



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة الدراسات العليا
كلية التجارة
قسم المحاسبة والتمويل

تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم

"دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين"

إعداد

رانية خليل حسان أبو سمرة

إشراف الأستاذ الدكتور

يوسف حسين عاشور

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل

1428هـ - 2007 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

« قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ »

(سورة البقرة ، آية 32)

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة مشكلة انخفاض حجم الودائع المصرفية في المصارف الوطنية التجارية الفلسطينية مقارنة مع المصارف الوافدة .

وتناقش العوامل المؤثرة في ذلك وذلك من خلال استطلاع آراء مدراء المصارف التجارية الوطنية حول سياسة الودائع التي يتبعونها ومدى جدواها في جذب ودائع العملاء وقد كان مجتمع الدراسة مكون من 11 مصرف بواقع 72 فرع وأفراد ه من مديري العموم والفروع والدوائر ورؤساء الأقسام وقد بلغ عددهم 321 موظف ، وتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة حجمها 135 موظف وتم استرداد 120 استبانة وكانت الردود 114 أي ما يمثل 84.5% من العينة .

وقد قامت الباحثة بصياغة الفرضيات المناسبة لهذه المشكلة وإجراء تحليل ومناقشة متعمقة لموضوع الدراسة وتناولت الدراسة أربعة فصول أساسية وهي : الفصل الأول تكلم عن المصارف التجارية وهيكلها المالي ، الفصل الثاني تكلم عن العوامل المؤثرة في جذب الودائع ، الفصل الثالث تحدث عن الإطار النظري للبحث " السياسات والاستراتيجيات لإدارة الودائع المصرفية والعوامل المؤثرة في جذب الودائع " ، أما الفصل الرابع كان محور الدراسة حيث كان الهدف من خلاله تطبيق ذلك على المصارف الوطنية العاملة في فلسطين بالتحليل الإحصائي "SPSS" واختبار الفرضيات .

وقد تم استخلاص النتائج عن ذلك كان أهمها:

1. وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية وبين السمات المادية والشخصية للمصارف التجارية الوطنية الفلسطينية والموقع .

2. وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و مستوى وحجم

الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية

3. وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و بين السياسات

الرئيسية (كالسياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى) وقوة المركز

المالي للبنك (وجود سيولة جيدة والسمعة المالية الجيدة).

4. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و بين مستوى النشاط

الاقتصادي .

5. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و بين دفع معدلات أعلى للفوائد

على الودائع .

وقد أوصت الدراسة عدة توصيات من شأنها العمل على تطوير سياسة الودائع المصرفية لو

تم الأخذ بها بعين الاعتبار في هذه المصارف الوطنية للعمل على زيادة جذب الودائع

المحلية ومن أهمها تطوير واستحداث خدمات مصرفية جديدة حسب متطلبات السوق

المصرفي ، والتركيز على جذب الودائع لأجل. وليخرج البحث بصورته الأخيرة تحت عنوان

-:

(تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم)

(دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين) (1996م -

حزيران 2006) .

Abstract

This study aims at informed physician the drop of the banking deposits volume in the Palestinian commercial national banks comparison with the coming banks . It discusses the effective parameters that are in , through exploration of views executives of the national commercial banks around the politics of the deposits that they follow .And its uses` extent in attraction of deposits the stooges. The society of study formed from 11 banks by reality 72 branches and its members formed from managers and department heads. Their numbers had reached to 321 employee and a random sample was chosen from society of the study its volume 135 employee . Recovery of 120 clarification became complete and the replies were 114 in other words that it plants 84.5% from the sample .

The researcher has formulated suitable hypotheses to solve the problem and she made analysis and a well versed depater for subject of the search .

The search took four basic chapters : chapters I spoke about the commercial banks and its financial structure , chapter II spoke about the Effective factors on attracting deposits , chapter III spoke of the theoretical frame for the search" the politics and strategies the deposits and the effective parameters in attraction of the deposits"

While chapter IV was the axis of the study where was the aim by which apply it on the working national banks in Palestine in detail the statistical analysis " spss" and testing hypotheses .

The results from that was drawn on the following :

- 1- There is a strong connection with significant statistically between the volume of bank deposits and the material and personality advantages banks and web .

- 2- There is a strong connection with significant statistically between the volume of bank deposits and volume of services which provided by palestinian national commercial banks.
- 3- There is a strong connection with significant statistically between the volume of bank deposits and main policies as those relating with loans , investments , other activities and the financial position of the bank (apresence of agood liquidity and the good monetary reputation
- 4- There is a strong relationship with significant statistically between the volume of bank deposits and the level of econmic activity .
- 5- There is a strong relationship with significant statistically between the volume of bank deposits and pay high rates to interest on deposits.

The study recommended several recommendation that would work to develop bank deposits policy , if it introduced in account in theses national banks to work to increase the attract on the local deposits the more important develop and refresh anew bank services according to the neede of the banking market , and focus on attracting deposits , To come in its lastest from under the title :

(develop bank deposits policy in the light of liability management theory)

(applied study on working national commercial bank on Palestine)

(1996- June 2006)

شكر وتقدير

أتقدم بالشكر الجزيل والحمد إلى من لا يشكر سواه ولا يحمد سواه الله - عز وجل - الذي وفقني لإتمام هذه الدراسة على هذه الصورة، والتي أرجو أن تكون قد احتوت موضوع الدراسة بالطريقة الملائمة والكافية.

وانطلاقاً من مبدأ أن كل فضل لا بد أن يعود إلى صاحبه يطيب لي عرفاناً بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى من أشرف علي وأفادني بعلمه إلى أ.د. : يوسف حسين عاشور - بارك الله فيه -

كما أتقدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الأفاضل الدكتور/ شريف أبو كرش ، والدكتور / علي شاهين الذين شرفوني بقبول مناقشة الدراسة لدورهم الكبير في إثراء وإغناء الدراسة من علمهم وخبرتهم .

كما أتقدم بالشكر إلى جامعتي الغراء، وأخص بالذكر مكتبة الجامعة الإسلامية على ما قدمته لي من مراجع علمية مفيدة خلال هذه الدراسة، ومدرسي كلية التجارة .

وأخيراً الشكر كل الشكر إلى كل من لم أذكره وكان خير عون لي.

الإهداء

أهدي بحثي هذا لوجه الله، ثم إلى : أ. د. يوسف عاشور ، ود . علي شاهين .

◆ أهديه إلى الذين إذا قالوا صدقوا

وإذا صدقوا عملوا

وإذا ما أحسنوا أخلصوا دينهم لله

لا يريدون جزاءً ولا شكوراً....

