، الربحية، السيولة، جودة الخدمات المصرفية ، الأداء التسويقي والسياسة الائتمانية.

عند اختبار الفرضيات المطروحة استنتجنا ما يلي:

-**قبول الفرضية الأولى:** لا تؤثر الخصائص الديموغرافية للعميل في شعوره بالأمان المصرفي ويعود سبب ذلك إلى أن شعور العميل مرتبط بدرجة ثقة العميل وميوله للمصرف ومدى خبرة العميل في اتخاذ القرار بشأن التعامل المصرفي بالإضافة إلى مدى توفر المصرف على العوامل الأساسية التي تزيد من ثقة العملاء بالمصرف وبالتالي شعورهم بالأمان نحوه؛

-**قبول الفرضية الثانية:** أهمية العوامل الكمية في التأثير على شعور العميل بالأمان وهذا لأن رأس مال المصرف يعتبر الدرع الحصين للمصرف من ناحية المودعين عند انخفاض الأموال فيه كما يدعم ثقة المقترضين والدائنين كما تعتبر السيولة كذلك ضرورة للعملاء وذلك لأن المصرف الذي يتوفر على سيولة

كافية تكون لديه القدرة على مواجهة احتياجات عملائه من الأموال، الربحية كذلك تعتبر مصدر من مصادر ثقة المودعين والمقترضين في المصرف وكلما زادت أرباحه زادت ثقة العملاء فيه؛

-قبول الفرضية الثالثة: أهمية العوامل النوعية في التأثير على شعور العميل بالأمان حيث يأخذ العملاء جودة الخدمات والأداء التسويقي في المصرف بعين الاعتبار عند اختيار المصرف وذلك لأن أي عميل يرغب في الحصول على خدمات جديدة تتوافق مع رغباته والتي يتم تسويقها بأقل تكلفة، والسياسة الائتمانية في المصرف تعتبر مهمة في نظر العملاء فالمقترضين ينجذبون إلى المصارف التي تعتمد على سياسة ائتمانية واضحة ومعترف بها والتي تتضمن شروط ميسرة وسهلة كذلك تعتبر السياسة الائتمانية مهمة بالنسبة للمودعين بحكم أن المصرف يقوم بإعادة إقراض الودائع وبالتالي يرغب المودعين بأن تكون السياسة الائتمانية المتبعة من قبل المصرف يدة لضمان إعادة استرجاع أموالهم.

-استنتجنا من الدراسة حسب اراء أفراد العينة المدروسة أن جميع العوامل تؤثر بشكل نسبي على شعور العملاء بالأمان المصرفي حيث يأخذها العملاء بعين الاعتبار عند اختيارهم للمصرف.

ثانيا-التوصيات:

-كلما زاد حجم رأس المال في المصرف ازدادت ثقة العميل به لذلك يتوجب على المصارف الاعتماد على رأس مال كافي لتمويل الاستثمارات اللازمة ومواجهة المخاطر المصرفية في نشاطه؛

- ينبغي على إدارة المصرف ان تعمل على تحقيق أقصى ربحية لتغطية ما يتحمله المصرف من مخاطر بالإضافة الى زيادة الأرباح المحتجزة التي يعتبرها العميل الركن الأساسي لضمان ودائعهم ؛

-على إدارة المصرف العمل على تنويع خدماته لأن لها دور كبير في جذب العملاء للمصرف كما يتوجب عليه مواكبة أحدث التقنيات في تقديمه للخدمة؛

- تجنب التعرض لنقص شديد في السيولة لما لذلك من مخاطر في حال إقبال العملاء على طلب الودائع؛

- من الأحسن أن يقوم المصرف بتنويع التسهيلات المقدمة من حيث المدة بالإضافة إلى القيام بدراسة شاملة ومعقدة للجهات المقترضة قبل اتخاذ القرار الائتماني؛

-التوصية بإعداد دراسات تختص بتوصيف العملاء الحاليين والمستقبليين بشكل أقرب الى الواقع المصرفي بهدف تعديل الواقع لكي يتلاءم والمتطلبات الاقتصادية التي تفرضها الظروف من جهة والتي تفرضها ضرورة التطور الاقتصادي (المالي والنقدي) من جهة أخرى؛

-العمل على إعداد دورات توعية للمواطنين من أجل زيادة الوعي المصرفي بما يكفل زيادة الإيداع المصرفي.

