العوامل المؤثرة على نمو الودائع المصرفية في الأردن خلال الفترة 1998 ـ 2007

إعـداد

رنا أحمد خليل أبو طوق

إشـراف

الأستاذ الدكتور
محمد مطر

الأستاذ الدكتور
حمزة الزبيدي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في
إدارة الأعمال

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
كلية الأعمال

2009

تـفـويـض

انا الموقعة ادناه (**رنا أحمد خليل أبـو طـوق**) افوض جامعه الشرق الاوسط للدراســات العليا بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات الجامعيه او المؤســسات او الهيئــات او الاشــخاص المعنيه بالابحاث والدراسات العلميه عند طلبها.

الاسم: رنا أحمد خليل أبو طوق

التوقيع:

التاريخ: / / 2009 م

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "العوامل المؤثرة على نمو الودائع المصرفية في الأردن خلال الفترة 1998 ـ 2007".

واجيزت بتاريخ / / 2009 م

أعضاء لجنة المناقشة		التوقيع
الاستاذ الدكتور محمد عطيه مطر	رئيسا ومشرفا	.....
الاستاذ الدكتور حمزة محمود الزبيدي	مشرفا مشاركا	.....
الاستاذ الدكتور ناظم محمد الشمري	عضوا خارجيا	.....
الدكتور عبد المنعم صالح مصطفى	عضوا	.....

شكر وتقدير

بعد أن وفقني الله بإكمال هذه الدراسة، لا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى أصحاب البصمات الواضحة على هذا الجهد العلمي المتواضع، وأبدأ بأساتذتي: الأستاذ الدكتور محمد مطر، والأستاذ الدكتور حمزة الزبيدي، اللذان زودني بإرشاداتهما العلمية التي لم تخلُ أبداً من الرعاية طيلة فترة إعداد هذه الدراسة، وأتقدم بالشكر إلى كلية الأعمال؛ ممثلة بالأستاذ الدكتور كامل المغربي، وكافة أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الذين زودوني بالعلم والمعرفة، وكذلك أشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بمناقشة رسالتي. وأخيراً، وليس آخراً أشكر كل من ساهم معي وقدم لي العون في إعداد هذه الرسالة كما أقدم شكري وتقديري إلى الأستاذ وائل إدريس لمساعدته الجليلة.

والله الموفق

الباحثة

رنا أحمد خليل أبو طوق

الإهداء

إلَى .....

من أرشدني بحكمته وأعطاني فكره : والدى العزيز

من غمرتني بالحب والحنان ومنحتني القوة بدعواتها : أمي الحنونة

اللواتي بتماسكهن وترابطهن معي كان نجاحي : أخواتي

كل من وقف بجانبي وأعطاني الدعم : زملائي وزميلاتي

لهم جميعا أهدي ثمرة جهدي ...

الباحثة

رنا أحمد خليل أبو طوق

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الملاحق	ط
الملخص باللغة العربية	ي
الملخص باللغة الإنجليزية	ل
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
1 ـ 1 المقدمة	2
1 ـ 2 مشكلة الدراسة وأسئلتها	3
1 ـ 3 فرضيات الدراسة	6
1 ـ 4 أهمية الدراسة	7
1 ـ 5 أهداف الدراسة	8
1 ـ 6 حدود الدراسة	9
1 ـ 7 أنموذج الدراسة	9
1 ـ 8 التعريفات الإجرائية	10
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	11
2 ـ 1 المقدمة	12
2 ـ 2 الإطار النظري للدراسة	14
2 ـ 3 الدراسات السابقة العربية والأجنبية	26
2 ـ 3 ـ 1 الدراسات العربية	26
2 ـ 3 ـ 2 الدراسات الأجنبية	33
2 ـ 4 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	35

الفصل الثالث: منهجية الدراسة	36
3 ـ 1 المقدمة	37
3 ـ 2 تصميم الدراسة الميدانية	37
3 ـ 3 مصادر الحصول على البيانات	37
3 ـ 4 مجتمع الدراسة وعينتها	38
3 ـ 5 مراحل تطوير أداة القياس	40
3 ـ 5 ـ 1 مقاييس الاستبانة	41
3 ـ 6 الأساليب الإحصائية المستخدمة	43
3 ـ 7 اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتوزيع الطبيعي	44
الفصل الرابع: مناقشة نتائج التحليل واختبار الفرضيات	45
4 ـ 1 المقدمة	46
4 ـ 2 وصف عينة الدراسة	46
4 ـ 3 عرض بيانات الدراسة	48
4 ـ 4 إختبار فرضيات الدراسة	53
4 ـ 5 الأثر المشترك للمتغيرات الستة على نمو الودائع المصرفية	64
الفصل الخامس: الاستنتاجات والتوصيات	65
5 ـ 1 المقدمة	66
5 ـ 2 الاستنتاجات	66
5 ـ 3 التوصيات	68
قائمة المراجع	70
أولاً: المراجع العربية	71
ثانياً: المراجع الأجنبية	73
قائمة الملاحق	74

قائمة الجداول

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	إجمالي الودائع لدى البنوك المرخصة في الأردن للفترة 1998 ـ 2007	5
2	أسماء المصارف عينة الدراسة	39
3	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (كرونباخ ألفا)	42
4	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	44
5	وصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة	47
6	معدل التضخم ـ متوسط أسعار الفائدة ـ متوسط دخل الفرد ـ معدل النمو في العوائد المصرفية	48
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول موقع المصرف	49
8	المتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول سمعة وشهرة المصرف	51
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة حول الوعي المصرفي	52
10	تحليل الانحدار الخطي البسيط للتضخم الاقتصادي على نمو الودائع المصرفية	54
11	تحليل الانحدار الخطي البسيط لأسعار الفائدة والنمو في الودائع المصرفية	56
12	تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر دخل الفرد على نمو الودائع المصرفية	57
13	تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر سمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية	59
14	تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية	60
15	تحليل الانحدار الخطي البسيط بين موقع المصرف والنمو في الودائع المصرفية	62
16	ترتيب المتغيرات الستة حسب قوة تأثيرها على نمو الودائع المصرفية	63

قائمة الملاحق

الرقم	الموضوع	الصفحة
1	استبانة الدراسة بصورتها النهائية	75
2	قائمة بأسماء المحكمين	79
3	نتائج اختبار فرضيات الدراسة المعتمدة	80

العوامل المؤثرة على نمو الودائع المصرفية في الأردن خلال الفترة 1998 ـ 2007

إعـداد

رنا أحمد خليل أبو طوق

إشراف

الأستاذ الدكتور محمد مطر

الأستاذ الدكتور حمزة الزبيدي

الملخص باللغة العربية

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على نمو الودائع المصرفية في الأردن خلال الفترة 1998 ـ 2007. وكان مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية المرخصة العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية والبالغ عددها (20) مصرفاً. أما عينة الدراسة فقد تكونت من المصارف التي تمارس النشاط التجاري والبالغ عددها (18) بنك. فضلاً عن عينة من عملاء هذه المصارف. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها:

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتضخم الاقتصادي لودائع المصرفية عند مستوى (0.05).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

- وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية عند مستوى **(0.05)**.
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى **(0.05)**.
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية عند مستوى**(0.05)**.

ABSTRACT

Factors Impact on Bank Deposits in Jordan during 1998 – 2007

Prepared by:
Rand Ahmad Abu Touq

Supervised by:
Prof. Mohammad Matar
Prof. Hamza Al-Zubaidi

This study aimed to identify the factors that affect impact on bank deposits growth in Jordan during 1998 – 2007. The study population consists of all banks in Jordan, consisting of (20) banks. The study sample consisted of the commercial banks, consisting of (18) banks. The study came up with the following conclusions:

- There is a significant statistical impact for the Economic inflation rate on bank's deposits growth.
- There is a significant statistical impact for the interest rate on bank's deposits growth.
- There is a significant statistical impact for the personal income on bank's deposits growth.
- There is a significant statistical impact for the bank's reputation on bank's deposits growth.
- There is a significant statistical impact for the bank's awareness on bank's deposits growth.
- There is significant statistical impact for the bank's location on bank's deposits growth.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 المقدمة

2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

3-1 فرضيات الدراسة

4-1 أهمية الدراسة

5-1 أهداف الدراسة

6-1 محددات الدراسة

7-1 أنموذج الدراسة

8-1 التعريفات الإجرائية

1-1 المقدمـــــة

تشكل الودائع البنكية الحجر الأساس في نشاط البنوك التجارية؛ فهي تعد الوظيفة الأولى التي لا يمكن ـ بل من المستحيل ـ أن تقوم البنوك بأعمالها بدون ودائع تستقطبها من المودعين، إذ أنها المصدر الرئيسي لأموالها والمحرك الأول لاستثماراتها. فإذا ما تم الاطلاع على ميزانية أحد البنوك التجارية فإن أكبر رقم سوف يتم ملاحظته في هذه الميزانية هو رقم الودائع. حيث تبين ميزانية البنك التجارية في جانب الخصوم (الموارد) بأن الأهمية النسبية للودائع يفوق الأهمية النسبية للمكونات الأخرى من إجمالي الخصوم.

لهذا تعد الودائع البنكية الوعاء الإدخاري الأكثر أهمية الذي تلجأ إليه البنـوك التجاريـة وتتعامل معه، بـل أن الودائـع البنكيـة اعتـبرت في كـثير مـن الـنظم الاقتـصادية أفـضل الأوعيـة الإدخارية المتاحة لتعبئة الأموال السائلة (الزبيدي، 2000: 105).

لقد اهتم بالودائع البنكية عدد كبير من المؤلفين المختصين في موضوع الدراسات الخاصة في القطاع البنكي. إلا أن الدراسات السابقة والأبحاث المتعلقة بموضوع تحليل العوامل المؤثرة في نمـو الودائع البنكية، كانت أكثر ندرة من تلك الخاصة بالدراسات المتعلقة بالقطاع البنكي بشكل عام. وبما أن هنالك أموراً كثيرة ما زالت موضع التساؤل بين البـاحثين بالنـسبة لأثـر تحليـل العوامـل المؤثرة في نمو الودائع البنكية، فإن البحث في هذا المجال يمكن أن يكون إسـهاماً مهمـاً للبحـوث العلمية.

واستناداً لما تقدم فإن البنوك التجارية تسعى وتتنافس فيما بينها بطرح أوعية ادخارية تناسب حاجات المودعين ومتطلباتهم؛ لتحفزهم على الطلب بل والزيادة في الطلب على هذه الأوعية بما يتناسب مع أهدافهم وطموحاتهم.

2-1 مشكلة الدراسة وأسئلتها

تقوم البنوك التجارية بدور الوسيط الكامل والشامل لتقديم الخدمات البنكية لكل القطاعات الاقتصادية دون تمييز، وبسبب نشاطها الشامل فهي تتيح للمدخرين فرصاً متنوعة لاستثمار مدخراتهم وبأدوات ادخارية متعددة، وفي الجانب الآخر تمكنت البنوك التجارية من تقديم فرص عديدة ومتنوعة للمقترضين، فقد وجد هؤلاء ضالتهم عند احتياجاتهم للأموال والآمال التي يرغبون بها، وبهذا اتسمت البنوك التجارية مقارنة مع غيرها من المؤسسات المالية بدور فريد في الحياة الاقتصادية (الزبيدي، 2000: 32).

وبما أن الودائع هي الحجر الأساس في نشاطات البنوك فلابد أن تعطى لها أهمية كبيرة من قبل البنوك التجارية، كون أن الطلب على الودائع البنكية يتأثر بعدة عوامل اقتصادية واجتماعية وداخلية وخارجية.

وترى الباحثة ـ من خلال عملها في إحدى البنوك التجارية في الأردن، ومن خلال الرجوع والاطلاع على النشرات الإحصائية الصادرة عن البنك المركزي الأردني، ومن خلال التحليلات العديدة التي قامت بها ـ أن الودائع البنكية التي تستقطبها البنوك لا تتناسب وحجم الدخل الموجود لدى الأفراد، والسبب في ذلك حسب رأي الباحثة يعود إلى :

1. محدودية الوعي البنكي لدى الأفراد.
2. محدودية الأوعية الادخارية المطروحة.
3. محدودية السعي البنكي لاستقطاب المدخرات.
4. وجود عوامل متعددة يتأثر بها استعداد الأفراد للتعامل مع الأوعية الادخارية التي تطرحها البنوك. ويوضح الجدول رقم (1) إجمالي الودائع لدى البنوك المرخصة خلال عشر السنوات السابقة

جدول (1)

إجمالي الودائع لدى البنوك المرخصة في الأردن للفترة 1998 ـ 2007

السنة	ودائع لأجل	ودائع توفير	ودائع تحت الطلب	إجمالي الودائع في البنوك المرخصة بالمليون	% نمو الودائع	الأهمية النسبية لأجل	الأهمية النسبية للتوفير	الأهمية النسبية لتحت الطلب
1998	4945.3	793.6	1072.5	6811.4	0.07	0.73	0.12	0.16
1999	5549.9	843.7	1108.8	7502.4	0.10	0.74	0.11	0.15
2000	5940	970.8	1313.7	8224.5	0.10	0.72	0.12	0.16
2001	6124.8	1067.2	1529.3	8721.3	0.06	0.70	0.12	0.18
2002	6213.5	1233.8	1920.4	9367.7	0.07	0.66	0.13	0.21
2003	6120	1510.6	2338.8	9969.4	0.06	0.61	0.15	0.23
2004	6491.4	1828.6	3244.1	11564.1	0.16	0.56	0.16	0.28
2005	7488.3	1956.6	3674.4	13119.3	0.13	0.57	0.15	0.28
2006	8759.4	1997.1	3835.4	14591.9	0.11	0.60	0.14	0.26
2007/10	9983.3	2002.9	4001.9	15988.1	0.10	0.62	0.13	0.25

المصدر: البنك المركزي الأردني/ النشرات الإحصائية السنوية/ للسنوات 1998 ـ2007

وبناءً على ما تقدم، فإن الباحثة سوف تسعى إلى معرفة كل العوامل التي لها تأثيرها المباشر على استعداد البنوك لتقبل الودائع، وعلى نمو الودائع البنكية بأشكالها المختلفة لدى هذه البنوك. وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

السؤال الأول: هل هناك أثر لمعدل التضخم الاقتصادي على نمو الودائع البنكية ؟.

السؤال الثاني: هل هناك أثر لأسعار الفائدة على نمو الودائع البنكية ؟.

السؤال الثالث: هل هنالك أثر لمتوسط دخل الفرد على نمو الودائع البنكية ؟.

السؤال الرابع: هل هناك أثر لسمعة البنك وشهرته على نمو الودائع البنكية ؟.

السؤال الخامس: هل هناك أثر للوعي البنكي على نمو الودائع البنكية ؟.

السؤال السادس: هل هناك أثر لموقع البنك على نمو الودائع البنكية ؟.