◆ إلى من ضحوا بدمائهم من أجل ثرى فلسطين الحبيبة ، إلى شهدائنا (وأخص بالذكر

: أخي الشهيد /رامي أبو سمرة) وجرحانا .

◆ إلى من يقبعون خلف الجدار، يقاتلون وحدات الزمن، إلى أسرانا القابعين خلف

السجون الإسرائيلية المحتلة.

◆ إلى النموذج النادر من نماذج العطاء المتدفق الذي لم ينضب معينه يوماً واحداً، وكانوا

المثل الأعلى: أمي وأبي فكلّ الاحترام والتقدير والحب أكنه لهما .

◆ أهديه إلى خطيبي _ حفظه الله _ محمد أحمد حسام الشرفا .

وأخيراً : إلى كل من ساعدني وأمدني بالمعلومات القيمة ، آملة أن يستفاد منه لمن يأتي

بعدي .

أهدي إليكم جميعاً ثمرة جهدي هذا ،،،،،،،،،

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع	م.
أ	ملخص البحث باللغة العربية	.1
ج	ملخص البحث باللغة الانجليزية Abstract	.2
هـ	شكر وتقدير	.3
و	الإهداء	.4
ز	المحتويات	.5
ي	قائمة الجداول	.6
1	خلفية الدراسة وأهميتها	.7
2	أولاً : المقدمة	.8
6	ثانياً : مشكلة الدراسة	.9
7	ثالثاً : نموذج الدراسة	.10
8	رابعاً : فرضيات الدراسة	.11
11	خامساً : أهداف الدراسة	.12
12	سادساً : أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع	.13

14	سابعاً : مجتمع الدراسة والعينة	.14
15	ثامناً : منهجية الدراسة	.15
16	تاسعاً : أدبيات الدراسة	.16
24	الفصل الأول:مقدمة عامة عن واقع الجهاز المصرفي الفلسطيني	.17
25	المبحث الأول: هيكل الجهاز المصرفي الفلسطيني	.18
28	المبحث الثاني: المصارف التجارية وهيكلها المالي	.19
32	المبحث الثالث: هيكل المطلوبات والموجودات في المصارف التجارية	.20
48	المبحث الرابع: مصادر الأموال واستخداماتها للمصارف التجارية العاملة في فلسطين	.21
66	الفصل الثاني : العوامل المؤثرة في جذب الودائع المصرفية	.22
67	المبحث الأول: الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين	.23
85	المبحث الثاني: العوامل المؤثرة في ودائع المصرف التجاري	.24
113	الفصل الثالث: السياسات والاستراتيجيات لإدارة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم	.25
133	الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها	.26

133	المبحث الأول: التحليل الإحصائي	.27
147	المبحث الثاني: سياسة الودائع المتبعة في المصارف الوطنية واختبار الفرضيات	.28
189	ملخص النتائج	.29
192	نتائج الدراسة	.30
195	التوصيات	.31
198	المراجع العلمية	.32
207	الملاحق	.33

قائمة الجداول

14	مجتمع الدراسة والعينة	.1
49	تطور مصادر أموال المصارف التجارية العاملة في فلسطين واستخداماتها	.2
50	مطلوبات الميزانية الموحدة للمصارف العاملة في فلسطين	.3
51	الأهمية النسبية	.4
53	تطور ودائع العملاء لدى المصارف التجارية العاملة في فلسطين	.5
53	التوزيع الجغرافي للودائع حسب نوع الوديعة	.6
55	تطور حجم ودائع العملاء حسب عملة الوديعة	.7
56	تطور حجم ودائع العملاء حسب جنسية المصرف	.8
58	تطور حقوق الملكية	.9
61	تطور استخدامات الأموال للمصارف التجارية العاملة في فلسطين	.10
61	الأهمية النسبية لبنود موجودات المصارف التجارية	.11
62	تطور التسهيلات الائتمانية المباشرة	.12
63	التسهيلات الائتمانية حسب النوع	.13
64	التسهيلات الائتمانية حسب المستفيد والتوزيع الجغرافي ونوع العملة والاستخدام	.14
65	نسبة التسهيلات الائتمانية المباشرة لودائع العملاء	.15

136	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	.16
136	عينة الدراسة حسب متغير الجنس	.17
137	عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	.18
137	متغير التخصص	.19
138	الخبرة في مجال إدارة الودائع المصرفية	.20
139	عدد سنوات العمل	.21
141	صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة	.22
143	الصدق البنائي لمجالات الدراسة	.23
144	معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية)	.24
144	معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)	.25
145	اختبار التوزيع الطبيعي	.26
148	وجود دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية	.27
151	أهم السياسات المتبعة في المصرف	.28
154	تقييم السياسة المتبعة في المصرف	.29
155	تقييم مجهودات الإدارة للحفاظ على عملاء الفروع واجتذاب عملاء جدد	.30
157	مستوى الأسعار المحلية المدفوعة	.31

157	التشتت في أسعار الفائدة على الودائع	.32
158	الفوائد المدفوعة على الودائع	.33
160	مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة	.34
161	مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المقبوضة	.35
162	عيوب سياسة الودائع المصرفية	.36
164	تطوير سياسة المصرف مستقبلاً	.37
169	تحليل فقرات الفرضية الأولى	.38
173	تحليل فقرات الفرضية الثانية	.39
178	تحليل فقرات الفرضية الثالثة	.40
180	تحليل فقرات الفرضية الرابعة	.41
182	تحليل فقرات الفرضية الخامسة	.42
185	تحليل فقرات الفرضية السادسة	.43
187	تحليل فقرات الفرضية السابعة	.44
188	تحليل فقرات الفرضية الثامنة	.45
189	ملخص النتائج	.46

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً : المقدمة .

ثانياً : مشكلة الدراسة .

ثالثاً : متغيرات الدراسة .

رابعاً : فرضيات الدراسة .

خامساً : أهداف الدراسة .

سادساً : أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع .

سابعاً : مجتمع الدراسة والعينة .

ثامناً : منهجية الدراسة .

تاسعاً : أدبيات الدراسة

أولاً: المقدمة:

يعتبر القطاع البنكي من أهم القطاعات الاقتصادية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، ويقوم هذا القطاع بدور الوساطة المالية بين المستثمرين والمدخرين، كما يقوم بتقديم العديد من الخدمات المالية والمصرفية الأخرى (حوالات، اعتمادات، كفالات...الخ) والتي تساعد على تسهيل النشاط الاقتصادي وزيادة كفاءته (مقداد ، 2006).

ويحتل القطاع المصرفي مركزاً حيوياً في النظم الاقتصادية والمالية بما له من تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية من خلال تعبئة المدخرات الكافية والتوزيع الكفء لهذه المدخرات على الاستثمارات المختلفة (السييس ، 2003) .