ثالثاً-أفاق الدراسة: يعد موضوع البحث متشعباً إذ يمكن تناوله من جوانب متعددة تبعا لأهداف كل باحث ولذلك يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية:

- أثر المخاطر المصرفية في درجة الأمان المصرفي؛
- دور الأمان المصرفي في زيادة إيرادات المصرف؛
- دور جودة الخدمة المصرفية في تحقيق الأمان المصرفي؛
- واقع الأمان المصرفي في الجزائر؛
- الأمان المصرفي ودوره في جذب العملاء.

المراجع

المراجع اللغة الوطنية:

أولاً- الكتب

- 1- عوض بدير الحداد ،تسويق الخدمات المصرفية ،البيان للطباعة والنشر، القاهرة ج م ع،1994.
 - 2-طارق عبد العال حماد، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2000 .
 - 3-منير إبراهيم الهندي، إدارة المنشآت المالية، دار المعارف، الاسكندرية، مصر،1993.
- ثانياً- المجلات والجرائد
- 4-مجد عمران، أثر المخاطر المصرفية في درجة الأمان المصرفي في المصارف التجارية الخاصرة في سورية-مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية،العدد1، سوريا،2015.
 - 5-محمد بن بوزيان واخرون، تحليل العلاقة بين الاستقرار المصرفي والقدرة التنافسية للبنوك، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، جامعة الشهيد حمه لخصر، الوادي، لجزائر العدد الخامس،2014.
 - 6-محمد الجموعي قريشي ،أهمية السيولة النقدية وأهمية القطاع المصرفي للاقتصاد ،مجلة الباحث ،العدد9 الجزائر، 2011.
- ثالثاً-الرسائل الجامعية:
- 7-جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية،جامعة منتوري،قسنطينة،2006/2007.
 - 8-جمانة نذير الخجا، دور الرقابة المصرفية في تحقيق سلامة الوضع المصرفي، مذكرة ماجستير في الاقتصاد المالي والنقدي، جامعة دمشق، سوريا،2010.
 - 9-حسام إبراهيم حسين أبو الحاج ، أطروحة دكتوراه في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا الجامعة الأردنية 2006.
 - 10-رابح يخلف، نحو تقييم فعال لأداء المورد البشري في المؤسسة الاقتصادية مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة احمد بوقرة بومرداس،الجزائر،2006/2007.
 - 11-ربا فهمي كوكش، دور التحليل المالي في التنبؤ بدرجة الأمان المصرفي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة دمشق،سوريا،2012.
 - 12-سليمة عبدالله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية لتفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة الحاج لخصر، باتنة2008/2009.
 - 13-سها سليمان علي، دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على درجة الأمان المصرفي، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة تشرين، سوريا 2011.
 - 14-سيرين سميح أبو رحمة، السيولة المصرفية وأثرها في العائد والمخاطرة، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة 2009.

15- عبد العزيز محمد الجبري، معايير السلامة الوقائية ودورها في الحد من حوادث الحريق في الأبراج السكنية العالية، مذكرة ماجستير في العلوم الشرطية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض .

16-فراج علي سعد السبيعي، مدى الرضا على مستوى خدمات الأمن والسلامة في مدينة الملك فهد الطبية، مذكرة ماجستير في قسم العلوم الشرطية في جامعة نايف العربية، للعلوم الأمنية، الرياض 2013.

رابعاً- المقالات:

17- وليد عبد الرحمان خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS،الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الجزائر، 2011، الموقع الإلكتروني: www.boti.oil.gov.iq تاريخ التحميل 8 /05/2017.