3-1 فرضيات الدراسة

وفقاً لمشكلة الدراسة الممثلة بالتساؤلات السابقة، تمت صياغة الفرضيات الآتية الرئيسة؛ التي سيجري اختبارها واستخلاص النتائج والتوصيات منها:

الفرضية الأولى:

$H0_1$: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية لمعدل التضخم الاقتصادي على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الثانية:

HO_2: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الثالثة:

HO_3: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية لمتوسط دخل الفرد على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الرابعة:

HO_4: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية لسمعة البنك وشهرته على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية الخامسة:

HO_5: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية للوعي البنكي على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية السادسة:

HO_6: لايوجد أثر ذي دلالة إحصائية لموقع البنك على نمو الودائع البنكية عند مستوى معنوية (0.05).

4-1 أهمية الدراسة

يمثل تحليل العوامل المؤثرة في نمو الودائع البنكية، الوسيلة العملية للحصول على معلومات ذات صلة بواقع البنوك التجارية الأردنية، الأمر الذي يفيد البنوك في اتخاذ القرار الأمثل بشأن تقديم أوعية ادخارية بما يخدم مصالح الأفراد والبنوك معاً.

ترجع أهمية الدراسة على أنها تتناول موضوعاً في غاية الأهمية والضرورة سواء على الصعيد الاقتصادي أو على الصعيد الاجتماعي. إلا أنه لم يتم التطرق لهذا الموضوع من قبل العديد من الباحثين، فقد لوحظ ومن خلال المحاولة المستمرة للاطلاع على دراسات سابقة في مجال تحليل العوامل المؤثرة على نمو الودائع البنكية أنه لم يتوفر عدد كافٍ منها، مؤملة أن تقدم هذه الدراسة إسهاماً للمكتبة العربية في مجال العلوم الإدارية والمالية.

كما أرجو أن تساهم الدراسة في زيادة الإدراك لدى البنوك التجارية الأردنية لأهمية إجراء تحليل العوامل الأخرى المؤثرة على نمو الودائع البنكية والتي لم تتعرض لها الباحثة في دراستها هذه، كون الودائع تشكل اللبنة الأساسية التي بناء عليها تتخذ البنوك قرار تقديم القروض التي يتطلبها الأفراد وتتطلبها المنشآت الاقتصادية.

5-1 أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة محاولة الكشف عن العوامل المؤثرة في نمو الودائع البنكية، وذلك من خلال مايلي:

1. التحقق من وجود أثر لمعدل التضخم الاقتصادي على نمو الودائع البنكية.
2. التحقق من وجود أثر لأسعار الفائدة على نمو الودائع البنكية.
3. التحقق من وجود أثر لمتوسط دخل الفرد على نمو الودائع البنكية.
4. التحقق من وجود أثر لسمعة البنك وشهرته على نمو الودائع البنكية.

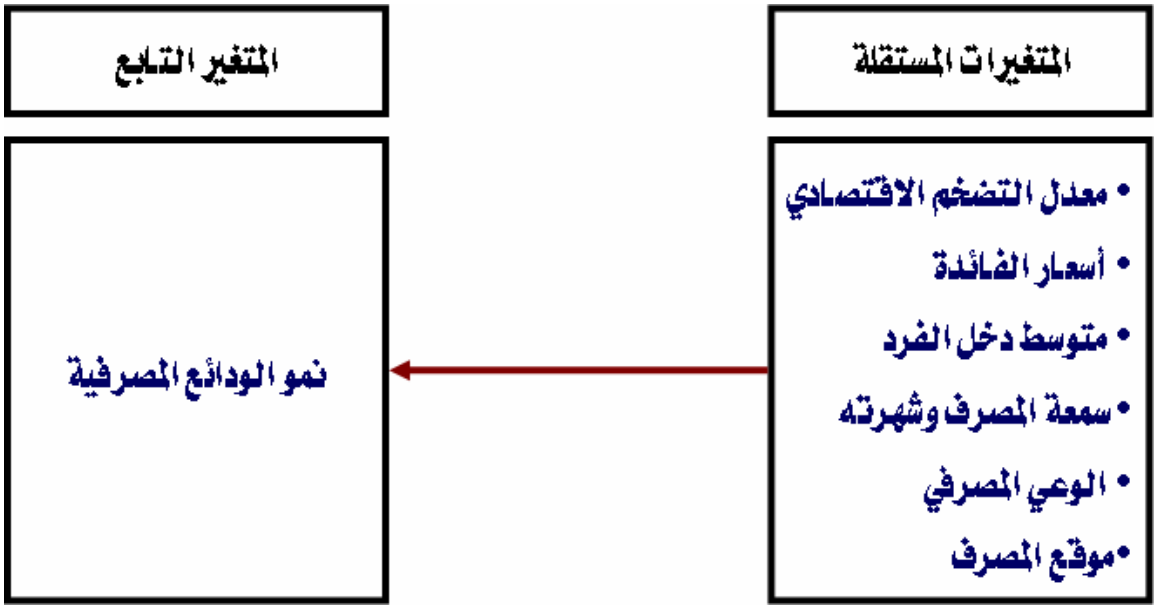
5. التحقق من وجود أثر للوعي البنكي على نمو الودائع البنكية.

6. التحقق من وجود أثر لموقع البنك على نمو الودائع البنكية.

6-1 حدود الدراسة

1. يقتصر نطاق الدراسة الحالية على بعض العوامل المؤثرة على نمو الودائع البنكية والمحددة في الدراسة، علماً بأنه قد توجد عوامل أخرى تؤثر على نمو هذه الودائع لم تشملها الدراسة.
2. الفترة الزمنية للدراسة والمحددة خلال الأعوام **1998** ـ **2007**.
3. البنوك التجارية المحددة في عينة الدراسة وعددها (**18**) عينة.

7-1 أنموذج الدراسة



8-1 التعريفات الإجرائية

البنوك المرخصة: تشمل جميع البنوك الأردنية وغير الأردنية العاملة في المملكة والتي تقبل الودائع، ولا يشمل هذا التعريف المؤسسات المالية.

التضخم: هي ظاهرة اقتصادية تتمثل بارتفاع أسعار خدمات وسلع، ناتج عن عدم التوازن بين العرض والطلب، وينعكس على القوة الشرائية للعملة فيخفضها.

سعر الفائدة: هو المبلغ الذي يدفعه المقترض كتعويض عن استخدام المال المقترض، أو المبلغ الذي يتلقاه عن إيداع أموال في مؤسسة مصرفية أو غيرها، ويكون هذا المبلغ محدداً على شكل نسبة مئوية سنوية من المبلغ الأصلي.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2-1 المقدمة

2-2 الإطار النظري للدراسة

2-3 الدراسات السابقة العربية والأجنبية

2-3-1 الدراسات العربية

2-3-2 الدراسات الأجنبية

2-4 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1-2 المقدمـــــة

تعتبر الأموال عصب الحياة البشرية قديماً وحاضراً وكذلك سوف تظل مستقبلاً، لذا فقد انصب عليها اهتمام كل من الأفراد والدول والمنظمات والمجتمعات، كما اشتغل بها العديد من المؤسسات المتخصصة، وأصبحت لها العديد من الأسواق المتخصصة، التي تتميز بسمات وخصائص تجعلها تختلف عن الأسواق الأخرى.

في ضوء ذلك ظهرت البنوك في المجتمعات لتصبح هذه الأموال سلعتها الأساسية التي تتعامل فيها حفظاً وإقراضاً أو بيعاً وشراءً، وأصبحت تمثل التقاء عرض هذه الأموال بالطلب عليها. ويمكن تعريف البنوك بأنها منظمات اقتصادية متخصصة في إدارة الأموال عن طريق الحفظ والإقراض أو البيع والشراء، حيث تعتبر أماكن التقاء عرض الأموال بالطلب عليها (غنيم، 2007: 6).

تعتبرالبنوك من المؤسسات المالية ذات الأهمية البالغة في النشاط الاقتصادي، وقد تعددت الآراء والاتجاهات حول أداء النظام البنكي وفعاليته في النشاط الاقتصادي، إلا أن استقرار النظام البنكي وقدرته على تحقيق التوازن بين نشاط الادخار والاستثمار يتم عن طريق تحقيق أهدافه المتمثلة أساسا في الربحية ومواجهة مخاطر الاستثمار وضمان ملاءة رأس المال. وهنالك عوامل كثيرة تؤثر على أداء البنوك وفاعليتها في تعبئة الودائع وتقديم الائتمان، وبالتالي دورها في تمويل

النشاط الاقتصادي، لذلك فسلامة عملياتها وصحة سياساتها تعتبر من المقتضيات الأساسية لتطور الاقتصاد ونموه ذاته واستمرار استقراره وإمكانية تحقيق أهدافه (عبد اللطيف، 2006 : 75).

وقد عرف (الصيرفي، 2006 : 13) البنوك بأنها مؤسسات تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيستين من العملاء. المجموعة الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته (المدخرين)، والمجموعة الثانية هي مجموعة من العملاء (المستثمرين) تحتاج إلى أموال للاستثمار لأن لديها فرص استثمارية. ويكون ذلك عن طريق أسعار الفائدة المدفوعة والمقبوضة.

إن الباحثة في هذه الدراسة ستتناول الحديث عن أحد أنواع البنوك التي تعتبر من أكثر الأنواع انتشاراً في دول العالم وزادت أهميتها بسبب مساهمتها في عملية التنمية الاقتصادية وهي البنوك التجارية، فقد عرفها (غنيم، 2007: 19) بأنها مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب، أو لآجال محددة، وتمارس عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف ويخدم النشاط الاقتصادي من خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يستلزم به من عمليات مصرفية وتجارية ومالية طبقاً للأوضاع التي يقررها البنك المركزي.

إذ يعتبر قبول الودائع والعمل على زيادتها وتنميتها من خلال توظيفها من الخصائص والسمات الأساسية التي تميز البنوك التجارية عن غيرها من مؤسسات الوساطة المالية، حيث ارتبطت نشأة هذه البنوك منذ بدايتها بقبول الودائع، ثم تطور نشاطها ليشمل توظيف هذه الودائع في العديد من أشكال التوظيف وصوره.

2-2 الإطار النظري للدراسة

عرف (سلطان، 2005: 231) الوديعة على أنها اتفاق بمقتضاه يدفع العميل مبلغاً من النقود للبنك بوسيلة من وسائل الدفع (نقداً ـ بشيك ـ حوالة ـ بطاقة صراف آلي)، وينبني على ذلك خلق وديعة تحت الطلب أو لأجل يحدد بالاتفاق بين الطرفين، ويلتزم البنك برد هذا المبلغ عند الطلب، أو حين حلول الأجل، كما يلتزم بدفع فوائد على هذه الوديعة.

ولا يقتصر قبول البنوك التجارية للودائع على الودائع الجارية فحسب بل يتعداها إلى قبول أنواع مختلفة من الودائع حيث صنف (الصيرفي، 2006: 40) الودائع بموجب معايير مختلفة هي:

- **الودائع حسب الزمن،** تنقسم الودائع حسب معيار الزمن إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي:

1. الودائع الجارية (تحت الطلب): وتمثل الأموال التي يودعها الأفراد والهيئات في البنوك التجارية بحيث يمكن سحبها في أي وقت بموجب أوامر يصدرها المودع إلى البنك ليتم الدفع بموجبها له أو لشخص آخر يعينه المودع في الأمر الصادر منه للمصرف.
2. الودائع لأجل: وهي الودائع التي يودعها الأفراد والهيئات لدى البنوك لمدة محددة مقدماً، يتفق عليها الطرفان (ثلاثة أشهر، ستة أشهر، أو سنة مثلاً)، ولا يجوز السحب منها جزئياً قبل انقضاء الأجل المحدد لإيداعها، ويلجأ الأفراد والهيئات إلى الإيداع الثابت لأجل بالبنوك، عندما

يكون لديهم فائض نقدي لم يتيسر لهم استثماره (آل علي، 2002: 136). ومما يشجع الأفراد على مثل هذا الإيداع استعداد البنوك لأن تدفع فائدة على تلك الإيداعات أكبر من الفائدة المدفوعة على أي نوع آخر من فوائد الودائع، إذ إن تحديد فترة الإيداع يعطيها مرونة أكبر في استثمار الإيداعات الثابتة؛ لأنها تضمن بقاءها تحت تصرفها فترة الإيداع على الأقل، وبذلك يمكن استثمارها بالكامل دون اعتبار لعامل السيولة فيما عدا ما ينص القانون على الاحتفاظ به في البنك المركزي على شكل حساب جار.

وإذا طلب المودع سحب وديعته قبل موعد الاستحقاق يحق للمصرف أن يختار بين عدم الدفع حسب الاتفاق وبين التساهل والدفع، وفي الغالب تميل البنوك إلى البديل الثاني في الظروف العادية حتى لا تُسيء إلى سمعتها وفي هذه الحالة قد تضع المودع أمام أحد بديلين هما:

أ) إما أن يسحب الوديعة ويخسر الفوائد.

ب) وإما أن يقترض من البنك بضمان وديعته وبسعر فائدة أكبر من سعر الفائدة التي يتقاضاها من البنك على وديعته.

وواضح أن أيا من البديلين يجعل المودع يتردد كثيراً قبل سحب وديعته قبل ميعاد استحقاقها (الصيرفي، 2006: 42).

3. ودائع التوفير: وهي أحد أنواع طرق الادخار التي تحظى بانتشار عالمي واسع النطاق، وتتميز هذه الحسابات ببعض الصفات منها: صغر مبالغها، وكثرة حساباتها، وإطراد نموها، مع الوعي البنكي والزيادة في الدخل.وعلى الرغم من أن هذا النوع من الودائع قد يكبد البنك نفقات

تزيد في نسبتها عن تلك التي تتحملها الودائع الأخرى، فإن البنوك تشجع تلك الودائع وتعنى بها أيما عناية لأنها تخلق الوعي الادخاري، وتدعم الوعي البنكي وتكون بالتدريج عملاء ممتازين مع مضي الوقت. لذلك لا عجب إذا تنافست البنوك في تقديم الإغراءات المتنوعة من تيسيرات في التعامل وجوائز تمنح لأرقام الحسابات التي يسعدها الحظ بذلك؛ بغرض تشجيع صغار المدخرين على الإيداع بحسابات التوفير (سلطان، 2005: 42).

- **الودائع حسب مصدرها،** وقد تكون أجنبية أو محلية وفيما يلي تفصيلات كل مجموعة (الصيرفي، 2006: 43):

1. الودائع الأجنبية: ودائع البنوك من خارج البلد المعني؛ وهذه البنوك في الواقع تتخذ من البنوك المحلية بنوكاً مراسلة، فتحتفظ بمقدار ضئيل من الودائع لديها لتسهيل معاملاتها ولا تدخل أرصدة هذه الحسابات في مجموعة الودائع عندما يستعمل صافي الودائع مطروحاً عنها الودائع في البنوك والتي تعود ملكيتها لمصارف أخرى.