فالبنوك التجارية عبارة عن مؤسسات مالية ومصرفية تقوم بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لأجل محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية ودعم الاقتصاد القومي (عبد الغفار ، 2002).

و تؤلف الودائع المصدر الرئيسي لأموال المصرف التجاري، وهي شريان الحياة في المصرف التجاري ، لأنها أهم مصدر للأموال فيه ، كما أن المصارف التجارية تؤدي خدمة للاقتصاد القومي بقبولها الودائع نظراً لما يؤدي ذلك من تسهيل لعمليات الدفع الناجمة عن التبادل التجاري، وتشجيع للدخار، واستخدام للأموال في المجالات الاقتصادية المختلفة . (سلطان ، 1993) .

ومن أكثر الموضوعات أهمية والتي تشغل بال القائمين على إدارة المصارف التجارية، هو التوفيق بين اعتبارات ثلاثة في العمل المصرفي وهي: توفير السيولة، وتحقيق الربحية، وضمان الأمان ، وترجع أهمية ذلك إلى أن الاعتبارات السابقة ذات تأثير كبير على تشكيل

السياسات الخاصة بالأنشطة الرئيسية التي تمارسها المصارف التجارية ، والتي تتمثل في قبول الودائع ومنح القروض والتسهيلات المختلفة والدخول في مجالات عدة للإستثمار .

فوجود السيولة في المصرف التجاري له أهمية قصوى عند رسم سياسته، إذ يتعين الاحتفاظ بنسبة سيولة تكفي لمواجهة متطلبات السحب الصادرة من عملائه ، وهو بذلك يحقق ثقة المودعين في أن أموالهم التي تمثل الجانب الأكبر من موارد المصرف السائلة تكون بعيدة عن المخاطر التي قد تعرضها للضياع، وفي نفس الوقت يتعين على المصرف ألا يعطل موارد السائلة ويحجبها عن الاستثمار، وإلا فقدَ فرص تحقيق ربح للمساهمين، وهو من أهم الأهداف التي يتوخى المصرف التجاري تحقيقها .

فمنذ الكساد العظيم وحتى منتصف الخمسينات كانت سياسة المصارف التجارية في الولايات المتحدة وأوروبا تقضي بتركيز الجهود لجذب الودائع تحت الطلب ، أما ودائع التوفير والودائع لأجل لم ترفضها غير أنها لم تبذل أي جهد لتتميتها .

وقبيل الستينات ظهر متغير جديد جعل المصارف التجارية تعيد حساباتها بأن أعطت قدراً أكبر من الاهتمام لجذب ودائع التوفير والودائع لأجل ، ولقد تمثل هذا المتغير في إرتفاع أسعار الفائدة في الأسواق .

ولقد حدث تحول ملموس في الوقت الحاضر، حيث يتجه الاهتمام إلى بنود الخصوم ورأس المال كوسيلة لتوفير السيولة وتعظيم الربحية من خلال استثمار الأموال الإضافية، الناتجة من هذه المصادر في أصول منتجة، بحيث يمكن تلبية متطلبات السيولة لمواجهة السحب من الودائع تحت الطلب وغيرها من القروض قصيرة الأجل، بدلاً من تصفية بعض الأصول ، وقد تلجأ البنوك إلى تعديل أسعار الفائدة كوسيلة لجذب ودائع إضافية ، أو زيادة

رأس المال، وهذه كلها وسائل لتوفير الأموال اللازمة لتوفير متطلبات السيولة وتنمية الربحية للبنك التجاري (حنفي ، 2002 ، ص 285) .

وهي تسمى نظرية إدارة الخصوم Liability Management Theory وهي النظرية الحديثة في تبرير نشاط المصارف التجارية ، وترتكز على مصادر التغذية الرئيسية أي على الخصوم وبصفة خاصة الودائع ، والسؤال الأول الذي تفرضه النظرية يتلخص فيما يلي :

لماذا يحتاج المصرف التجاري إلى السيولة ؟ تجيب النظرية على ذلك بطرح سببين :

الأول :هو مخاطر طلبات السحب من جانب المودعين، والثاني: يتعلق برغبة المصرف التجاري لتوفير السيولة للاستجابة لرغبات طالبي القروض بمختلف أنواعها، ومن غير المتصور أن يحتفظ المصرف التجاري بالودائع جامدة ودون توظيف .

وتقوم هذه النظرية على أن قضية السيولة لا يمكن مواجهتها من خلال الاحتياطي الثانوي وحده، بل ينبغي على البنك تنمية موارده المالية، بالالتجاء إلى مصادر غير تقليدية (مصادر تمويل مستحدثة) كإنشاء فروع في دول أجنبية تتميز بالاستقرار السياسي والاقتصادي، أو إصدار شهادات إيداع قابلة للتداول، وشراء الاحتياطي الفائض لدى بنوك أخرى، والاقتراض سواء من الداخل من خلال السندات أو قروض من بنوك أجنبية (هندي ، 1999) .

وعندما يكون هناك طلبات للسحب من قبل المودعين، أو انخفاض في حجم الودائع، أو أن هناك طلبات عاجلة للقروض، وتحتاج إلى سيولة حالية ماذا يفعل المصرف التجاري حينئذ؟

وفقا لهذه النظرية يذهب ويشترى ما يحتاج إليه من سيولة " It just goes and buy it "

فيستطيع المصرف أن يقترض من السوق النقدية من المصارف الأخرى ، أو اقتراض الأموال العامة والحكومية، أو إصدار شهادات إيداع وشهادات ادخارية متعددة الأنواع

وغيرها، وهو يستطيع أن يستخدم هذه الأموال المقترضة لمواجهة احتياجات زبائنه طالبي القروض .

وهذه السياسة هي التي تفسر في العصر الحاضر، زيادة الودائع ما بين البنوك وتنوع وتعدد أشكال الودائع ، وشهادات الادخار والإيداع المختلفة والتمايز في أسعارها ، ونمو عمليات البنوك ، وتوافر السيولة (شيحة ، 1996م ، ص169).

وهذه النظرية هدفها يتمثل فيما يلي :

1- تدنية تكلفة الحصول على الأموال .

2- تنمية مصادر الحصول على الأموال .

ويطلق على إدارة الموارد المالية في البنوك، اصطلاح إدارة الخصوم، وذلك على أساس أن مفردات الخصوم تمثل في الواقع مصادر الأموال، التي يستخدمها البنك في تمويل استثماراته أي في تمويل الأصول (هندي ، 1999 ، ص63).