-المراجع اللغة الأجنبية:

18-sylvie coppé, évaluation définition de ketele,article publier source :www.math.univ-lyon1.fr, consulter le 22/03/2017,pdf.

الملاحق

الاستبيان الموجه لعملاء المصارف التجارية الجزائرية لولاية عين الدفلى
استبانة بحث علمي

الأخ العميل:

نقوم بإعداد دراسة حول الأمان المصرفي بهدف تحديد وتحليل تقييم الأمان المصرفي من منظور العميل وذلك بإجراء دراسة على مجموعة من المصارف التجارية الجزائرية بولاية عين الدفلى. ولغرض جمع البيانات اللازمة استخدمنا الاستبانة المرفقة. ويرجى أخذ العلم ان البيانات التي سوف تزودوننا بها من اجابتكم عن الأسئلة سوف تستخدم فقط لغرض البحث العلمي وستحاط بالسرية التامة.

مع فائق الشكر والتقدير.

البيانات الشخصية:

- 1- نوع العميل: شركة
- 2- الجنس: انثى ذكر
- 3- العمر: اقل من 25 سنة من 25-34 سنة
- من 35-44 سنة اكثر من 45 سنة
- 4- الدرجة العلمية: اقل من ثانوي بكالوريا
- جامعي دراسات عليا
- 5- جهة العمل: قطاع عام قطاع خاص

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارات
					<p>أولاً- رأس المال:</p> <p>1-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كان رأس ماله قادر على مواجهة الخسائر غير متوقعة.</p> <p>2-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كان يحتوي على نسبة ملاءة مقبولة</p> <p>3-يعتمد المصرف على مخصصات كافية لمواجهة المخاطر المصرفية في نشاطه</p> <p>4-يعتمد المصرف على رأس ماله لتمويل الاستثمارات اللازمة لتشغيل المصرف</p>
					<p>ثانياً-الربحية:</p> <p>5-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كانت الادارة تحقق ارباح مقبولة سنويا.</p> <p>6-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كان يقدم توزيعات ارباح سنوية على المساهمين والعمال والادارة.</p> <p>7-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كان المصرف يتحكم في مجمل تكاليفه.</p> <p>8-يعتمد المصرف بشكل أكبر على تحقيق ارادات مرتفعة.</p>

				<p>ثالثا- السيولة:</p> <p>9- يمتلك المصرف مصادر لتوفير السيولة أثناء أوقات الازمات</p> <p>10- تفيد بيانات المصرف انه دائما قادر على مواجهة الالتزامات قصيرة الأجل.</p> <p>11- يمتلك المصرف أصول شبه نقدية قادرة على مواجهة التزامات السيولة.</p> <p>12- أثبتت تجاربك مع المصرف استعداده الكلي لتسديد المستحقات حتى في اوقات نقص السيولة.</p> <p>13- يسعى المصرف جاهدا إلى تنويع تواريخ استحقاق الودائع.</p> <p>14- تعاملك مع المصرف اثبت استعداده الكلي لتسديد مستحقات في تواريخ الاستحقاق المتفق عليها.</p> <p>15- يفيد تحليل نسب السيولة بالمصرف الى تطورها بشكل مرضي.</p> <p>16- يحترم المصرف بشكل كلي نسب السيولة المفروضة عليه من قبل البنك المركزي.</p> <p>17- يضع المصرف سناريوهات لأجل تصور مخاطر السيولة مستقبلا.</p>
				<p>رابعا- جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي:</p> <p>18- يحتوي المصرف على تجهيزات تقنية حديثة.</p> <p>19- إن المرافق العامة والتسهيلات المتوفرة لدى المصرف ملائمة ومتنوعة.</p> <p>20- يمتاز معظم موظفي المصرف في اتقان فن التحاور والتفاوض مع العملاء وسرعة تلبية حاجاتهم.</p> <p>21- يقوم المصرف بدراسة وتحليل حاجات ورغبات الزبائن والعمل على حل المشاكل التي تواجههم.</p> <p>22- تتم المعاملات المصرفية على درجة كبيرة من الأمان والسرية.</p>