2. ودائع غير المقيمين: وهم أولئك الأشخاص الذين لديهم حسابات في البنوك المحلية ولكنهم لا يقيمون في البلد المعني.

3. الودائع المحلية: تتألف من ودائع القطاع الخاص وهي أهم أنواع الودائع. وتنقسم ودائع القطاع العام إلى:

- الودائع الحكومية وشبه الحكومية: وهي حسابات الحكومة والمؤسسات شبه الحكومية في البنوك التجارية.

- ودائع البلديات والمؤسسات العامة: وهي ودائع البلديات والمجالس القروية والمؤسسات العامة المودعة في البنوك التجارية.

أما ثالث نوع من الودائع المحلية فهو ودائع البنوك المحلية التي تحتفظ بحسابات لدى بعضها البعض.

- **الودائع حسب نشأتها،** وقد صنف (الصيرفي، **2006**: **44**) الودائع حسب نشأتها إلى حقيقية ومشتقة:

1. الودائع الأصلية (الأساسية): وتنشأ عن إيداع نقود أو شيكات (مسحوبة على مصرف آخر) في البنك وتسمى ودائع أولية حقيقية غير وهمية بمعنى أن لها قيمة حقيقية عهد بها فعلاً إلى البنك.

2. الودائع المشتقة: وتسمى أيضاً بالودائع الائتمانية، وتنشئها البنوك عن طريق منح القروض، وتصنفها إلى قيمة النقود الورقية والمعدنية المتداولة؛ لذا فهي من اهم أنواع الودائع، وتنشئها البنوك لأنها في العادة لا تقرض نقودها وإنما تمنح المقترض الحق في سحب شيكات عليه وهنا تنشأ للمقترض لدى البنك وديعة بمقدار القرض المتفق عليه، ومن هنا تزيد ودائع البنك في الوقت ذاته التي تزيد فيه قروض المتعاملين. وإذا قام المقترض بقضاء احتياجاته عن طريق السحب على هذا القرض فإن ودائع دائني البنك تزيد بينما لا تنقص الودائع الحقيقية شيئاً.

- **الودائع حسب حركتها،** وقد صنف (آل علي، **2002**: **137**) الودائع وفقاً لحركتها إلى نوعين؛ هما الودائع النشيطة، والودائع المستقرة.

1. الودائع النشيطة: وهي تلك الودائع التي يكون رصيدها غير مستقر نسبياً لكثرة عمليات السحب والإيداع.
2. الودائع المستقرة: وهي تلك الودائع التي يكون رصيدها مستقراً نسبياً وذو طبيعة ادخارية.

يتأثر نمو الودائع البنكية بعدد من العوامل والمؤثرات سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية، داخلية أوخارجية، حيث تظهر أهميتها من خلال تأثيرها المباشر على السلوك الادخاري لدى الأفراد بشكل عام والطلب على الودائع البنكية بشكل خاص.

ولعل من أهم هذه العوامل هي متوسط دخل الأفراد، والوعي البنكي، وسمعة البنك وشهرته، وموقع البنك، وأسعار الفائدة، والتضخم الاقتصادي. وفيما يلي عرض لهذه العوامل بالتفصيل وبيان تأثيرها على نمو الودائع البنكية.

أولاً: التضخم

اتفق على أن ليس هناك معنى واضح لكلمة التضخم، حيث يختلف تعريف التضخم من زمن لآخر،ففي الفترة الواقعة بين الحربين العالميتين الأولى والثانية تم تعريف التضخم على أنه إصدار النقود الاعتبارية بصفة مطلقة دون النظر إلى عوامل أخرى كوجود تغطية لهذه النقود الصادرة، حيث كان ينظر للتضخم بعد الحرب العالمية الأولى على أنه الزيادة في الأسعار الناتجة عن وجود طلب عالي على السلع والخدمات بصورة دائمة ومستمرة بحيث تصبح الزيادة في النقد الصادر أعلى من الزيادة التي تصاحبها قيمة السلع والخدمات (عناية، 2000 : 24). وقد عرف (علي والجنابي، 1992: 47) التضخم على أنه الارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار أو

الانخفاض المستمر في القيمة الشرائية لوحدة النقد. وأشار (زنابيلي، 1992: 73) إلى التضخم بأنه الزيادة المستمرة في مستوى الأسعار، ويعني ذلك التدهور في القوة الشرائية للنقد.

لقد تم تحديد العديد من أنواع التضخم، منها (علي والعيسى، 2004: 448):

- التضخم الدوري، وهو التضخم الذي يرتبط بالتقلبات الاقتصادية لأسباب تتعلق بالطلب الكلي وتنعكس تأثيراتها في ارتفاع المستوى العام للأسعار كلما قارب الاقتصاد من حالة الاستخدام الشامل.
- التضخم المتدرج أو الزاحف، الذي يتصف بارتفاع بطيء في الأسعار حتى خلال فترات يكون فيها الطلب الكلي معتدلا.
- التضخم المكبوت، يمثل حالة تمنع فيه الأسعار من الارتفاع عن طريق سياسات تتمثل بوضع ضوابط وعمليات تقنين تحد من الإنفاق الكلي وتحول دون ارتفاع الأسعار. على أن ذلك لا يمنع الجمهور من تجميع موجودات نقدية وسائله كبيرة يمكن تحويلها إلى قوة شرائية فعالة في وقت لاحق.
- التضخم المفرط، وهو التضخم الذي ترتفع عنده الأسعار بشكل كبير جداً وتزداد فيه سرعة تداول النقود وتتوقف فيه النقود عن العمل كمستودع للقيم.

ومهما يكن شكل التضخم فإنه يعتبر من المشكلات الاقتصادية الرئيسة التي تواجه أغلب بلدان العالم. بين (حداد وهذلول، 2005: 207) إذ يترك التضخم له آثار إقتصادية وإجتماعية يمكن حصرها بالجوانب التالية:

1. الأثر على توزيع الدخل، حيث يؤدي التضخم إلى توزيع الدخل لصالح فئة معينة مقابل الإضرار بفئة أخرى،إذ يستفيد من التضخم من يستطيع أن يحافظ أو يزيد دخله الحقيقي، أما من لا يستطيع الحفاظ على دخله الحقيقي فيكون من المتضررين.

2. الأثر على الإدخار،حيث أن التضخم يؤدي إلى انخفاض الادخار؛ لأن معظم الدخل النقدي سيتجه إلى الاستهلاك، كما ستنخفض قيمة المدخرات بسبب ارتفاع الأسعار المتواصل، وكذلك فإن انخفاض قيمة النقود يؤدي إلى اتجاه الأفراد إلى استبدال النقود بسلع وأصول مختلفة تجنباً لتدهور القيمة الحقيقية للأرصدة النقدية.

3. الأثر الاجتماعي للتضخم، حيث أن التضخم ينفع المدين ويضر الدائن. أي إن انخفاض القوة الشرائية للأفراد من أصحاب الدخل المحدود، والأجور الثابتة، وارتفاعها بالمقابل لفئات أخرى، سيعمق من الاختلال والتوازن الاجتماعي بين الأفراد، وسيتبع ذلك ظهور العديد من السلوكيات الاجتماعية المرتبطة بالأبعاد الاقتصادية كالرشوة والسرقة والتهرب الضريبي والجمركي وإلى تدني ولاء الموظفين لمنشآتهم وأعمالهم والبحث عن فرص أخرى للكسب المشروع أو غير المشروع وإلى تدني إنتاجية العمل بسبب إحساسهم بعدم عدالة الأجور ويترتب على ذلك كله تراجع الدولة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي معاً.

لقد اختلف الاقتصاديون في تحديد أثر التضخم في السلوك الادخاري بشكل عام وفي الطلب على الودائع البنكية بشكل خاص، حيث يعتقد بعض المهتمين أن التضخم وما يسببه من تدهور في القوة الشرائية للنقود إنما يخلق جواً نفسياً يساعد على زيادة الاستهلاك، لأن كلفة

الاحتفاظ بالنقد ترتفع بزيادة التضخم مما يضعف رغبة الفرد في الادخار بشكل عام ويفقد اتجاهه نحو الأوعية الادخارية التي تعرضها البنوك التجارية والمؤسسات الادخارية الأخرى، أو عندما يشعر المدخرون أن العائد على مدخراتهم (أسعار الفائدة) أقل من معدلات التضخم السائدة. وعلى النقيض من ذلك يستعرض بعض المهتمين ويؤكدون على أن التضخم وتوقعات ارتفاع معدلاته إنما يؤدي إلى زيادة المدخرات وزيادة الطلب على الأوعية البنكية. وربما يأتي ذلك من أن التضخم يخلق الشعور نحو عدم التأكد والتشاؤمية من المستقبل، مما يزيد من الاستجابة ويشجع من الادخار، وقد يعبر عن ذلك بالادخار الوقائي (الزبيدي، 2000: 159).

ثانياً: أسعار الفائدة

يشير سعر الفائدة إلى النسبة المئوية للعائد المحقق من استثمار مبلغ معين لمدة محددة، وتسمى الفائدة على المبلغ المستثمر بالنسبة للمستثمر فائدة مقبوضة بينما تسمى الفائدة على المبلغ المقترض فائدة مدفوعة (عبد الله والطراد، 2006: 341).

وأعتبر (Gitman, 2002 : 211) أن سعر الفائدة المحرك الأساسي لتوظيفات رأس المال وانتقاله بين الأسهم والسندات والبنوك؛ وذلك لاعتباره الفرصة البديلة للمستثمر، لأن سعر الفائدة عندما يكون مرتفعاً، سيفضل المستثمر بأن يضع أمواله في البنك والحصول كل عام على الفائدة المحددة له. أما إذا كان استثمار هذه الأموال في مجال آخر كالاستثمار في سوق الأوراق المالية

سيعود عليه بعائد أكبر من سعر الفائدة فسيفضل الاستثمار في ذلك المجال. وفي الوقت نفسه فإن ارتفاع سعر الفائدة سيؤدي إلى التقليل من عمليات الاقتراض وبالتالي إلى خفض نسبة السيولة مما يؤدي إلى تخفيض معدل التضخم. وفي حالة انخفاض سعر الفائدة سيتجه المستثمرون للاقتراض لزيادة استثماراتهم والحصول على عائد أكبر من سعر الفائدة. أما (Brzoza, 2001: 145) فقد وضح بأنه وفي حالات استثنائية فإن ارتفاع سعر الفائدة يصاحبه ارتفاع حتمي للتضخم لارتباط المتغيرين بعلاقة سببية قوية واتجاه العلاقة كان موجباً أو طردياً أي أنه كلما زاد سعر الفائدة زاد التضخم؛ أي أن رفع سعر الفائدة سيدفع بالمنتجين إلى رفع أسعار منتجاتهم لتغطية الزيادة في تكاليف التمويل التي يتحملونها، مما يؤدي إلى رفع مستويات التضخم، وكانت العلاقة تبادلية؛ بمعنى أنه كلما زاد التضخم زاد سعر الفائدة لتعويض المودعين عن انخفاض القوة الشرائية لودائعهم (أي انخفاض السعر الحقيقي للفائدة) وتدور الدائرة في شكل حلزوني نهايته الحتمية ما اصطلح الاقتصاديون على تسميته بالتضخم الجامح والذي عانت منه عدة دول.

وبناءً على ما تقدم، يمكن القول أن البنوك تسعى إلى جذب أكبر قدر ممكن من الودائع باستخدام عدد كبير من الأدوات والعناصر الجاذبة للمدخرين. ولعل سعر الفائدة على الودائع يعد أهم هذه العناصر. لذا، فإن التوقع المنطقي مع سيادة تحرير أسعار الفائدة اختلاف العائد على الودائع بالنسبة لكل نوع منها (وفق معيار البعد الزمني) من بنك لآخر.لذا، من الطبيعي أن تكون الودائع المعروضة لدى البنوك تتماشى بصورة طردية مع سعر الفائدة الذي يعرضه كل بنك. وبالتالي كلما زاد سعر الفائدة الذي يقدمه البنك على نوعية ما من الودائع يزيد ما يعرضه المدخرون أو يكونون على استعداد لعرضه أمام هذا البنك.

وفي ظل سياسات تحرير أسعار الفائدة في الدول المختلفة، والسماح باختلافها من بنك لآخر، تصبح هذه الأداة أحد أهم أدوات المنافسة البنكية. فيؤدي التغيير فيها إلى تغيير في حجم الودائع والقروض. وكذلك يؤدي لقيام أحد البنوك برفع سعر الفائدة الدائنة مقارنة بالبنوك الأخرى حسب ما يراه (سلطان، 2005: 238) إلى:

– إيداع مدخرات عدد أكبر من العملاء الجدد المحتملين في هذا البنك.

– تحول بعض عملاء البنوك الأخرى إلى هذا البنك.

مما تقدم يمكن القول إن على البنوك حتى تضمن زيادة الطلب على الودائع لديها، أن تعدل من أسعار الفائدة الدائنة وبشكل تكون فيه محفزاً للادخار.

ثالثاً: دخل الفرد

يعتبر الدخل من أهم العوامل الاقتصادية ذات الأثر البالغ في الدافع الادخاري. فمن المعروف بأن الدخل يساوي الاستهلاك والادخار ـ الدخل = الاستهلاك + الإدخار ـ. وبالتالي تمثل المدخرات ما لم ينفق من الدخل على سلع خدمات الاستهلاك. وتنطبق هذه المعادلة التعريفية على المستوى الفردي أو القطاعي أو القومي. وقد لوحظ في المجتمعات الرأسمالية المتقدمة وجود علاقة ارتباط قوية بين الإنفاق الحكومي والودائع أياً كانت الظروف الاقتصادية السائدة. ففي مرحلة الرواج نجد أن الإنفاق العام يتجه إلى الزيادة فتظهر دخول جديدة لم تكن

قائمة أصلاً. وتنقل هذه الدخول أصحابها إلى شرائح دخل أعلى تتصف بميل مرتفع للادخار. من هنا تتجه فوائض هذه الدخول إلى الايداع في البنوك. أما في مرحلة الكساد يتزايد الإنفاق الحكومي وعليه ترتفع نسب البطالة، ومن ثم يتجه الأفراد (لا سيما العاطل منهم) إلى السحب من ودائعهم لتغطية نفقات الاستهلاك (سلطان، 2005: 241).

ويلاحظ أن الأفراد ذوي الدخل المرتفع بشكل عام أكثر استجابة للتعامل مع البنوك التجارية وهم أكثر امتلاكاً للحسابات البنكية من ذوي الدخل المنخفض ويفضلون الودائع طويلة الأجل والاستثمار في الأسهم، في حين يفضل الأفراد من ذوي الدخل المتوسط والمنخفض ودائع التوفير. ويعود ذلك إلى أن أصحاب الدخل المنخفض يكون لديهم ارتفاع في الميل الحدي للاستهلاك وانخفاض الميل الحدي للادخار على عكس الأفراد ذوي الدخل المرتفع.