وفي هذا الصدد تعتبر الودائع المصدر الرئيسي لموارد المصرف إلا أنها ليست المصدر الوحيد فهناك مصادر أخرى كرأس المال، والأرباح المحتجزة، والقروض، والاحتياطيات . وتمثل الودائع الدعامات التي تمكن المصرف من تلبية طلبات الاقتراض، التي يتقدم بها العملاء لذلك لابد من وجود استراتيجيات لتنمية هذه الودائع، باعتبارها من أهم المصادر التي يعتمد عليها المصرف في تمويل استثماراته، والقيام بجميع عمليات التمويل المصرفي .

ورغم أن المصارف الفردية لا تملك السيطرة التامة على مستوى ودائعها ، ولكن يمكنها أن تؤثر في حجم الودائع لديها ، ونظراً لأنّ للودائع دوراً هاماً في ربحية المصرف ، لذلك

تشتد المنافسة فيما بينها، على جذب المزيد من الودائع من خلال البحث عن الأوعية،
والوسائل التي يمكن بها زيادة الودائع .

ومما لا شك فيه، أن السياسات النقدية والضريبية للحكومة من العوامل الرئيسية التي تؤثر في
حجم الودائع للجهاز المصرفي ، وللعوامل الاقتصادية والسمات والخصائص الذاتية للبنك لها
تأثير فعال في حجم الودائع للبنك الفردي (حنفي،2002م ، ص222).

ومن المنطلق السابق ينبغي على المصرف التنبؤ المسبق بحجم ودائعه، وذلك كمدخل لرسم
سياسة التوظيف، والاستثمار المناسبة لعمليات التمويل المصرفي ، ويجب في ذلك إتباع
استراتيجيات أساسية وهي المنافسة السعرية التي تقوم على دفع معدلات فائدة أعلى للمودعين
، والمنافسة غير السعرية التي تقوم على تقديم خدمات أفضل للمودعين.

ثانياً : مشكلة الدراسة :

يبلغ عدد المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية سنة 2007 (11) أحد عشر مصرفاً وطنياً،
لها 72 فرعاً ومكتباً ، أي ما يشكل 50% من إجمالي عدد المصارف العاملة في فلسطين،
وعلى 50.7 % من إجمالي عدد الفروع والمكاتب ، مقابل 50% تعود لأحد عشر مصرفاً
وافداً، تستحوذ على 49.29% من إجمالي عدد الفروع والمكاتب، أو 70 فرعاً ومكتباً (سلطة
النقد الفلسطينية ، 2007)، هذا ويفترض أنها تستحوذ على نفس النسبة من النشاط المصرفي .

خلال قراءة الميزانية المجمعّة للمصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين يمكن إدراك
مدى انخفاض حجم الودائع فيها، حيث تستحوذ هذه المصارف على 22.18 % من
مجموع الودائع، وهذا بالتأكيد أقل بكثير من نسبة عددها إلى مجموع المصارف .

وهذا يشير إلى وجود مشكلة، تواجه المصارف الوطنية في جذب واستقطاب الودائع مقارنة بالمصارف الوافدة وقد يكون ذلك راجع إلى السياسات التي تتبعها البنوك الوطنية ومن هنا فإن هذه الدراسة معنية بدراسة هذه المشكلة .

والسؤال الرئيسي الذي يطرح نفسه : كيف يمكن وضع سياسة تطويرية للودائع للمصارف التجارية الوطنية في فلسطين، بحيث تكون أكثر فاعلية في جذب الودائع في ظل نظرية إدارة الخصوم ؟

ثالثاً : نموذج الدراسة :

1. المتغير التابع :

حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية .

2. المتغيرات المستقلة :

- أ- السمات المادية والشخصية للمصارف والموقع .
- ب- مستوى وحجم الخدمات التي تقدمها المصارف .
- ج- السياسات الرئيسية التي تمارسها المصارف وقوة المركز المالي .
- د- مستوى النشاط الاقتصادي .
- هـ- أولوية التعامل مع البنوك المألوف التعامل معها .
- و- انتشار العادة المصرفية .
- ز- الاستقرار السياسي والتشريعي .

رابعاً : فرضيات الدراسة :

الفرضية الأولى :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين السمات المادية والشخصية للمصارف والموقع .

الفرضيات الفرعية :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تواجد المصارف في المدن الرئيسية وذات السمعة الحسنة.

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين توسيع دائرة انتشار البنك بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة.

الفرضية الثانية :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين مستوى وحجم الخدمات التي تقدمها المصارف .

الفرضيات الفرعية :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تحصيل مستحقات المودعين، وتحصيل الشيكات، أو التحصيل بوسائل سداد أخرى.

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين التوسع في سياسة فتح الاعتمادات وإصدار خطابات الضمان واستحداث أنواع جديدة من الودائع و تقرير نظام الودائع الآجلة والتوفير وتوفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين.

3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل (قيمة الشيكات التي حررها المودع لصالح الغير ، فواتير التليفون ، أقساط الإيجار ، بعض فواتير الشراء، مرتبات العاملين لدى المودع ، السحب على المكشوف)، ووجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي والسحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية.

4. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظة الأوراق المالية للعميل وتخصصه .

5. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين وجود مراسلين بالخارج لتسهيل عمليات التصدير والاستيراد، وتوفير أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة.
الفرضية الثالثة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين السياسات الرئيسية (كالسياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى التي تمارسها المصارف) وقوة المركز المالي للمصارف .
الفرضيات الفرعية :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات.

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية، أو المحلية، والتقارير المالية المنشورة للجمهور العام .

3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين وجود الفوائد على القروض .

4. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تخصص بعض المصارف في منح أنواع معينة من القروض و سعر الفائدة على الودائع .

الفرضية الرابعة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين مستوى النشاط الاقتصادي.

الفرضيات الفرعية :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة الرواج للفترة التجارية .

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة الكساد للفترة التجارية .

الفرضية الخامسة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة وذات البعد الدولي والإقليمي والمألوف التعامل معها .

الفرضية السادسة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين انتشار العادة المصرفية .

الفرضيات الفرعية :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين نمو الوعي المصرفي وإدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي.

2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة تعامل العميل مع المصرف .

الفرضية السابعة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي .

الفرضية الثامنة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع .

خامساً : أهداف الدراسة :

1- الوقوف على أهم السياسات والاستراتيجيات المتبعة لإدارة الودائع، من خلال استطلاع آراء المدراء والنواب في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، حول السياسات التي يتبعونها لإدارة الودائع، وما مدى جدوى هذه السياسات من وجهة نظرهم ؟

2- معرفة أهم محددات الطلب والعرض على سوق الودائع المصرفية و العوامل المؤثرة في جذب وتنمية الودائع المصرفية .