				<p>23-يعتمد المصرف في تسويقه للخدمات على العاملين من ذوي الخبرة وأصحاب الخدمة الطويلة.</p> <p>24-يقوم المصرف بتقديم منتجات تتميز بالتجديد والتنوع وتسويقها بأقل تكلفة.</p> <p>25-يقوم المصرف بتطبيق خطة تسويقية بدرجة عالية من الكفاءة الفعالية.</p> <p>26-تثق بالمصرف لأنه يتوفر على بيانات متكاملة ومعلومات حول الأنشطة المصرفية والسوق المصرفي.</p> <p>27-للمصرف موقع الكتروني يسهل الوصول اليه ومعروف لدى العملاء.</p> <p>28-تزداد ثقتك بالمصرف اذا كان يقدم أسعار فائدة تنافسية.</p>
				<p>خامسا-السياسة الائتمانية:</p> <p>29-يقوم المصرف بتنويع التسهيلات المقدمة للعملاء من حيث المدة.</p> <p>30-يقوم المصرف بدراسة شاملة ومعقدة للجهات المقترضة قبل اتخاذ القرار الائتماني (مصدقية وسمعة الجهة المقترضة).</p> <p>31-توفر المصرف على نظام معلومات كافي حول تركيبة المحفظة الائتمانية(طبيعة ونوع الائتمان، شروط العقود الائتمانية، وجود او عدم وجود ضمانات معينة)</p> <p>32-التسهيلات الائتمانية في المصرف تدار بشكل سليم وضمن حدود المعايير الاحترازية والسقوف المحددة لها.</p> <p>33-يقوم المصرف بوضع استراتيجية لإدارة مخاطر الائتمان.</p> <p>34-تقوم ادارة المصرف بمتابعة الائتمان المقدم بكفاءة.</p> <p>35-وجود رقابة كافية على مخاطر الائتمان بالمصرف.</p>

الصفحة	المحتويات
	اهداء كلمة الشكر الملخص
I	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الاختصارات والرموز
أ-ج	مقدمة
الفصل الأول: تقييم الامان المصرفي من منظور العميل	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية الأمان المصرفي
3	المطلب الأول: مفهوم الامان المصرفي
3	أولاً- تعريف الأمان والسلامة
3	ثانياً- تعريف الأمان من الجانب المصرفي
5	المطلب الثاني: اهمية وخصائص الامان المصرفي
5	أولاً- أهمية الأمان المصرفي
6	ثانياً- خصائص الأمان المصرفي
7	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على درجة الامان المصرفي من منظور العميل
7	أولاً-تعريف التقييم
7	ثانياً- العوامل الكمية المؤثرة على درجة الأمان المصرفي
9	ثالث- العوامل النوعية المؤثرة على درجة الأمان المصرفي
11	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
11	المطلب الأول: الدراسات العربية والمحلية
11	أولاً-الدراسات العربية
13	ثانياً-الدراسات المحلية
14	المطلب الثاني: الدراسات الاجنبية
15	المطلب الثالث:أوجه التشابه والاختلاف
15	أولاً-أوجه التشابه

16	ثانياً-أوجه الإختلاف
17	خلاصة الفصل الاول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
19	تمهيد
20	المبحث الأول: الطريقة والادوات المستعملة
20	المطلب الأول: طريقة جمع البيانات
20	أولاً-مجتمع البحث
20	ثانياً-عينة البحث
20	ثالثاً-تحديد المتغيرات وطريقة جمعها
21	المطلب الثاني: أدوات التحليل الإحصائية المستخدمة
22	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
22	المطلب الأول: تحليل البيانات وعرض النتائج
22	أولاً-اختبار صدق وثبات الاستبيان
24	ثانياً-توصيف العينة المدروسة
25	ثالثاً-اختبار الفرضيات
40	المطلب الثاني: مناقشة وتفسير النتائج
42	خلاصة الفصل الثاني
44	خاتمة
48	قائمة المراجع
51	الملاحق
55	الفهرس