رابعاً: الوعي البنكي

ويقصد به اعتياد الأفراد والمنشآت الاقتصادية على إيداع أرصدتهم النقدية في البنوك واعتمادهم على الشيكات البنكية في معاملاتهم الاقتصادية، ويرتبط الطلب على الودائع البنكية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي البنكي بين أفراد المجتمع، في حين يسبب تأخر الوعي البنكي تحول جزء كبير من الأموال الفائضة إلى أشكال أخرى من الموجودات أو الاكتناز (الزبيدي، 2000: 166). ومن هنا تأتي مسؤولية البنوك في نشر الوعي البنكي وتعميقه بشكل مباشر من خلال الاتصال الواسع بالأفراد، واطلاعهم على مزيد من الخدمات التي يمكن أن تؤدي بواسطة البنك. وفي أغلب بلدان العالم، تصدر البنوك كتيبات صغيرة بعبارات سهلة مزودة بالرسوم الكاركاتيرية التي تشرح العمليات بسهولة ويسر، بل أنها تتجه إلى التسلية بهذا الأسلوب حتى

تزيل من نفوس المتعاملين ما يساورهم من اعتقاد من صعوبة العمليات البنكية (رمضان وجودة، 1996: 85).

خامساً: موقع البنك

أصبح لموقع البنك التجاري تأثير في قدرة البنك على جذب المودعين، حيث تتأثر رغبة الأفراد الادخارية في الودائع البنكية عندما يكون البنك قريباً من مسكنه أو مكان عمله، فهناك عدة متغيرات تساهم في تأثير موقع البنك بالنسبة للأفراد الادخاريين مثل التغير في عدد السكان الذي يصحبه صعوبة انتقال معظم السكان من مكان إلى آخر، وازدياد حركة المرور وأهمية الدخول السهل للمصرف من حيث مدى توفر موقف للسيارات قريب منه. ومن هنا يحتم على البنوك التحرك نحو مواقع وجود الأفراد بدل توزيعها التقليدي في الشوارع الراقية، وإنشاء شبكة فروع بأنواعها المتعددة، وتوزيع أجهزة الصراف الآلي بشكل يؤمن تغطية شاملة لسوق البنك لزيادة أرصدة ودائعها واجتذاب المدخرات.

سادساً: سمعة البنك وشهرته

من المعروف أن الفرد يفضل التعامل مع البنوك ذات السمعة الحسنة و محل الثقة، والتي يعمل فيها عاملون على مستوى عالٍ من الكفاءة، حيث يزداد التعامل مع هذه البنوك كلما زاد الأفراد وزادت القطاعات الاقتصادية من ثقتها بالبنك الذي يودعون فيه أموالهم؛ لأن الثقة

تجسيد لرغبتها في إيداع أموالها وتركها باطمئنان. وتكتسب البنوك هذه الثقة من خلال عدة عناصر منها (سلطان، 2005: 242):

– تحسين نوعية الخدمات البنكية التي يقدمها البنك.

– قيام موظفي البنك بخدمة العملاء بدبلوماسية رفيعة إلى جانب السرعة والكفاءة.

– إدخال أحدث الأجهزة من أجل تحقيق مستوى عالٍ من السرعة والدقة في أداء العمليات المقدمة للعملاء.

– إعادة تنظيم أماكن العمل داخليا كاستخدام أجهزة التكييف والموسيقى الهادئة بصالتي الموظفين والعملاء.

3-2 الدراسات السابقة العربية والأجنبية

كان موضوع الدراسات الخاصة بالقطاع البنكي مدار بحث عدد كبير من مؤلفي الاختصاص كما تم ذكره في مقدمة الدراسة، غير أن الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع العوامل المؤثرة في نمو الودائع البنكية كانت قليلة بالمقارنة مع تلك الدراسات الخاصة في القطاع البنكي ككل .و فيما يلي عرض موجز لأهم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة.

1-3-2 الدراسات العربية

- **دراسة** (زريقات،**1976**) **بعنوان "نسبة النقد المتداول لدى الجمهور إلى عرض النقد في الأردن** ".

هدفت الدراسة إلى تحليل اتجاه نسبة النقد المتداول في الأردن خلال الفترة الممتدة من **1957_1970**، دون أن يقوم الباحث باستخدام أي تحليل إحصائي للمتغيرات المؤثرة في هذه النسبة، وبالتالي فإن تفسير التغيرات التي طرأت على هذه النسبة كأن يرتبط إلى حد كبير بالتغيرات السياسية والعسكرية التي حدثت خلال فترة الدراسة، تعود إلى مرحلتين، المرحلة الأولى امتدت خلال الفترة **1957_1966** حيث مالت نسبة العملة في التداول نحو الانخفاض، أما المرحلة الثانية فتشمل الفترة **1967_1970** وفيها أخذ الاتجاه العام لنسبة النقد بالارتفاع نتيجة الأحداث السياسية والعسكرية التي شهدتها المنطقة، وكذلك شملت الدراسة العلاقة بين عرض النقد وسرعة دوران النقود في الاقتصاد الأردني بعد عام **1967** وذلك لأن عرض النقد كان يأخذ بعين الاعتبار عرض النقد بالضفة الغربية والشرقية، بينما يحتسب الدخل القومي للضفة الشرقية فقط. وقد توصل الباحث إلى أن للعامل الديني أثراً على هذه النسبة وبالتالي على عرض النقد،

ففي ظل غياب البنوك الإسلامية في تلك الفترة فضل كثير من الناس الاحتفاظ بثرواتهم على شكل نقد سائل بدل من إيداعها لدي البنوك.

- **دراسة** (ياسين، **1991**) **بعنوان "أثر تعويم سعر الفائدة على أسعار أسهم مؤسسات الجهاز البنكي الأردني من خلال الاختبار الإحصائي لفرضية مستوى الكفاءة شبه القوى"**. وتتضمن هذه الفرضية اختبار ما إذا كانت المعلومات العامة (المعلنة) والمتاحة قد انعكست لحظياً وبالكامل على أسعار الأوراق المالية الجارية، وأن المستثمر لن يستطيع أن يحقق ربحاً عادياً بناءً على معلومة عامة متاحة للجميع. وقد تناولت هذه الدراسة المعلومة الخاصة بتعويم أسعار الفائدة والتي تم الإعلان عنها في **17** كانون الثاني **1990**. ويتكون مجتمع الدراسة من مجموعة البنوك التجارية والمؤسسات المالية المرخصة الأخرى. ولقد تم إجراء الاختبار الإحصائي على العائد غير العادي الأسبوعي الذي تم اشتقاقه باستخدام نموذج تسعير الأصول الرأسمالية (**CAPM**) وقد أظهرت نتائج هذا الاختيار عدم كفاءة سوق عمان المالية في تسعير أسهم مؤسسات الجهاز البنكي الأردني.

- **دراسة** (دياب وهاشم، **1992**) **بعنوان "تحديد مكونات عرض النقد في الاقتصاد السعودي"**. هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر في تحديد كمية نمو العرض النقدي في المملكة العربية السعودية للفترة **1970_1989** من خلال نموذج قياسي، ومن خلال اختبار هذه العوامل المقترحة واستخلاص معنوية ونوع العلاقة التي تربطها بعرض النقد، باستخدام طريقة المربعات الصغرى (**OLS**)، وطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (**TWO-STAGE L.S.**). أظهرت هذه الدراسة أهمية بعض العوامل المستقلة المتمثلة في الدخل ومعدل العائد وسعر الفائدة والتأثير على العلاقة

بين النقود السائلة والودائع والاحتياطات. وقد اتضح أن هذه العوامل لها أثر معنوي في رفع هذه النسب أو خفضها وبالتالي فهي تؤثر في تغيير مضاعف الائتمان وفي تحديد كمية النقود المعروضة.

- دراسة (الشيخ حسن، **1996**) **بعنوان "تذبذب نسبة النقد المتداول إلى عرض النقد في الأردن: أسبابه وآثاره"**. هدفت إلى تحديد نسبة النقد المتداول إلى عرض النقد في الاقتصاد الأردني، وذلك من خلال النظر إلى عرض النقد بمفهومه الضيق **M1** ومفهومه الواسع **M2** خلال الفترة الممتدة من (**1967-1994**)، كما هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة في تذبذب نسبة النقد الدولي إلى نسبة النقد المتداول إلى عرض النقد وتفسير حركتها واتجاهها في الأجل الطويل والأجل القصير، وكذلك تحديد أثر هذا التذبذب على عرض النقد في الاقتصاد الأردني. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: العملة المتداولة التي تتأثر بسعر الفائدة، وأن سعر الفائدة يؤثر على العملة المتداولة بدرجة أقل من تأثيره على النقد **M1** الذي يشمل العملة في التداول والودائع تحت الطلب؛ بمعنى أن ارتفاع سعر الفائدة سوف يخفض حجم العملة المتداولة، لأن كلفة الاحتفاظ به سوف ترتفع إلا أنه سوف يخفض عرض النقد **M1** بنسبة أكبر لأن كلاً من العملة المتداولة والودائع تحت الطلب سينخفضان، وسيكون الانخفاض النسبي في حجم الودائع تحت الطلب أكبر، كما تبين أن هناك علاقة عكسية بين النقود المتداولة إلى عرض النقد مع متوسط دخل الفرد في الأردن، وأن هذا العامل هو العامل الأهم الذي يؤثر على هذه النسبة. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن هذه النسبة تتأثر بالظروف غير الطبيعية التي تمر بها المنطقة، وتؤثر عليها بشكل فعال حيث إنها تعمل على رفع هذه النسبة بشكل كبير.

- **دراسة** (بن عبد العزيز، **1997**) **بعنوان** "**الطلب على النقود: دراسة اقتصادية قياسية لحالة الجزائر**". هدفت إلى محاولة معرفة العلاقة السببية الموجودة بين الكتلة النقدية و بعض المتغيرات المفسرة الأخرى، ومن ثم تقدير نموذج الطلب على النقود الذي يتماشى مع خصائص الاقتصاد الجزائري، وذلك باستخدام بعض التحليلات الحديثة في الاقتصاد القياسي من أجل اختبار الاستقرار في دالة الطلب على النقود. و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت بأن ارتفاع الناتج القومي سوف يؤدي إلى الارتفاع في الطلب على النقود، و كذلك أن ارتفاع عدد الوحدات البنكية سوف يؤدي إلى الانخفاض في الطلب على النقود المتداولة.

- **دراسة** (أبو عبيد، **1999**) **بعنوان** "**الطلب على النقود في الأردن و العوامل المؤثرة فيه** ". هدفت إلى تقصي العوامل المحددة للطلب على النقود في الأردن من خلال نموذج قياسي باستخدام عرض النقد الحقيقي بالمفهوم الواسع والضيق، كما استخدمت متغيرات مفسرة تتضمن سعر صرف الدينار مقابل الدولار، وسعر الفائدة على الودائع الأجنبية **Euro dollar** إضافة إلى متغيرات صورية تعكس الاستقرار الاقتصادي من خلال أثر الأزمات الاقتصادية، وتطبيق برامج التصحيح الاقتصادي. و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي تمثلت في الأثر الإيجابي للدخل على عرض النقد سواء كان في مفهومه الواسع أو الضيق، و اتضح أن الطلب على النقود بالمفهوم الواسع يزداد بنسبة أكبر من الزيادة في الدخل الحقيقي، أي أن النقود بالمفهوم الواسع سلع كمالية، كما أن المتغيرات المقاربة لتكلفة الفرصة المحلية تترك أثراً ملموسا على الدالة بالمفهوم الضيق، ويتلاشى أثرها عند استخدام المفهوم الواسع للنقود. كما أثبتت الدراسة بأن هناك أثرا

للأزمات الاقتصادية على الطلب على النقود المحلية، حيث يزداد إقبال الأفراد على الاحتفاظ بالأرصدة النقدية المحلية عند حدوث أزمات اقتصادية، بينما يقل الطلب على النقود المحلية خلال فترة تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي.

- **دراسة** (أبو شنب، **2002**) **بعنوان** "**دور البنوك المرخصة في الأردن في التمويل طويل الاجل خلال الفترة 1985-2000** ". هدفت إلى التعرف على حجم التمويل طويل الأجل في الأردن خلال الفترة **1985-2000** وتحديد أهم العوامل التي أثرت عليه. و عرض الباحث لمحددات التمويل طويل الأجل الخارجية والداخلية، و دور البنوك في هذا التمويل، ودور البنوك المرخصة في الأردن فيه، وواقع هذه البنوك، واستقرار الودائع ومعدل نموها، وأثر سعر الفائدة، والسياسة النقدية، وحجم التمويل طويل الأجل في الأردن المقدم من قبل البنوك المرخصة، وأوصى بضرورة قيام البنك المركزي الأردني بدور أكثر إيجابية في توجيه البنوك و تحفيزها .

- **دراسة** (الفرحان، **2002**) **بعنوان** "**محددات معدل الفائدة في الاقتصاد الاردني دراسة تطبيقية للفترة 1990-2000**". هدفت إلى حصر أهم محددات معدلات الفائدة البنكية الدائنة والمدينة في الاقتصاد الأردني على المستوى الكلي وفقا للفكر الاقتصادي الرأسمالي، حيث تستمد الدراسة إطارها النظري بشكل رئيس من أفكار المدرسة الكنزية. و قد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها أن معدل الفائدة يتأثر سلبيا بالتغيرات في عرض النقد، ولكن في الوقت نفسه نجد أنه عديم المرونة بالنسبة للتغيرات في معدل الفائدة على شهادات الإيداع لثلاثة أشهر. أما من الجانب المالي، فقد تبين أن الزيادة في الإنفاق الحكومي لا تؤثر على معدلات الفائدة البنكية على

الودائع، بينما تؤثر بصورة محدودة جداً على معدلات الفائدة على التسهيلات. و على صعيد المتغيرات الاقتصادية الخارجية ، فقد تبين أن معدل الفائدة المحلي يتأثر بالمتغيرات الاقتصادية الخارجية المتمثلة بكل من معدل الفائدة الدولي وسعر صرف العملة الأجنبية بصورة تتوافق مع مبدأ تعادل الفائدة ، وهو أمر يعكس حقيقة أن الاقتصاد الأردني اقتصاد منفتح. يعد معدل الفائدة واحداً من المتغيرات الاقتصادية الكلية ذات الأهمية البالغة في الاقتصاد الرأسمالي، الاستثمار سواء المحلي أو الأجنبي له تأثير لا يمكن تجاهله على الادخار المحلي الخاص. فمن المعلوم أن ارتفاع معدل الفائدة على الودائع بالعملة المحلية مع افتراض ثبات العوامل الأخرى يشجع الادخار المحلي نتيجة لارتفاع العائد، والعكس صحيح. فضلاً عن ذلك يعد ضمان وجود هامش من الربح بين معدل الفائدة المحلي والأجنبي عاملاً معززاً لاستقرار سعر صرف العملة المحلية.