3- اقتراح توصيات من شأنها تطوير سياسة الودائع المتبعة لدى المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين، ومواجهة المشكلة في هذه السياسات لمواكبة المستجدات ودعم تمويل استثماراتها.

سادساً : أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع :

1. تبرز أهمية هذه الدراسة التي قد تساهم في معالجة مشكلة انخفاض حجم الودائع في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين، وتناقش العوامل المؤثرة في ذلك من ناحية السياسات والاستراتيجيات المتبعة لإدارة الودائع من خلال توفير البيانات اللازمة لإدارة المصارف، للتعرف على نقاط الضعف والقوة في هذه السياسات والاستراتيجيات، الأمر الذي سيساعد الإدارة على تطوير هذه السياسات لتقديم خدمة أفضل بحيث تحقق مستوى رضا أعلى للعملاء الحاليين واستقطاب المزيد من العملاء المحتملين، مما سينعكس إيجاباً على الوضع التنافسي للمصرف وعلى حصته السوقية وبالتالي تحقيق مستويات ربحية أعلى وهو الهدف الأساسي للمصرف في ظل أوضاع المنافسة في السوق المصرفي بين المصارف التجارية الوطنية والمصارف التجارية الوافدة .

2.شدة احتياج المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين لجذب ودائع العملاء، لتتمكن من ممارسة نشاطاتها في ظل الأوضاع السائدة .

3.هذه الدراسة ستكون المقدمة لإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث، التي من خلالها يمكن تعزيز مكانة المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية في السوق المصرفي الفلسطيني .

4. كما أن هناك العديد من الجهات التي يمكن ان تستفيد من الدراسة ونتائجها مثل :

أ- إدارة المصارف : تتبع أهمية هذه الدراسة بالنسبة لإدارة المصارف من كونها توفر البيانات اللازمة للتعرف على نقاط الضعف والقوة في السياسات المتبعة للودائع والتعرف على أهم العوامل التي تؤثر على العميل عند اختياره للمصرف للإيداع فيه ، الأمر الذي سيساعد الإدارة على تطوير هذه السياسات لتقديم خدمة أفضل بحيث تحقق مستوى رضى أعلى للعملاء الحاليين واستقطاب المزيد من العملاء المحتملين مما سينعكس إيجاباً على الوضع التنافسي للمصرف وعلى حصته السوقية وبالتالي تحقيق مستويات ربحية أعلى وهو الهدف الأساسي للمصرف .

ب- المساهمين : إن الاستفادة من النتائج المتوقعة لهذه الدراسة ستعمل على تحسين الأداء الأمر الذي سينعكس على أرباح المصرف وبالتالي زيادة الرصيد المالي لحملة الأسهم ، كذلك فإن هذه الدراسة ستكون المقدمة لإجراء المزيد من الدراسات والأبحاث التي من خلالها يمكن تعزيز مكانة المصارف في السوق المصرفي الفلسطيني ، الأمر الذي سينعكس على أرباح المساهمين .

3. هذه الدراسة قد تساعد سلطة النقد الفلسطينية في بلورة رؤية جديدة للسياسات والاستراتيجيات المطبقة في المصارف الوطنية التجارية الأمر الذي يساعد في أداء مهماتها لرفع كفاءة الجهاز المصرفي الفلسطيني .

4. تضيف هذه الدراسة إلى البحث العلمي موضوع جوهرى في بيئة لم يسبق أن تمت دراستها إذ تفتقر المكتبات المحلية لمثل هذه الدراسات حيث أنها على حد علم الباحثة الدراسة الأولى من نوعها في فلسطين .

سابعاً : مجتمع الدراسة والعينة :

تهدف الدراسة إلى استطلاع آراء مدراء المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين حول سياسة الودائع التي يتبعونها ومدى جدواها في جذب ودائع العملاء، وحول الاستراتيجيات لجذب وإدارة هذه الودائع المصرفية، ويتكون مجتمع الدراسة من 312 مدير ونائب ورئيس قسم ونائب رئيس القسم، وهم الفئة ذات المستوى الإداري التي تؤهلهم مواقعهم القيادية والإشرافية من الوقوف على السياسات المتبعة في إدارة الودائع وآرائهم التي يمكن أن تساهم في تطوير السياسات، وبلغ عدد المصارف التجارية الوطنية 8 مصارف بواقع 55 فرع ، السياسات وهذه المصارف هي:

مجتمع الدراسة : الدراسة والعينة

جدول رقم (1)

اسم المصرف	عدد الفروع	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المستردة	نسبة الردود
المصارف الوطنية التجارية				
فلسطين المحدود	26	54	51	94.4%
التجاري الفلسطيني	5	24	19	79.1%
الاستثمار الفلسطيني	7	18	11	61.1%
القدس للتنمية والاستثمار	9	21	21	100%
العربي الفلسطيني للاستثمار	1	6	6	100%
فلسطين الدولي	4	12	12	100%
الرفاه	1	0	0	0%
المؤسسة المصرفية الفلسطينية	2	0	0	0%
المجموع	55	135	120	88.8%

(سلطة النقد الفلسطينية ، 2006)

الرفاه هو مصرف حديث التأسيس فقد تم فتحه في 2006م في مدينة رام الله، ولذلك سيتم استثنائه من عينة الدراسة .

والمؤسسة المصرفية الفلسطينية (مؤسسة مصرفية متخصصة) سيتم استثنائها من عينة الدراسة نظراً لأنها لا تقبل الودائع .

ب. عينة الدراسة:

تم أخذ عينة عشوائية مكونة من 135 عاملاً أي ما نسبته 43.26 % من مجتمع الدراسة وتم توزيع استبيانات عليهم.

ثامناً : منهجية الدراسة:

أ. منهجية التحليل :

قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي في إجراء الدراسة استناداً إلى طبيعة الموضوع وإلى الدراسات والمراجع العلمية والمعلومات التي تم الحصول عليها .

ب. منهجية جمع البيانات :

قامت الباحثة بجمع البيانات والمعلومات من خلال :

مصادر ثانوية :

الاستعانة بالبيانات والميزانيات الموحدة والمجمعة للبنوك العاملة في فلسطين، والقرارات والقوانين والتعميمات الصادرة عن سلطة النقد الفلسطينية بخصوص موضوع الدراسة.

مصادر أولية : وهي أساليب ميدانية من خلال استخدام الاستبانة المصممة خصيصاً لهذه الدراسة .