- **دراسة** (عليمات، **2003**) **بعنوان "العوامل المؤثرة على نسبة الطلب على العملة المتداولة إلى الودائع الجارية في الأردن للفترة 1980_2000"**. هدفت الى التعرف على العوامل المحددة للعملة بالتداول كنسبة من الودائع لدى البنوك التجارية خلال فترة الدراسة، وذلك من خلال نموذج يوضح هذه العوامل وأثرها على العملة المتداولة كنسبة من الودائع الجارية وصولاً إلى الأثر غير المباشر لهذه النسبة على عرض النقد في الأردن. وتبين من خلال هذه الدراسة أن العوامل المؤثرة على نسبة العملة بالتداول والودائع الجارية لا يمكن تحديد اتجاه أثرها مجتمعة؛ وذلك لوجود ارتباط بين العملة بالتداول والودائع الجارية من جهة ووجود ارتباط بين كل عامل من العوامل المؤثرة وبين نسبة الطلب على العملة المتداولة من جهة أخرى.

- **دراسة** (عقل، **2007**) **بعنوان** "**الدور الاستثماري للمصارف الأردنية**". هدفت إلى بيان أهمية الجهاز البنكي الفاعل ودوره في تسهيل النمو الاقتصادي. ففي المراحل الأولى للتنمية، تعمل البنوك على تسهيل النمو الاقتصادي من خلال توفير التمويل بالحجم المناسب وتوزيعه على القطاعات الاقتصادية الأكثر كفاءة. وتتعاظم أهمية هذا الدور عندما تتمكن البنوك من إعادة توجيه الموارد المتاحة لها من الاستثمارات التقليدية ذات معدلات النمو المتواضعة إلى القطاعات الاقتصادية الجديدة ذات النمو المرتفع وإطلاق الروح الإبداعية لديها. ومع تقدم وتيرة النمو الاقتصادي وتسارعه تنشأ الحاجة في الاقتصاد إلى مؤسسات تقدم خدمات نوعية لكل من المودعين والمستثمرين، الأمر الذي يشكل حافزاً للمؤسسات البنكية للتطور والنمو والإبداع. وعلى الرغم من تراجع دور البنوك في الاقتصاديات المتقدمة أمام مد سوق رأس المال ومنافسة المؤسسات المالية الأخرى في مجالات الوساطة المالية والاستثمار والتمويل وتوجيه المقترضين إلى المقرضين مباشرة، إلا أن البنوك في بعض الدول النامية عموماً، والأردن بوجه خاص، لا تزال تحتل مكان الصدارة في تلك المجالات . فلا تزال البنوك هي المصدر الرئيسي للائتمان وما زالت القطاعات البنكية فيها تقف ضمن أهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها تقدماً وذلك من حيث معدلات النمو والنشاط ومستوى التطور والاستخدام التكنولوجي والمعلوماتي. أما عن دور البنوك في تحقيق الأهداف الاستثمارية فيبدأ بقبول الودائع ثم إقراضها إلى قطاع الأعمال **Business Sector** والأفراد **Household Sector** متوسطاً بذلك بين أماكن الفائض وأماكن العجز في الاقتصاد. بعد أن تقوم بدورها الأهم في تحويل الاستحقاق من ودائع قصيرة الأجل إلى قروض طويلة الأجل. حيث أن ما

تقوم به البنوك التجارية من وساطة بين المدخرين والمقترضين **Financial Intermediation** يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي من خلال الآتي:

1. توفر الكم المطلوب من السيولة للاقتصاد الوطني.
2. تحافظ على استقرار تدفق الأموال لغطاء الأعمال.
3. تشجع الادخار ثم الاستثمارات الأكثر حفزا للنمو.
4. تزود المؤسسات بحاجتها من السيولة لمواجهة الأزمات .
5. توظف خبرتها ومعرفتها لتقديم التمويل لأفضل الاستثمارات و أحسنها مردوداً.

2-3-2 الدراسات الأجنبية

- **دراسة** (Chee,1989) **بعنوان** " **An Econometric Investigation on the Determination of the Monetary base and Money multiplier in Korea**". هدفت الدراسة إلى معرفة محددات كل من القاعدة النقدية والمضاعف النقدي وأثره على الاقتصاد الكوري. وتوصلت الدراسة أن المضاعف النقدي الكوري يحدده ثلاثة عوامل؛ هي نسبة ما تحتفظ به البنوك الكورية من احتياطي الفائض بالنسبة لإجمالي الودائع، ومعدل الدخل، ونسبة النقد المتداول إلى عرض النقد، وقد تبين بأن الودائع لأجل النقد المتداول ونسبته تعتمدان على متوسط الدخل الفردي، ويعتمد معدل الفائدة على الودائع ومتوسط العائد على الأسهم والسندات في الاقتصاد الكوري.

- **دراسة** (Gillion & Pak,1989) **بعنوان** " **The Ratio of Currency to Demand Deposit in the United States**". هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على سلوك نسبة العملة المتداولة آخذة بعين

الاعتبار المعادلات التي تفسر الطلب على السيولة والطلب على الإيداعات، باستخدام معادلات تفسر سلوك هذه النسبة خلال فترتين مختلفتين؛ الفترة الأولى من **1952 ـ 1967** وكان هذا قبل أن تبدأ تكنولوجيا المالية بالتأثير على الطلب على العملة المتداولة، والفترة الثانية تبدأ من **1967 ـ 1980** والتي تم فيها استخدام التكنولوجيا المالية المتمثلة في البطاقات المالية والشيكات وغيرها من الوسائل التي تقلل من الأهمية النسبية للاحتفاظ بالنقود على شكل عملة متداولة. وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة العملة المتداولة إلى الإيداعات في الولايات المتحدة الأمريكية تسير إلى الانخفاض وتتناسب تناسباً عكسياً مع كل الوسائل المالية الحديثة المتمثلة في البطاقات المالية والبنك الناطق والصراف الآلي، والعائد على الأسهم، والحسابات الجارية، وحسابات التوفير الشخصية، والسلف، ومجموعة من العوامل الأخرى التي تؤثر على الأعمال المالية للقطاعين العام والخاص التي كان لها التأثير الأكيد على الطلب على الإيداعات، وكذلك خفضت وقللت من نسبة العملة إلى التداول.

- **دراسة** (**Boschen & Talbot,1991**) **بعنوان** "**Monetary Base Growth, Deposit Growth, and Inflation in the Postrar United States**". هدفت الدراسة إلى اختبار أثر النمو المالي ونمو العوائد على التضخم ما بعد الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد توصلت الدراسة إلى ان هناك أثراً لنمو الودائع على التضخم، بالإضافة إلى أن هناك علاقة معنوية بين الطلب على الودائع والتضخم.

- دراسة (Allen & Jerry,2004) بعنوان " Effects of Bank Funds Management Activities on the Disintermediation of Bank Deposits". هدفت الدراسة إلى فحص التدخلات التقليدية والمزعومة من قبل البنوك بخصوص الودائع في النشاطات الاستثمارية. ومن خلال استخدام بيانات البنك الأسترالي لتسع سنوات مسجلة. وقد توصلت الدراسة أن إدارة الأموال لا تحل مكان مطلوبات البنك. وأن المتطلبات الملائمة لرأس مال البنك مستثنية من خلال استخدام الاستثمارات الداخلة للبنك كقناة مباشرة لزيادة الأموال بنفس طريقة إيداع الودائع البنكية.

4-2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

ما يميز هذه الدراسة عن سابقها هو إختبار العوامل المؤثرة في نمو الودائع البنكية في الاردن خلال الفترة 1998-2007. من خلال تشخيص تأثير كل من معدل التضخم؛ وأسعار الفائدة؛ وموقع البنك؛ وسمعة البنك وشهرته ؛ والوعي البنكي؛ ومتوسط دخل الفرد على نمو الودائع البنكية، وبيان أهميتها.

وتناولت الدراسة أثر هذه العوامل في المدة الزمنية التالية من 1998-2007 فهي اختلفت إلى حد كبير عن الفترة السابقة. أما الدراسات السابقة فقد ركزت على عوامل مؤثرة على السوق المالي بشكل عام، وكان كل عامل مؤثر على السوق المالي يتناول دراسة واحدة، ولم تجمع العوامل معاً في دراسة واحدة كما الدراسة الحالية، ومن العوامل التي تناولتها الدراسات السابقة (سياسة توزيع الأرباح، والإصدارات الدولية .....) وكانت هذه الدراسات تدرس قطاعات أخرى.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3-1 المقدمة

3-2 تصميم الدراسة

3-3 مصادر الحصول على البيانات

3-4 مجتمع الدراسة وعينتها

3-5 مراحل تطوير أداة القياس

3-5-1 مقياس الاستبانة

3-6 الأساليب الإحصائية المستخدمة

3-7 اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتوزيع الطبيعي

1-3 المقدمـــــة

سيتم في هذا الفصل تناول المنهجية المطبقة في إجراء الدراسة حيث سيتم توضيح تصميم الدراسة، ومصادر الحصول على البيانات، ومجتمع الدراسة وعينتها، ومتغيرات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة في إيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة، وأخيراً، اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتحليل الإحصائي.

2-3 تصميم الدراسة

تم إتباع المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة من حيث الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، فضلاً عن استخدام المنهج التحليلي لاختبار فرضيات الدراسة، وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS**.

3-3 مصادر الحصول على البيانات

لغايات تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم جمع البيانات بالطرق الآتية:

المصادر الأولية: تم جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة والمتعلقة بكل من التضخم وأسعار الفائدة، ودخل الفرد، والنمو في الودائع المصرفية من التقارير الاقتصادية والتقارير الصادرة عن البنك المركزي الأردني. أما ما يتعلق بالمتغيرات الأخرى: موقع المصرف، وسمعة المصرف

وشهرته، والوعي المصرفي؛ فقد تم القيام بتصميم استبانة تتضمن أسئلة متعددة الخيارات تعكس طبيعة هذه المتغيرات، وبما يتوافق مع أسئلة الدراسة وفرضياتها من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها. وقد تم صياغة أسئلة محاور الدراسة بطريقة تتيح للمبحوثين فرصة الإجابة عنها وفقاً لتدرج مقياس (ليكرت) الخماسي، بحيث تأخذ كل إجابة أهمية نسبية.

المصادر الثانوية: تتمثل في الكتب والمجلات والدوريات التي تناولت موضوع الدراسة محل البحث، وذلك من أجل تحديد الإطار النظري للدراسة، وكذلك تم الاسترشاد بالنشرات الإحصائية الصادرة عن البنك المركزي الأردني، ولتناول كل ما هو جديد في مجال الدراسة، استخدمت الباحثة الشبكة العالمية (الإنترنت) للحصول على المعلومات الضرورية لإجراء الدراسة.

4-3 مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية المرخصة العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية والبالغ عددها (18) مصرفاً، أما عينة الدراسة فقد تكونت من جميع المصارف التي تمارس النشاط التجاري بشكل واضح، وكما هو موضح في الجدول (2). وقد تم توزيع 360 استبانة على عدد من عملاء البنوك التجارية، وتم استرداد 180 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.

جدول (2)

أسماء المصارف عينة الدراسة

الرقم	اسم المصرف	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المستردة	النسبة المئوية	الرقم	اسم المصرف	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المستردة	النسبة المئوية
1	البنك العربي	20	11	0.12	10	بنك الإتحاد	20	10	0.11
2	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	20	12	0.13	11	بنك لبنان والمهجر	20	10	0.11
3	بنك الأردن	20	9	0.10	12	بنك عوده	20	13	0.14
4	بنك القاهرة عمان	20	8	0.09	13	بنك الكويت الوطني	20	9	0.10
5	البنك الأهلي الأردني	20	9	0.1	14	HSBC	20	10	0.11
6	البنك الأردني الكويتي	20	10	0.11	15	City Bank	20	9	0.10
7	بنك الإستثمار العربي الأردني	20	12	0.13	16	Standard Chartered	20	11	0.12
8	بنك المؤسسة العربية المصرفية	20	9	0.10	17	Society General	20	10	0.11
9	البنك التجاري الأردني	20	10	0.11	18	Capital Bank	20	8	0.09
المجموع		180	90	100	المجموع		180	90	100

5-3 مراحل تطوير أداة القياس

بعد أن تم تحديد مشكلة الدراسة، وأسئلتها وفرضياتها، تم القيام بتصميم استبانة تتضمن أسئلة متعددة الخيارات تعكس طبيعة بعض متغيرات الدراسة والمتعلقة بموقع المصرف، وسمعة المصرف وشهرته ، والوعي المصرفي، وبما يتوافق مع أسئلة الدراسة وفرضياتها من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها. واحتوت الاستبانة في صورتها النهائية على الأجزاء الآتية:

- **المقدمة:** والتي هدفت إلى تشجيع أفراد عينة الدراسة على المشاركة في الإجابة عن الأسئلة مع توضيح طريقة الإجابة على أسئلة الاستبانة، والتأكيد لهم أن المعلومات المعطاة لن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.
- **خصائص عينة الدراسة من العملاء**، والمتمثلة في العمر، والجنس، والتخصص، والمستوى التعليمي.
- **المتغيرات:** والمتمثلة ببعض المتغيرات المستقلة، حيث وقعت الاستبانة في ثلاثة أجزاء، وهي:

(أولاً): المحور الاول والمتضمن أسئلة تتعلق بموقع المصرف من خلال الأسئلة من (1 ـ 7).

(ثانياً): المحور الثاني والمتضمن أسئلة تتعلق بسمعة المصرف وشهرته من خلال الأسئلة من (8 ـ 16).

(ثالثاً): المحور الثالث والمتضمن أسئلة تتعلق بالوعي المصرفي لدى الأفراد من خلال الأسئلة من (17 ـ 27). وكما هو موضح في نموذج الاستبانة ملحق (1).

أما فيما يتعلق بباقي المتغيرات المستقلة المتمثلة بـ (معدل التضخم، وأسعار الفائدة، ومتوسط الدخل) والمتغير التابع المتمثل بنمو الودائع المصرفية فتم قياسها من خلال البيانات التي تم جمعها من التقارير الاقتصادية والتقارير الصادرة عن البنك المركزي الأردني (تقرير البنك المركزي الأردني، 2007).

3-5-1 مقياس الاستبانة

لقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، والسبب في ذلك أنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لقياس الآراء لسهولة فهمه وتوزان درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعة للاختبار على مدى موافقتهم على كل عبارة من العبارات التي يتكون منها مقياس الاتجاه المقترح (Zikmund, 2000: 291)، وقد ترجمت الاستجابات على النحو التالي:

أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5	4	3	2	1

وقد تطلب التحقق من الصدق الأولي للمقياس الاستعانة بنخبة منتقاة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية المختصين إلى علوم الإدارة، والإدارة المالية، والإحصاء بقصد الإفادة من خزينهم المعرفي وخبراتهم (انظر الملحق 2)، الأمر الذي جعل المقياس أكثر دقة وموضوعية.