تاسعاً : أدبيات الدراسة :

أ_ مصطلحات ومفاهيم أساسية:

1. مفهوم السياسة :

هي مجموعة من القواعد توضع على مستوى عال من السلطة ، لكي توجه الفكر والقرارات التي تتخذ في المستوى الأدنى ، وبذلك فهي تخلصهم من ضرورة اتخاذ قرارات جديدة في المشاكل المماثلة ، وتعتبر بذلك مديراً يرد على أسئلة المرؤوسين بسرعة وتترك بذلك للرؤساء فرصة التفرغ للمشاكل الجديدة .(سويلم ، 1998 ، ص 204).

2. الودائع المصرفية :

هي اتفاق يدفع بمقتضاه المودع مبلغاً من النقود بوسيلة من وسائل الدفع ، ويلتزم بمقتضاه البنك برد هذا المبلغ للمودع عند الطلب أو حينما يحل أجله ، كما قد يلتزم بدفع فوائد على قيمة الوديعة (هندي ، 2002 ، ص 103)

3. مجموع الودائع الفلسطينية ويشمل :

أ- ودائع تحت الطلب " الودائع الجارية " .

ب-ودائع لأجل.

ج-ودائع التوفير .

4.العناصر التي تعتبر في حكم الودائع :

أ- مستحقات البنوك فقد تكون ودائع لأجل أو تحت الطلب .

ب-القروض التي حصل عليها البنك من البنك المركزي.

ج- الشيكات والحوالات المسحوبة على البنك والمستحقة الدفع .

د- الخطابات الدورية المستحقة الدفع .

5. نظرية إدارة الخصوم Liability Management Theory : وهي النظرية الحديثة، و
تركز الاهتمام في تبرير نشاط المصارف التجارية على جانب الأصول أو العمليات ،
فالنظرية تعترف بأن جانب الأصول وطبيعة تكوينه يؤدي دوراً هاماً في توفير واستمرارية
السيولة في المصرف ، ولكنها ترى في نفس الوقت أن السيولة تعتمد أيضاً على مصادر
التغذية الرئيسية والأساسية أي على الخصوم وبصفة خاصة الودائع .

6. السند الإذني :

تعهد بدفع مبلغ معين بمجرد - الاطلاع على التعهد أو في موعد آجل آخر لأمر شخص
آخر هو المستفيد (هندي، 2002 ، 115) .

7. إدارة محفظة الأوراق المالية للعميل :

قيام البنك بعمليات بيع أسهم وسندات يملكها العميل، أو شراء ما يحتاجه منها وكذا تحصيل
الأرباح والفوائد المتولدة عن تلك الاستثمارات (هندي، 2002، ص124).
وذلك بأن يصدر العميل تعليمات واضحة للمصرف بالقيام بالشراء نيابة عنه ويحدد العميل
السعر أو يضع حد أدنى وأعلى للسعر ، وفي حال الشراء يتم خصم القيمة من رصيده، وفي
حال البيع يتمكن من إضافة القيمة إلى رصيده ، ويتقاضى المصرف عادة عمولة على
عمليات الشراء والبيع نقل عما كان ينبغي على العميل دفعه، إذا لجأ إلى السماسرة في سوق
الأوراق المالية .

8. الفائدة الضمنية : Implicit Interest

مجموع الفوائد التي يحصل عليها الزبون على شكل خدمات من جراء إيداعه مبلغاً معيناً على شكل وديعة لدى المصرف (آل علي ، 2002، ص 148).

9.المصرف التجاري(مصرف الودائع) :

نوع من أنواع المؤسسات المالية التي يذكر نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان (هندي ، 1999م ، ص12).

أو هي البنوك التي تقوم بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لأجل محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي (حنفي ، 2002، ص 58).

10.السحب على المكشوف : ببساطة أن المصرف يسمح لصاحب الحساب الجاري بتجاوز رصيد حسابه الجاري (ناصر ، 1996 ، ص217).

11. الاحتياطي الإلزامي:

تفرض سلطة النقد الفلسطينية نسبة احتياطي نقدي إلزامي على كل نوع من أنواع الودائع المطلوب من المصارف الاحتفاظ بها لديها .

ب- الدراسات السابقة :

تهدف الدراسة إلى استطلاع آراء مدراء المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين حول سياسة الودائع التي يتبعونها، ومدى جدواها في جذب ودائع العملاء؟ و فيما يلي بعض الدراسات التي تتصل بموضوع البحث :

1. دراسة زعيتير (2006م) التي هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين، وكانت تغطي الفترة ما بين 1997م إلى 2004م ، واستخدمت نموذج معادلة الانحدار لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع ، وقد خرج الباحث بمجموعة من النتائج كان من أهمها :

- أ- وجود علاقة عكسية بين كل نسبة المخصص الخاص إلى إجمالي التسهيلات والربحية .
- ب - وجود علاقة طردية بين كل صافي الفوائد وحقوق الملكية ، وعدد الموظفين ، وعدد الفروع والربحية بمقاييسها .
- ج - وجود علاقة عكسية بين نسبة السيولة والربحية ، مقاسة بمعدل العائد على الموجودات
- د - وجود علاقة طردية بين كل من نسبة الأصول الثابتة إلى حقوق الملكية ، نسبة المديونية ، إجمالي الأصول والربحية ، مقاسة بمعدل العائد على حقوق الملكية .

وأوصت الدراسة المصارف التجارية العاملة في فلسطين بالعمل على تنويع استثماراتها من اجل زيادة الإيرادات وتقليل المخاطر ، تطوير واستحداث خدمات مصرفية يمكن من خلالها زيادة إيرادات المصارف التجارية ، والتركيز على جذب ودائع التوفير والتقليل من التركيز على جذب الودائع لأجل من اجل تخفيض تكلفة الودائع .

2. دراسة الرواشدة و آخرون (1999م) التي هدفت إلى قياس دور البنك الإسلامي الأردني في جذب المدخرات المكتنزة بشكل قياسي تحليلي، و غطت الفترة الزمنية من

1964-1993م وحاولت الدراسة إبراز دور البنك الإسلامي الأردني في تعبئة المدخرات

الوطنية، من خلال استخدام نموذج قياسي لتقدير طبيعة العلاقة بين حجم الودائع الادخارية (المتغير التابع) والمتغيرات المستقلة : الدخل الشخصي المتاح ، أسعار الفوائد ، مستوى الأسعار العام ، حوالات العاملين ، عدد السكان وعدد الفروع وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

أ- هناك علاقة طردية بين أسعار الفوائد وحجم الودائع الادخارية .

ب - هناك علاقة طردية بين حجم الودائع _ المتغير التابع _ وكل من المتغيرات المستقلة التالية : الدخل الشخصي ، عدد فروع الجهاز المصرفي في الخارج ، الميل الحدي للاستهلاك والتضخم .