وبعد أن تم استكمال الاستبانة والتأكد من صدقها وثباتها، تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة المثلين بعينة من عملاء البنوك التجارية الأردنية، وقد قامت الباحثة بالإجابة على

جميع الاستفسارات التي أثيرت من قبل أفراد العينة على أسئلة الاستبانة، وذلك لإزالة أي لبس فيها.

ومن أجل البرهنة على أن الاستبانة تقيس العوامل المراد قياسها، والتثبت من صدقها، قامت الباحثة بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب **Cronbach Alpha**. حيث أن أسلوب كرونباخ ألفا يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة لذلك فإن معامل **Alpha** يزود بتقدير جيد للثبات. وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذه الطريقة، طبقت معادلة **Cronbach Alpha** على درجات أفراد عينة الثبات. وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة **Alpha** لكن من الناحية التطبيقية يعد (**Alpha ≥ 0.60**) معقولا في البحوث المتعلقة بالإدارة والعلوم الإنسانية (**Sekaran, 2000**). انظر الجدول (**3**).

الجدول (**3**)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (كرونباخ ألفا)

	الرقم	البعد	قيمة (ألفا) α
المتغيرات المستقلة	1	موقع المصرف	83.6
	2	سمعة المصرف وشهرته	73.5
	3	الوعي المصرفي	81.2
		الاستبانة ككل	81.2

وتدل معاملات الثبات هذه على تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات عالٍ عن قدرة الأداة على تحقيق أغراض الدراسة.

وللتعرف على مستوى الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة فقد تم اعتماد المعادلة التالية:

مستوى الأهمية النسبية، والتي تم تحديدها طبقاً للمقياس الآتي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{5 - 1}{3}$$

وبذلك تكون الدرجة المنخفضة من **1** – أقل من **2.33**

والدرجة المتوسطة من **2.33** – **3.66**

والدرجة المرتفعة من **3.67** فأكثر

6-3 الأساليب الإحصائية المستخدمة

وللإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها قامت الباحثة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والتي تتألف مما يلي:

1. اختبار (**Kolmogorov - Smirnov**) للتحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3. تحليل الانحدار البسيط والمتعدد، وذلك لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة والمتغير التابع.

7-3 اختبار التحقق من ملاءمة البيانات للتوزيع الطبيعي

لاغراض التحقق من موضوعية نتائج الدراسة فقد تم إجراء اختبار (Kolmogorov - Smirnov)، وذلك للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، ويشترط هذا الاختبار توفر خواص التوزيع الطبيعي في البيانات. وبعكس ذلك ينشأ ارتباط مزيف بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وبالتالي يفقد الارتباط قدرته على تفسير الظاهرة محل البحث أو التنبؤ بها، وكما هو موضح بالجدول (4).

جدول (4)

التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

الرقم	المتغير	Kolmogorov – Smirnov	Sig.*	النتيجة
1	موقع المصرف	1.253	0.086	يتبع التوزيع الطبيعي
2	سمعة المصرف وشهرته	3.295	0.092	يتبع التوزيع الطبيعي
3	الوعي المصرفي	3.082	0.058	يتبع التوزيع الطبيعي

* يكون التوزيع طبيعيا إذا كان مستوى الدلالة > 0.05.

وبالنظر إلى الجدول أعلاه وعند مستوى دلالة (0.05) فأكثر، فإنه يتبين أن توزيع المتغيرات جميعها كان طبيعياً. حيث كانت نسب التوزيع الطبيعي لكل الإجابات أكبر من (0.05) وهو المستوى المعتمد في المعالجة الإحصائية لهذه الدراسة (جودة، 2008: 220 ـ 221).

الفصل الرابع
مناقشة نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

1-4 المقدمة

2-4 عرض بيانات الدراسة

3-4 اختبار فرضيات الدراسة

1-4 المقدمـــــة

يهدف هذا الفصل إلى عرض نتائج استخدام بعض الأساليب الإحصائية الوصفية الـتي أفرزتها الاستبانة، من خلال تحليل آراء العملاء، وتم اسـتخدام جـداول التوزيـع التكـراري، والنسب المئوية، والأوساط الحسابية لتقدير المستويات، والانحرافات المعيارية. وقـد تم عـرض النتائج عبر ثلاثة محاور رئيسة تغطي متغيرات الدراسة، وفقاً للآتي:

وصف عينة الدراسة

الإجابة عن أسئلة الدراسة

اختبار فرضيات الدراسة

2-4 وصف عينة الدراسة

في هذه الفقرة سيتم عرض النتائج وتحليلها المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية للعملاء من حيث العمر، والجنس، والتخصص، والمستوى التعليمي. الجدول (5) تلك المتغيرات.

جدول (5): وصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
1	العمر	أقل من 30 سنة	39	22
		30 – 40 سنة	58	32
		41 – 50	55	31
		51 سنة فأكثر	28	16
2	الجنس	ذكور	97	54
		إناث	82	46
4	التخصص	علوم مالية ومصرفية	111	62
		علوم هندسية	69	38
5	المستوى التعليمي	بكالوريوس	97	54
		دبلوم عالٍ	32	18
		ماجستير	34	19
		دكتوراه	17	0.09

يبين الجدول (5) ان ما نسبته 32% من المستجيبين تتراوح أعمارهم بين 30 ـ 40 عاماً، وأن ما نسبته 31% هم من الذين تتراوح أعمارهم بين 41 ـ 50 عاماً، وتبين أيضاً أن نسبة المستجيبين الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً 22%، وأن نسبة الذين تزيد أعمارهم عن 51 عاماً بلغت 16%. وفيما يتعلق بمتغير الجنس فقد تبين أن ما نسبته 54% هم من الذكور، وأن ما نسبته 46% هم من الإناث. وأوضحت نتائج التحليل الوصفي بالنسبة لمتغير التخصص أن ما نسبته 62% تخصصهم علوم مالية ومصرفية، وأن 38 % تخصصهم علوم هندسية. وأخيراً، ما يتعلق بنتائج متغير المستوى التعليمي أن 54% هن من حملة درجة البكالوريوس، وأن 19 % من حملة درجة الماجستير، وأن ما نسبته 18% من حملة درجة الدبلوم العالي، وأن ما نسبته 0.09% هم من حملة درجة الدكتوراه. حيث أن الاستفادة من هذه المعلومات تدعم مصداقية اجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة.

3-4 عرض بيانات الدراسة

في هذه الفقرة سيتم عرض النتائج المتعلقة بمتغيرات الدراسة وتحليلها، وكما هو موضح بالجدول (6).

جدول (6)

معدل التضخم ـ متوسط أسعار الفائدة ـ متوسط دخل الفرد ـ معدل النمو في العوائد المصرفية

السنة	معدل التضخم %	متوسط أسعار الفائدة %	متوسط دخل الفرد بالدينار	النمو في الودائع المصرفية
1998	3.10	8.90	1180	6.80
1999	0.60	8.71	1177	7.50
2000	0.70	7.88	1189	8.20
2001	1.80	6.99	1223	8.70
2002	1.80	6.15	1257	9.30
2003	1.60	5.45	1288	10.00
2004	3.40	4.83	1286	11.50
2005	3.50	5.02	1470	13.10
2006	6.25	5.57	1550	14.60
2007	5.40	5.96	1700	16.00

المصدر: البنك المركزي الاردني، 2007، التقرير الإحصائي الصادر عن دائرة الإحصاءات العامه، 2007

يبين الجدول (6) أن أعلى معدل تضخم في المملكة الأردنية الهاشمية كان في عام 2006 بقيمة بلغت (6.25)، وأن أدنى معدل للتضخم كان في عام 1999 بقيمة بلغت (0.60). فيما يشير الجدول أن أعلى سعر فائدة كان للعام 1998 بقيمة بلغت 8.90، وأن أدنى قيمة لأسعار الفائدة كانت للعام 2004 بقيمة بلغت 4.83. أما ما يتعلق بكل من متوسط دخل الفرد، ومعدل نمو العوائد المصرفية، فقد تبين أن أعلى متوسط دخل للفرد كان في العام 2007

بقيمة بلغت **1700**، وأن أعلى قيمة لمعدل نمو العوائد كان للعام نفسه بقيمة بلغت **16%**. ويتبين أيضاً أن أدنى قيمة لمتوسط دخل الفرد ومعدل نمو العوائد كان في العام **1998** بقيمة بلغت **1180**، **6.80%** على التوالي.

أما ما يتعلق بالمتغيرات الأخرى، فسيجري تحليلها تباعاً، وكما يلي:

أثر موقع المصرف على نمو الودائع المصرفية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بموقع المصرف، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول موقع المصرف

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	ملاءمه موقع المصرف الذي اتعامل معه لحاجتي	4.17	0.74	مرتفعة
2	موقع المصرف مناسب من حيث توفر مواقف مناسبه لسيارات العملاء	3.89	0.88	مرتفعة
3	لدى المصرف مساحه مخصصه واماكن مناسبه لانتظار العملاء	3.66	1.21	متوسطة
4	ملاءمه مرافق المصرف وتسهيلاته لتقديم الخدمه	4.31	0.61	مرتفعة
5	يمتلك المصرف عددا من الفروع والمكاتب تغطى احتياجات العملاء في كافه انحاء المملكه	4.11	0.79	مرتفعة
6	يتوجه المصرف بزيادة التقسيم السوقي الحالي من خلال زيادة مواقعه المنتشرة	4.11	0.99	مرتفعة
7	يستخدم المصرف وحدات الصراف الالي بشكل يؤمن تغطيه شامله لسوق المصرف	4.08	0.84	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	4.05	0.87	مرتفعة

يشير الجدول رقم (7) إلى إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بموقع المصرف وأثره على نمو الودائع المصرفية، حيث أن تأثير موقع المصرف ممثلاً بالمتوسط الحسابي العام والبالغ (4.05) كان مرتفعاً. كما أن تدني الانحراف المعياري نسبياً والبالغ (0.87) يؤشر على وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. فقد جاءت في المرتبة

الأولى فقرة " **ملاءمة مرافق المصرف وتسهيلاته لتقديم الخدمة** " بمتوسط حسابي بلغ (**4.31**) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (**4.05**)، وانحراف معياري بلغ (**0.61**)، مما يؤشر على وجود إتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. فيما جاءت في المرتبة الأخيرة فقرة "**لدى المصرف مساحة مخصصة وأماكن مناسبة لانتظار العملاء** " بمتوسط حسابي (**3.66**) وهي أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (**4.05**) وانحراف معياري (**1.21**)، مما يؤشر على وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. وهذا يؤشر أن موقع المصرف من وجهة نظر عينة الدراسة كان ملائماً نوعاً ما لبعض مؤشرات المصرف وغير ملائم لبعض المؤشرات الأخرى.

أثر سمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بسمعة المصرف وشهرته، وكانت النتائج كما هي موضحة بالجدول (**8**):

جدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول سمعة المصرف وشهرته

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
11	يتمتع موظفو المصرف بالمهارة الكافيه في تقديم الخدمات	4.03	0.84	مرتفعة
12	هناك توجه بشرح الخدمه وتوضيحيها وكيفيه الحصول على مزاياها	3.96	0.86	مرتفعة
13	يقوم المصرف بالعمل على التنسيق المستمر لعلاقاته مع الجمهور المستهدف	4.11	0.72	مرتفعة
14	يسعى المصرف إلى تطوير تقنياته باستمرار وبما يواكب الاسواق المحليه والعالميه	4.19	0.72	مرتفعة
15	يتمتع موظفو المصرف بالمظهر اللائق والانيقه	4.20	0.76	مرتفعة
16	يسعى البنك لتقصير مدة الانتظار للحصول على الخدمات	4.16	1.05	مرتفعة
17	يحسن موظفو المصرف مقابله الجمهور والتعامل معهم	4.09	1.03	مرتفعة
18	يقوم المصرف بتقديم الخدمات بسرعه ودقه وفي الوقت المحدد	4.02	1.05	مرتفعة
19	يتمتع المصرف بمستوى عال من الامان والسريه في معاملاته	4.36	0.88	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	4.12	0.88	مرتفعة

يبين الجدول (8) إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسمعة المصرف وشهرته وأثره على نمو الودائع المصرفية. حيث أن تأثير سمعة المصرف وشهرته ممثلاً بالمتوسط الحسابي العام والبالغ (4.12) كان مرتفعاً. كما أن تدني الانحراف المعياري نسبياً والبالغ (0.88) يؤشر على وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. حيث أشارت النتائج إلى أن أعلى المتوسطات الحسابية كانت للفقرة "**يتمتع المصرف بمستوى عال من الأمان والسرية في معاملاته**" حيث حصلت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.36) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.12)، وانحراف معياري بلغ (0.88) مما يؤشر على وجود إتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. فيما جاءت في المرتبة الأخيرة فقرة "**هناك توجه بشرح الخدمة وتوضيحيها وكيفية الحصول على مزاياها**" بمتوسط حسابي (3.96) وهي أقل

من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (4.12) وانحراف معياري (0.86)، مما يؤشر على وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. وهذا يعكس مستوى السمعة التي يتمتع فيها المصرف وشهرته من وجهة نظر عينة الدراسة.

أثر الوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالوعي المصرفي، وكانت النتائج كما هي موضحة بالجدول (9):

جدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول الوعي المصرفي

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
21	يتمتع عملاء المصرف بالتكيف المطلوب مع الخدمات الجديدة وخاصه المتطورة والحديثه	3.89	0.86	مرتفعة
22	يقوم المصرف باستطلاع اراء العملاء حول مستوى الخدمه بشكل دوري	3.64	1.08	متوسطة
23	يلتزم المصرف باللوائح التي يصدرها سوق الاوراق الماليه بشان الإفصاح عن المعلومات في القوائم الماليه	4.15	0.91	مرتفعة
24	لدى المصرف وصف واضح ودقيق للمعلومات دات العلاقه بالقروض والتسهيلات الممنوحه	3.96	0.98	مرتفعة
25	يقوم المصرف وبشكل مستمر بتحليل مخاطر الائتمان	4.05	0.88	مرتفعة
26	يقوم المصرف بتنميه ثقه العملاء به من خلال الكفاءة والمصداقيه	4.23	0.93	مرتفعة
27	يقوم المصرف باستمرار بإطلاق حملات إعلاميه لتوعيه العملاء بالخدمات التي يقدمها	4.03	0.94	مرتفعة
28	التعاملات الماليه اليوميه للمصرف تتسم بالشفافيه والوضوح	4.21	0.96	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	4.02	0.94	مرتفعة

يبين الجدول (9) إجابات مفردات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالوعي المصرفي. حيث أن تأثير الوعي المصرفي ممثلاً بالمتوسط الحسابي العام والبالغ (4.02) كان مرتفعاً. كما أن تدنى الانحراف المعياري نسبياً والبالغ (0.94) يؤشر على وجود اتفاق عام بين

أفراد عينة الدراسة على ذلك.حيث أشارت النتائج إلى أن أعلى المتوسطات الحسابية كانت للفقرة "**يقوم المصرف بتنمية ثقة العملاء به من خلال الكفاءة والمصداقية**" حيث حصلت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (**4.23**)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (**4.02**)، وانحراف معياري بلغ (**0.93**) مما يؤشر على وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك. فيما جاءت في المرتبة الأخيرة فقرة "**يقوم المصرف باستطلاع آراء العملاء حول مستوى الخدمة بشكل دوري**" بمتوسط حسابي (**3.64**) وهي أقل من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (**4.02**) وانحراف معياري (**1.08**) مما يؤشر على عدم وجود اتفاق عام بين أفراد عينة الدراسة على ذلك.. وهذا يعكس مستوى الوعي المصرفي لدى عملاء البنوك التجارية في المملكة الأردنية الهاشمية.

4-4 اختبار فرضيات الدراسة

ستقوم الباحثة في هذه الفقرة باختبار فرضيات الدراسة الفرعية، حيث تتركز مهمة هذه الفقرة حول اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة التي تم تحديدها في الفصل الأول من خلال استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط **Sample Regression**، وذلك كما يلي:

H01: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتضخم الاقتصادي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر للتضخم على نمو العوائد المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (10).

جدول (10)

تحليل الانحدار الخطي البسيط للتضخم الاقتصادي على نمو الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
التضخم الاقتصادي على النمو في الودائع المصرفية	0.841	0.708	19.405	6.667	0.002

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (10) أثر التضخم على النمو في الودائع المصرفية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتضخم على نمو الودائع المصرفية، إذا بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.841) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) والإرتفاع النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أن هناك أثراً قوياً للتضخم على نمو الودائع المصرفية. أما بمعامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.708)، أي أن ما قيمته (0.708) من التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن التغير في مستوى التضخم، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (6.667)، وهذا يعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى التضخم يؤدي إلى زيادة في نمو الودائع المصرفية بقيمة (6.667). ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (19.405)

وهي دالة عند مستوى (**0.05** ≥ α)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الأولى، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتضخم على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

أن تفسير هذه النتيجة يعود إلى أن الزيادة في التضخم تساهم في عزوف الأفراد عن الإنفاق والاستثمار نتيجة لغلاء الأسعار والعائد إلى التضخم، وعليه يكون اتجاههم نحو المحافظة على مدخراتهم وتنميتها، والاستفادة من الأسعار العالية للفوائد بالاتجاه إلى الودائع المصرفية وهذا يرجح بعض قول الاقتصاديين.

H02: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (**11**).

جدول (11)

تحليل الانحدار الخطي البسيط لأسعار الفائدة والنمو في الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
أسعار الفائدة على النمو في العوائد المصرفية	0.737	0.543	9.519	20.631	0.015

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى (**0.05** ≥ α)

يوضح الجدول (11) أثر أسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.737) عند مستوى (**0.05** ≥ α) والارتفاع النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أن هناك أثراً قوياً لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.543)، وهذا يعنى أن ما قيمته (0.543) **من** التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن التغير في مستوى أسعار الفائدة، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (20.631)، وهذا يعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى أسعار الفائدة يؤدي إلى زيادة في الودائع المصرفية بقيمة (20.631). وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (9.519) وهي دالة عند مستوى (**0.05** ≥ α)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الثانية، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

وهذا منطقي، حيث أن ارتفاع أسعار الفائدة على الودائع، والتي تعني بالنسبة للفرد بأنها عوائد ذات مخاطرة تكاد منخفضة وهي تمثل مجالات آمنة للاستثمار فيها وتنمية المدخرات وعليه يكون اتجاه الفرد في هذه الحالة نحو الودائع المصرفية.

H03: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (12).

جدول (12)

تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر دخل الفرد على نمو الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
دخل الفرد على نمو الودائع المصرفية	0.969	0.939	122.537	11.827	0.000

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq$ 0.05)

يوضح الجدول (12) أثر دخل الفرد على نمو الودائع المصرفية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر دال إحصائياً بين دخل الفرد ونمو الودائع المصرفية، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.969) عند مستوى ($\alpha \leq$ 0.05) والارتفاع النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أن هناك أثراً قوياً لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.939)، وهذا يعنى أن ما قيمته (0.939) من التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن التغير في متوسط دخل الفرد، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (11.827)، وهذا يعنى أن الزيادة بدخل الفرد بقيمة واحدة يؤدي إلى زيادة في نمو الودائع المصرفية بقيمة (11.827). وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (122.537) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq$ 0.05)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية السادسة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05)

ولتفسير هذه النتيجة نستطيع القول أن الزيادة في دخل الفرد يؤدي إلى حدوث فائض نقدي لدى الأفراد تدفع بهم لادخاره في حسابات على شكل ودائع بنكية.

H04: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (13).

جدول (13)

تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر سمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
سمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية	0.37	0.14	25.02	0.20	0.000

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (13) اثر سمعة وشهرة المصرف على نمو الودائع المصرفية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين سمعة المصرف وشهرته ونمو الودائع المصرفية، إذا بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.37) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) والانخفاض النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أنه مع أن سمعة المصرف وشهرته تؤثر على نمو الودائع المصرفية للمصرف إلا أن هذا التأثير ضعيف نسبياً، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.14)، وهذا يعنى أن ما قيمته (0.14) من التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن التغير في سمعة المصرف وشهرته، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.20)، وهذا يعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في سمعة المصرف وشهرته يؤدي إلى نمو الودائع المصرفية بقيمة (0.20). وتؤكد عدم معنوية هذا التأثير قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (25.02) وهي دالة

عند مستوى (**0.05** ≥ α)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرابعة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

إن تفسير هذه النتيجة يعود إلى أن الفرد الباحث عن تنمية مدخراته عن طريق الودائع يتأثر سمعة المصرف وشهرته، حيث أن الفرد يفضل التعامل مع المصارف ذات السمعة الحسنة ومحل الثقة، والتي يعمل فيها عاملون على مستوى عال من الكفاءة، حيث يزداد التعامل مع هذه المصارف كلما زاد الأفراد والقطاعات الاقتصادية ثقتهم بالمصرف الذي يودعون فيه أموالهم، لأن الثقة تجسيد لرغبتهم في إيداع أمواله وتركها باطمئنان.

H05: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (14).

جدول (14)

تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
الوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية	0.22	0.42	45.02	0.35	0.000

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى (**0.05** ≥ α)

يوضح الجدول (14) أثر الوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية، إذا بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.22) عند مستوى (**0.05** ≥ α) والانخفاض النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أنه مع أن الوعي المصرفي يؤثر على نمو الودائع المصرفية للمصرف إلا أن هذا التأثير ضعيف نسبياً، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.42)، وهذا يعنى أن ما قيمته (0.42) من التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن التغير في مستوى الوعي المصرفي، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.35)، وهذا يعنى أن زيادة الوعي المصرفي بدرجة واحدة يؤدي إلى زيادة نمو الودائع المصرفية بقيمة (0.35). وتؤكد عدم معنوية هذه العلاقة قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (45.02) وهي دالة عند مستوى (α ≥ **0.05**)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الخامسة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية للوعى المصرفي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

يشير تفسير هذه النتيجة يشير أن الإقبال على الودائع المصرفية يرتبط بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي بين أفراد المجتمع، في حين يسبب تخلف الوعي المصرفي تحول جزء كبير من الأموال الفائضة إلى أشكال أخرى من الموجودات، فنشر الوعي المصرفي وتعميقه لدى الأفراد يزيد من الطلب على الودائع المصرفية.

H06: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من وجود أثر لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية، وكما هو موضح في الجدول (15).

جدول (15)

تحليل الانحدار الخطي البسيط بين موقع المصرف والنمو في الودائع المصرفية

البيان	(R) الارتباط	(R square) معامل التحديد	F المحسوبة	β معامل الانحدار	Sig.* مستوى الدلالة
موقع المصرف على النمو في العوائد المصرفية	0.36	0.13	24.35	0.15	0.000

* يكون الارتباط ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يوضح الجدول (15) أثر موقع المصرف على نمو الودائع المصرفية. حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين موقع المصرف والنمو في الودائع المصرفية، إذا بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.36) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) والانخفاض النسبي لقيمة معامل الارتباط يؤشر على أنه مع أن موقع المصرف تؤثر على نمو الودائع المصرفية للمصرف إلا أن هذا التأثير ضعيف نسبياً، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.13)، أي أن ما قيمته (0.036) من التغيرات في نمو الودائع المصرفية ناتج عن موقع المصرف، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.15)، وهذا يعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في موقع المصرف يؤدي إلى زيادة في نمو الودائع المصرفية بقيمة (0.15). وتؤكد عدم معنوية هذا التأثير قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (24.35) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد عدم صحة

قبول الفرضية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية عند مستوى (0.05).

إن تفسير هذه النتيجة يعود إلى أن الفرد الباحث عن تنمية مدخراته عن طريق الودائع المصرفية يتأثر بموقع المصرف حيث تتأثر رغبة الأفراد الادخارية في الودائع المصرفية عندما يكون المصرف قريباً من مسكنه أو مكان عمله، وبالتالي فان توفر فروع لدى البنوك بشكل واسع في مواقع وجود الأفراد يزيد من ارصدة البنوك وودائعها واجتذاب المدخرات.

ويلخص الجدول (16) ترتيب المتغيرات الستة حسب قوة تأثيرها على نمو الودائع المصرفية.

جدول (16)

ترتيب المتغيرات الستة حسب قوة تأثيرها على نمو الودائع المصرفية

م	المتغيرات	معامل الارتباط R	الرتبة
1	معدل التضخم	0.841	2
2	أسعار الفائدة	0.737	3
3	دخل الفرد	0.969	1
4	سمعة المصرف وشهرته	0.370	4
5	الوعى المصرفي	0.220	6
6	موقع المصرف	0.360	5

5-4 الأثر المشترك للمتغيرات الستة على نمو الودائع المصرفية

لغرض اشتقاق نموذج إحصائي يوضح الأثر المشترك لجميع متغيرات الدراسة الستة على نمو الودائع المصرفية تم إخضاع البيانات الموفرة عن هذه المتغيرات باعتبارها المتغيرات المستقلة، ونمو الودائع المصرفية باعتباره المتغير التابع، وباستخدام تحليل الانحدار المتعدد، وكان النموذج كالتالي:

$$\mathbf{Deposit = A + \{(\beta_{1}Inf) + (\beta_{2}Int) + (\beta_{3}Inc) + (\beta_{4}Br) + (\beta_{5}BAw) + (\beta_{6}BLo)\}}$$

$$\mathbf{Deposit = 0.101 + \{}(0.027Inf) + (0.067Int) + (0.141Inc) + (0.063Br) + (0.268BAw) + (0.115BLo)\mathbf{\}}$$

حيث أن:

A	ثابت معادلة الانحدار
β	معامل الانحدار
Inf	معدل التضخم الاقتصادي
Int	معدل سعر الفائدة
Inc	متوسط دخل الفرد
Br	سمعة المصرف وشهرته
BAw	الوعي المصرفي
BLo	موقع المصرف

الفصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

1-5 المقدمة

2-5 الاستنتاجات

3-5 التوصيات

1-5 المقدمـــــة

استهدفت الدراسة الحالية تحديد العوامل المؤثرة في نمو الودائع المصرفية خلال الفترة **1998 ـ 2007**، وقد أثارت الدراسة جملة من التساؤلات وقدمت أيضاً فرضيات تعلقت بطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتوصلت إلى عدة استنتاجات ساهمت في حل مشكلة الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها، وتحاول الباحثة هنا الإشارة إلى أبرز هذه الاستنتاجات والتوصيات في ضوء المشاهدات والملاحظات التي تراكمت، وفيما يلي أهم هذه الاستنتاجات والتوصيات.

2-5 الاستنتاجات

توصلت الدراسة من خلال نتائج التحليل الإحصائي إلى:

1. أن ملاءمة موقع المصرف من وجهة نظر عينة الدراسة تشجع الأفراد على توجيه مدخراتهم إلى المصرف ومن ثم زيادة الودائع في ذلك المصرف.
2. أن سمعة المصرف وحسب وجهة نظر عينة الدراسة تؤدي إلى نمو ودائع العملاء فيه.
3. أن مستوى الوعي المصرفي لدى عملاء البنوك التجارية يؤدي إلى نمو الودائع المصرفية.
4. وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتضخم على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). وهذا يعود إلى أن الزيادة في التضخم تساهم فيه عزوف الأفراد عن الإنفاق والاستثمار نتيجة لغلاء الأسعار والعائد إلى التضخم وعليه يكون اتجاههم نحو المحافظة على مدخراتهم وتنميتها والاستفادة من الأسعار المرتفعة للفوائد وبذلك بالاتجاه إلى الودائع المصرفية وهذا يرجح بعض قول الاقتصاديين.

5. وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). حيث أن ارتفاع أسعار الفائدة على الودائع والتي تعنى بالنسبة للفرد بأنها عوائد ذات مخاطرة تكاد تكون معدومة، وهي أماكن آمنة للاستثمار فيها وتنمية المدخرات، وعليه يكون اتجاه الفرد في هذه الحالة نحو الودائع المصرفية.

6. وجود أثر ذي دلالة إحصائية لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). أن الفرد الباحث عن تنمية مدخراته عن طريق الودائع المصرفية يتأثر بموقع المصرف، حيث تتأثر رغبة الأفراد الادخارية في الودائع المصرفية عندما يكون المصرف قريباً من مسكنه أو مكان عمله، وبالتالي فإن توفر فروع لدى البنوك بشكل واسع في مواقع وجود الأفراد يزيد من أرصدة ودائع البنوك واجتذاب المدخرات.

7. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). وهذه النتيجة ترتبط بشكل أساسي بالفرد الباحث عن تنمية مدخراته عن طريق الودائع الذي يتأثر بسمعة المصرف وشهرته، حيث أن الفرد يفضل التعامل مع المصارف ذات السمعة الحسنة و محل الثقة، والتي يعمل فيها عاملون على مستوى عالٍ من الكفاءة، حيث يزداد التعامل مع هذه المصارف كلما زاد الأفراد والقطاعات الاقتصادية من ثقتها بالمصرف الذي يودعون فيه أموالهم،لأن الثقة تجسيد لرغبتهم في إيداع أمواله وتركها باطمئنان .