ج - هناك علاقة عكسية بين عدد السكان وحجم الودائع الادخارية .

وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تعمل على زيادة حجم الودائع الادخارية .

3. دراسة بامخرمة (1992م) وهدفت إلى قياس الهيكل المصرفي في المملكة العربية السعودية وتأثيره على مؤشرات الأداء المصرفية ، وقد تعرضت هذه الدراسة إلى أهم ملامح الهيكل المصرفي في المملكة العربية السعودية، ويشمل ذلك الموارد (الودائع) ، تركيز المصرف الجديد دخولها ، ومدى تنوع الخدمات المصرفية المقدمة ، وقد خرجت الدراسة بنتائج من أهمها :

1. أن مستوى التركيز في النظام المصرفي السعودي منخفض نسبياً حتى الآن، وأن العامل الرئيسي الذي ساهم في هذا المستوى المنخفض هو عملية السعودة والفروع التي جلبت

كميات أعلى من الودائع التي كانت أقل الحجم غير المصارف السعودية كبيرة بوصفه حاجزاً للدخول إلى القطاع المصرفي.

2. أهم عامل للتأثير إيجابياً، وإيجاد ربحية القطاع المصرفي السعودي هو نسبة الودائع تحت الطلب إلى إجمالي الودائع الذي يعكس مدى الاقتصاديات المستخرجة من المصارف السعودية من جزء كبير مجانية أو منخفضة التكلفة لإقراض الأموال من إجمالي الودائع.

3. مخطط معين لتأمين الودائع قد يكون البديل الأفضل للترخيص لمصارف جديدة لتحقيق نفس الأهداف بدون الكثير من النتائج الضارة المحتملة للتركيز خاص بالهيكل المصرفي. وقد خرجت بتوصيات قيمة للرفع من أداء المصارف في المملكة العربية السعودية .

2. دراسة عامر (1989م) وهدفت إلى تحليل وقياس المقدرة الائتمانية للبنوك التجارية السعودية وخرجت بالنتائج التالية :

أ- هناك زيادة ملحوظة في المؤشرات الايجابية الدالة على نماء القطاع المصرفي التجاري السعودي من أهمها :

- زيادة الودائع لدى البنوك التجارية .
- تغير هيكل الودائع لديها لصالح الودائع الادخارية أو الزمنية .
- زيادة ملحوظة في نسبة رأس المال والاحتياطيات غير النظامية إلى كل من الخصوم والودائع .

- ب - القطاع المصرفي امتك مقدرة ذاتية على التوسع والانتشار الجغرافي .
- ج - هناك نمو ملحوظ في العادة المصرفية على نحو ما أوضحت مؤشراً نسبة المدفوعات بالشيك / جملة المدفوعات النقدية ، ونسبة الودائع الجارية / جملة وسائل الدفع .

وخرجت بمجموعة من التوصيات القيمة الكفيلة باستغلال إمكانيات الجهاز المصرفي على التوسع في تقديم الائتمان للمشروعات التي يتولاها الجهاز المصرفي ومن أهمها : حث الدولة على طرح سندات تنمية حكومية ، أو مضمونة منها ، لزيادة حجم التعامل في السوق المالية ، ولامتصاص فائض موارد البنوك التجارية ، واستقطاب ودائعها بالخارج .

التعليق على الدراسات السابقة :

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها الأولى من نوعها التي تعالج انخفاض حجم الودائع المصرفية كما أنها تسعى إلى تطوير السياسات والاستراتيجيات المتبعة في المصارف الوطنية التجارية الفلسطينية ، بالإضافة إلى ملائمة هذه الدراسة الحالية للظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بها الأراضي الفلسطينية .

وكانت الدراسات السابقة دراسات مقتصرة على جانب التسهيلات الائتمانية مهملة في الأساس جانب الودائع التي هي مصدر رئيسي للتسهيلات الائتمانية ، فتكاد الدراسات السابقة تتحدث عن الودائع بشئ من الاختصار والذكر فقط دون التطرق إلى أسباب وعوامل تتميتها وهذه الدراسة تركز على الودائع والعوامل المؤثرة في حجم الودائع والسياسات والاستراتيجيات لجذب الودائع المصرفية .

وهي مطبقة في بيئة لم يسبق لأحد من الباحثين التطرق إليها وهي المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين .

وانتفتت الدراسات السابقة مع هذه الدراسة الحالية في النقاط التالية :

1. دعت إلى التركيز على جذب ودائع التوفير، والتقليل من التركيز على جذب الودائع لأجل من أجل تخفيض تكلفة الودائع .
2. تطوير واستحداث خدمات مصرفية يمكن من خلالها زيادة إيرادات المصارف التجارية .
3. وجود علاقة طردية بين أسعار الفوائد وحجم الودائع الادخارية .
4. انتشار الوعي المصرفي في البنوك التجارية ولكن بشكل نسبي.
5. العمل على تأمين الودائع المصرفية وتطبيقه .

الفصل الأول

مقدمة عامة عن واقع الجهاز المصرفي في فلسطين .

المبحث الأول :

هيكل الجهاز المصرفي الفلسطيني .

المبحث الثاني : المصارف التجارية " مصارف الودائع " .

أولاً : ما هي المصارف التجارية .

ثانياً : وظائف المصارف التجارية.

المبحث الثالث : هيكل المطلوبات والموجودات في المصارف التجارية .

أولاً : هيكل المطلوبات في المصارف التجارية .

ثانياً : محددات هيكل المطلوبات في المصارف التجارية .

ثالثاً : هيكل الموجودات في المصارف التجارية .

رابعاً : أسس تشغيل موارد المصرف التجاري .

خامساً : التوفيق بين أسس تشغيل موارد المصرف التجاري .

المبحث الرابع : مصادر الأموال واستخداماتها للمصارف التجارية العاملة في فلسطين .

أولاً: مصادر الأموال في المصارف التجارية العاملة في فلسطين .

ثانياً : استخدامات الأموال في المصارف التجارية العاملة في فلسطين .

المبحث الأول

هيكل الجهاز المصرفي الفلسطيني

يتكون القطاع المصرفي في فلسطين بشكل أساسي من:

1. سلطة النقد الفلسطينية:

تأسست سلطة النقد الفلسطينية أواخر عام 1994م لبناء النظام المصرفي والنقدي وضمان استقراره وتشجيع النمو الاقتصادي للأراضي الفلسطينية .

2. المصارف التجارية:

يتكون القطاع المصرفي في فلسطين بشكل أساسي من المصارف التجارية التي تستقطب النسبة الأكبر من إيداعات الوحدات الاقتصادية وإيداعات الأفراد ، وهي بالتالي تحتكر توجيه الإيداعات نحو الأنشطة الاقتصادية المختلفة.