8. وجود أثر ذي دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). وهذا يعني أن الطلب على الودائع المصرفية يرتبط بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي بين أفراد المجتمع، في حين يسبب تخلف العادة المصرفية تحول جزء كبير من

الأموال الفائضة إلى أشكال أخرى من الموجودات، فنشر الوعي المصرفي وتعميقه لدى الأفراد يزيد من الطلب على الودائع المصرفية

9. وجود أثر ذي دلالة إحصائية لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية عند مستوى ($\alpha \leq$ **0.05**). حيث أن الزيادة في دخل الفرد ينتج عنه توفر سيولة نقدية تدفع الأفراد إلى التوجه بزيادة مدخراتهم وبالتالي ينتج عنه بالزيادة بالطلب على الودائع المصرفية.

3-5 التوصيات

وفقاً للاستنتاجات التي تم التوصل إليها من الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة وكذلك النتائج التي تم الحصول عليها من واقع التحليل الإحصائي للبيانات، تم الخروج بالتوصيات الآتية:

1. على البنوك التجارية التحرك نحو مواقع وجود الأفراد بدل توزيعها التقليدي في الشوارع الراقية، وإنشاء شبكة فروع بأنواعها المتعددة، وتوزيع أجهزة الصراف الآلي بشكل يؤمن تغطية شاملة لسوق المصرف لزيادة أرصدة ودائعها واجتذاب المدخرات.
2. تحفيز العملاء على استخدام أجهزة الصراف الآلي للقيام بعمليات الإيداع البنكية تسهيلاً عليهم بما يخدم متطلباتهم خارج أوقات دوام البنوك الرسمية.
3. المناوبة بين فروع البنوك بالعمل ساعات أطول خلال أيام الأسبوع بما في ذلك أيام العطل الرسمية لتوفير كافة الخدمات للعملاء بما يخدم متطلباتهم ومصالحهم.
4. تحفيز ترويجي للعملاء لودائع قصيرة الأجل بما يتلاءم مع صغار المستثمرين إن كان العائد عينياً أو مادياً حسب طبيعة الودائع وحجمها بما يكون في مصلحة العملاء ومتطلباتهم.

5. تفعيل المعاملات الإلكترونية وتوعية العملاء على طبيعة الخدمة، وكيفية الاستفادة منها، حيث تمكنهم من القيام بالنشاطات المصرفية التي تخص حساباتهم بأي وقت وبأي مكان، مما سينعكس إيجابياً على نمو الودائع.

6. توعية عملاء البنوك من المودعين بأن ما تقوم به البنوك هو استثمار أموال ودائعهم في مشاريع تنمية تعطي عائد على الاستثمار تستفيد منه عدة جهات منها: المستثمر، والدول، والبنك، والمودع.

المراجع

أولاً : المراجع العربية

ثانياً : المراجع الأجنبية

أولاً : المراجع العربية

1. ابوشنب، سامح عبد الكريم، (2002)، "دور البنوك المرخصة في الأردن في التمويل طويل الأجل 1985.2000"، رساله ماجستير غير منشورة، جامعة ال البيت.

2. ابو عبيد، رفيه نافع، (1999)، " الطلب على النقود في الأردن : العوامل المؤثرة فيه "، رساله ماجستير غير منشورة، جامعة ال البيت.

3. ال علي، رضا صاحب ابو حمد، (2002)، "إدارة المصارف: مدخل تحليلي كمي معاصر"، دار الفكر للطباعه والنشر والتوزيع، الطبعه الاولى، عمان، الاردن.

4. بن عبد العزيز، فطيمه، (1993)، "الطلب على النقود: دراسة اقتصادية قياسية لحالة الجزائر"، رساله ماجستير غير منشورة، معهد العلوم الاقتصاديه،جامعه الجزائر.

5. التقرير الإحصائي الصادر عن دائرة الإحصاءات العامه، (2007).

6. حداد، اكرم؛ وهدلول، مشهور (2005)، " النقود والمصارف: مدخل تحليلي ونظري"، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعه الاولى، عمان، الاردن.

7. جودة، محفوظ، (2008)، "التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS"، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعه الاولى، عمان، الاردن.

8. دياب، عبد العزيز احمد، هاشم، وليد عرب (1992)، "تحديد مكونات عرض النقود في الاقتصادي السعودي"، مجلس النشر العلمي، جامعه الكويت، المجلد 2، العدد الاول.

9. رمضان، زياد سليم، جودة، محفوظ احمد (1996)، "إدارة البنوك"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعه، الطبعه الثانيه، عمان، الاردن.

10. الزبيدي، حمزة محمود (2000)، " إدارة المصارف: استراتيجية تعبئة الودائع وتقديم الائتمان"، مؤسسه الوراق للنشر والتوزيع، الطبعه الاولى.

11. زريقات، سامي (1976)، "نسبة النقد المتداول لدى الجمهور إلى عرض النقد في الأردن "، الجمعيه العلميه الملكيه.

12. زنابيلي، عبد المنعم (1992)، "العالم الثالث في التوازن الاقتصادي العالمي"، دمشق، سوريا، منشورات وزارة الثقافه السوريه.

13. سلطان، محمد سعيد (2005)، "إدارة البنوك"، دار الجامعه الجديدة، الاسكندير، جمهوريه مصر العربية.

14. الشيخ حسن، ماهر (1996)، " تذبذب نسبة النقد المتداول إلى عرض النقد في الأردن: أسبابه وآثاره"، رساله ماجستير غير منشورة، الجامعه الاردنيه.

15. الصيرفي، محمد عبد الفتاح (2006)، "إدارة البنوك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

16. عبد اللطيف، مصطفي (2006)، " دور البنوك وفعاليتها في تمويل النشاط الاقتصادي: حالة الجزائر"، مجله الباحث، جامعه ورقله، العدد 4 .

17. عبد الله، خالد امين، الطراد، اسماعيل إبراهيم (2006)، "إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية"، عمان الاردن، دار وائل للنشر والتوزيع.

18. علي، عبد المنعم السيد، الجنابي، هيل (1992)، "الاقتصاد السياسي للتضخم في العراق خلال الفترة 1988 - 1992 "، مجله بحوث اقتصاديه عربيه ، العدد 1.

19. عليمات ،ضيف الله خلف (2003)، " الطلب على النقود في الأردن :العوامل المؤثرة فيه "، رساله ماجستير غير منشورة ، جامعه ال البيت.

20. عناية ،زاهر (2000)، " دور المصارف التجارية في الاقتصاد الوطني :دراسة تطبيقية على المصرف التجاري السوري خلال الفترة 1992 - 1998 "، رساله ماجستير غير منشورة ، جامعة دمشق.

21. عنيم، احمد محمد (2007)، "إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل"، الطبعه الاولى، المكتبه العصريه للنشر والتوزيع، جمهوريه مصر العربيه.

22. القرحان ،اسامه فايز (2002)، "محددات معدل الفائدة في الاقتصاد الأردني"، ماجستير غير منشورة ، الجامعه الاردنيه.

23. النشرة الإحصائيه السنويه الصادرة عن البنك المركزي الاردني (2007).

24. ياسين، محمد (1991)، "أثر تعويم سعر الفائدة على أسعار أسهم مؤسسات الجهاز المصرفي في الأردن : دراسة تحليلية لكفاءة تسعير أسهم مؤسسات الجهاز المصرفي في سوق عمان المالي"، ماجستير غير منشورة ، الجامعه الاردنيه.

ثانياً : المراجع الأجنبية

1. Allen, David E. & Jerry, T, (2004), "Effects of Bank Funds Management Activities on the Disintermediation of Bank Deposits", Journal of Business Finance & Accounting, 31(7) & (8), September/October.

2. Boschen, John, F & Talbot, Kathleen E, (1991), "Monetary Base Growth, Deposits Growth, and Inflation in the Postwar United States", Journal of Business, Vol. 64, No. 3.

3. Brzoza, Michal, (2001), "The Relationship between Real Interest Rates and Inflation", Poland.

4. Chee Yoon, Sung, (1989), "An Econometric Investigation on the Determintation of the Monetary Base and Money Multiplier in Korea", PhD Thesis, West Virginia University, Virginia, U.S.A.

5. Gillian, Garcia & Pak, Simon, (1989), "The Ratio of Currency to Demand Deposit in the Unites States", Journal of finance, Vol. 203.

6. Gitman, L., (2000), "Principles of Managerial Finance", 9th ed., Addison Wesley Publishing Company.

7. Sekaran, Uma, (2000), "Research Methods for Business", Jogn Wiley & Sons.

8. Zikmund, William, G, (2000), "Business Research Methodology", 6th ed, U.S.A: Harcourt College Publishing.

قائمة الملاحق

أولاً : استبانة الدراسة بصورتها النهائية

ثانياً: قائمة بأسماء المحكمين

ثالثاً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة المعتمدة

ملحق (1)

استبانة الدراسة بصورتها النهائية

بسم الله الرحمن الرحيم

الأستاذ/ الأستاذة الفاضلة ..... تحية طيبة

تهدف الباحثه القيام بدراسه بعنوان "**العوامل المؤثرة في نمو الودائع المصرفية في الأردن خلال الفترة 1998 ـ 2007**"، حيث تهدف الدراسه إلى معرفه العوامل المؤثرة في نمو الودائع المصرفيه في الاردن خلال الفترة **1998 ـ 2007**.

ومن اجل ذلك قامت الباحثه ببناء استبانه لغرض قياس بعض متغيرات الدراسه، لذا ارجو تعاونكم والتكرم بالإجابه على فقرات الاستبانه بكل صراحه وموضوعيه، وذلك بوضع إشارة (✓) في المكان المناسب لكل فقرة توضح درجه الموافقه على كل منها، علما بان المعلومات التي سيتم جمعها سوف تعامل بسريه تامه، ولن تستخدم إلا لاغراض البحث العلمي.

نشكركم على حسن تعاونكم والمشاركة في ملء هذه الاستبانة

الباحثة

رنا أبو طوق

المعلومات الديمغرافية

(1) العمر

أقل من 30 سنة	☐	30 – 40 سنة	☐
41 – 50	☐	51 سنة فأكثر	☐

(2) الجنس

ذكر	☐	أنثى	☐

(3) التخصص

علوم مالية ومصرفية	☐	علوم هندسية	☐

(6) المستوى التعليمي

بكالوريوس	☐	دبلوم عالٍ	☐
ماجستير	☐	دكتوراه	☐

العوامل المؤثرة في نمو الودائع المصرفية

	المحور الأول: موقع المصرف	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
		بدائل الإجابة				
1	ملاءمة موقع المصرف الذي أتعامل معه لحاجتي	☐	☐	☐	☐	☐
2	موقع المصرف مناسب من حيث توفر مواقف مناسبة لسيارات العملاء	☐	☐	☐	☐	☐
3	لدى المصرف مساحة وأماكن مخصصة ومناسبة لانتظار العملاء	☐	☐	☐	☐	☐
4	ملاءمة مرافق المصرف وتسهيلاته لتقديم الخدمة	☐	☐	☐	☐	☐
5	يمتلك المصرف عدداً من الفروع والمكاتب تغطى احتياجات العملاء في كافة أنحاء المملكة	☐	☐	☐	☐	☐
6	يتوجه المصرف بزيادة التقسيم السوقي الحالي من خلال زيادة مواقعه المنتشرة	☐	☐	☐	☐	☐
7	يستخدم المصرف وحدات الصراف الآلي بشكل يؤمن تغطية شاملة لسوق المصرف	☐	☐	☐	☐	☐
	المحور الثاني: سمعة المصرف وشهرته					
8	يتمتع موظفو المصرف بالمهارة الكافية في تقديم الخدمات	☐	☐	☐	☐	☐
9	هناك توجه بشرح الخدمة وتوضيحها وكيفية الحصول على مزاياها	☐	☐	☐	☐	☐
10	يقوم المصرف بالعمل على التنسيق المستمر لعلاقاته مع الجمهور المستهدف	☐	☐	☐	☐	☐
11	يسعى المصرف إلى تطوير تقنياته باستمرار وبما يواكب الأسواق المحلية والعالمية	☐	☐	☐	☐	☐
12	يتمتع موظفو المصرف بالمظهر اللائق والأناقة	☐	☐	☐	☐	☐
13	يسعى البنك لتقصير مدة الانتظار للحصول على الخدمات	☐	☐	☐	☐	☐
14	يحسن موظفو المصرف مقابلة الجمهور والتعامل معهم	☐	☐	☐	☐	☐
15	يقوم المصرف بتقديم الخدمات بسرعة ودقة وفي الوقت المحدد	☐	☐	☐	☐	☐
16	يتمتع المصرف بمستوى عال من الأمان والسرية في معاملاته	☐	☐	☐	☐	☐

المحور الثالث: الوعي المصرفي		بدائل الإجابة				
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة
17	يتمتع عملاء المصرف بالتكيف المطلوب مع الخدمات الجديدة وخاصة المتطورة والحديثة	☐	☐	☐	☐	☐
18	يقوم المصرف باستطلاع آراء العملاء حول مستوى الخدمة بشكل دوري	☐	☐	☐	☐	☐
19	يلتزم المصرف باللوائح التي يصدرها سوق الأوراق المالية بشأن الإفصاح عن المعلومات في القوائم المالية	☐	☐	☐	☐	☐
20	لدى المصرف وصف واضح ودقيق للمعلومات ذات العلاقة بالقروض والتسهيلات الممنوحة	☐	☐	☐	☐	☐
21	يقوم المصرف وبشكل مستمر بتحليل مخاطر الائتمان	☐	☐	☐	☐	☐
22	يقوم المصرف بتنمية ثقة العملاء به من خلال الكفاءة والمصداقية	☐	☐	☐	☐	☐
23	يقوم المصرف باستمرار بإطلاق حملات إعلامية لتوعية العملاء بالخدمات التي يقدمها	☐	☐	☐	☐	☐
24	التعاملات المالية اليومية للمصرف تتسم بالشفافية والوضوح	☐	☐	☐	☐	☐

ملحق (2)

قائمة بأسماء المحكمين

الأسم	التخصص	مكان العمل
الدكتور محمد عبد العال النعيمي	إحصاء	جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
الدكتور كامل المغربي	إدارة أعمال	جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
الدكتور طاهر الغالبي	إدارة أعمال	جامعة الزيتونة الأردنية
الدكتور خالد بني حمدان	إدارة أعمال	جامعة العلوم التطبيقية
الدكتورة وفاء التميمي	تسويق	جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا
الدكتور شفيق كايد شاكر	إدارة أعمال	جامعة الإسراء

ملحق (3)

نتائج اختبار فرضيات الدراسة المعتمدة

H01: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتضخم الاقتصادي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

H02: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأسعار الفائدة على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

H03: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدخل الفرد على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05).

H04: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسمعة المصرف وشهرته على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

H05: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية للوعي المصرفي على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

H06: لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية لموقع المصرف على نمو الودائع المصرفية عند مستوى معنوية (0.05)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لمتغيرات الدراسة

Predictors: (Constant), srmd7, srmd1, srmd6, srmd2,