2- أ- المصارف الوطنية : وهي المصارف التي تأسست بترخيص من سلطة النقد الفلسطينية .

2- ب- المصارف العربية والأجنبية : وهي المصارف التي تأسست بترخيص من السلطات المصرفية في البلاد الأم ، وحاصلة على ترخيص من سلطة النقد الفلسطينية لمزاولة العمل داخل فلسطين .

3. المصارف الإسلامية:

تعمل في فلسطين ثلاث مصارف إسلامية هي: الإسلامي العربي، الإسلامي الفلسطيني، الأقصى الإسلامي، و تقوم هذه المصارف باستقطاب ودائع العملاء وتوجيه النشاط المصرفي وفق الشريعة الإسلامية.

عدد المصارف وفروعها :

بلغ عدد المصارف العاملة في فلسطين 22 مصرفاً ، بإجمالي فروع ومكاتب 142 .
وفيما يلي تفصيل لتلك المصارف التجارية وفروعها موزعة حسب جنسيتها حتى عام 2007م
(11) أحد عشر مصرفاً وطنياً :

مسلسل	اسم المصرف	تاريخ تأسيسه	عدد فروع
1.	فلسطين المحدود	1960	26
2.	التجاري الفلسطيني	1994	5
3.	الاستثمار الفلسطيني	1995	7
4.	الإسلامي العربي	1995	8
5.	القدس للتنمية والاستثمار	1995	9
6.	العربي الفلسطيني للاستثمار	1996	1
7.	فلسطين الدولي	1996	4
8.	الإسلامي الفلسطيني	1995	7
9.	الأقصى الإسلامي	1997	2
10.	المؤسسة المصرفية الفلسطينية	2001	2
11.	الرفاه	2006	1
	مجموع الفروع		72

وهي تستحوذ على 50 % من إجمالي عدد المصارف ، وعلى 50.7 % من إجمالي عدد الفروع والمكاتب ، مقابل 50 % تعود لأحد عشر مصرفاً وافداً ، تستحوذ على 49.29 % من إجمالي عدد الفروع والمكاتب ، أو 70 فرعاً ومكتباً موزعة على النحو التالي :

(8) ثمانية مصارف أردنية:

مسلسل	اسم المصرف	تاريخ تأسيسه	عدد فروع
1.	العربي	1994	22
2.	القاهرة عمان	1986	16
3.	الأردن	1994	8
4.	الأهلي الأردني	1994	5
5.	الإسكان الأردني	1995	5
6.	الأردن والخليج	1994	3
7.	الاتحاد للادخار والاستثمار	1995	1
8.	الأردني الكويتي	1995	1
مجموع الفروع			61

(2) مصرفان مصريان :

مسلسل	اسم المصرف	تاريخ تأسيسه	عدد فروع
1	العقاري العربي	1994	7
2	البنك الرئيسي للتنمية والاستثمار الزراعي	1996	1
مجموع الفروع			8

(1) مصرف أجنبي :

مسلسل	اسم المصرف	تاريخ تأسيسه	عدد فروع
2	HSBC للشرق الأوسط	1998	1
مجموع الفروع			1

(سلطة النقد الفلسطينية ، www.pma-palestine.org)

المبحث الثاني : المصارف التجارية " مصارف الودائع وهيكلها المالي "

أولاً : ما هية المصارف التجارية :

تعتبر المصارف التجارية مشروعات مصرفية من الدرجة الثانية في التسلسل الرئاسي للجهاز المصرفي ، ولا يسبقها في ذلك إلا البنك المركزي (شيحة ، 1996 ، ص 139)، وهي مشروعات رأسمالية ، هدفها الأساسي تحقيق أرباح بأكبر قدر ممكن، وبأقل تكلفة ممكنة، وذلك بتقديم خدماتها المصرفية وخلق نقود الودائع، تتعدد وتتنوع بقدر اتساع السوق النقدي ، وحجم المدخرات ، والنشاط الاقتصادي والمنافسة .

فهي تلك المصارف التي تقوم بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة، وهو ما يميزها عن غيرها من المؤسسات المالية ، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي . ودور المصارف التجارية بصفة أساسية هو قبول الودائع أيا كان شكلها ، ثم توظيف هذه الودائع في عمليات الإقراض والاستثمار ، كما أن خلق النقود نتيجة هامة لتعامل المصارف التجارية بالائتمان .

ثانياً : وظائف المصارف التجارية :

المصارف التجارية هي مصارف متخصصة في الخدمات المصرفية، ويتمثل دورها في الوساطة بين أفراد ترغب في ترتيب حقوق لها في المصرف التجاري، وأشخاص ترغب في ترتيب ديون عليها في المصرف ، ويقوم المصرف بالدفع مقابل استخدامه لهذه الحقوق ، ويحصل على أثمان مقابل خدماته المصرفية .

وبصفة عامة فهو يقوم بكافة الخدمات التجارية الجارية ، والتي ترتبط بتأدية النقود لوظائفها .

وهذه الخدمات تتحقق بعدة عمليات (شيحة ، 1995، ص ص 166 - 167) .

والتي من خلالها يترتب على المصرف التجاري حقوقاً تمثل أصوله أو موجوداته ، أو

يترتب عليه التزامات تعتبر خصوما عليه أو استخداماته ، ومجموع هذه الأصول

(الموجودات) والخصوم (المطلوبات) هي مكونات ميزانية المصرف التجاري .

وظائف المصرف التجاري تنقسم إلى قسمين رئيسيين هما :

- العمليات المصرفية العادية .

- خلق نقود الودائع .

أ- العمليات المصرفية العادية :

1- الحسابات المصرفية :

يترتب على عملية الإيداع فتح ما يسمى " الحساب المصرفي " ، وهو يحقق للمودع عدة

فوائد، ويحصل على خدمات مصرفية كثيرة، من أهمها: حيازة دفتر شيكات أو دفتر من نوع

خاص ، ويمكن أن يستخدمه في تسوية معاملاته ، ويحصل على فائدة عن أمواله المودعة في

الحساب وخاصة إذا كان هذا الإيداع يتعلق بحساب ادخاري طويل الأجل .

2- الائتمان :

وهو يعني الثقة ، ومنح المصرف التجاري لعميل ما ائتمناً معيناً يعني الثقة في مقدرة

العميل على سداد الائتمان .

وعملية الائتمان تنقسم إلى نوعين : (رمضان ، وجودة ، 1996) .

1. ائتمان في شكل تقديم قروض نقدية مباشرة أو إعطائه مقدمة على الحساب أو الدفع من

تحت الحساب بخصم كميالية لصالحه .

2. لا يقدم المصرف فيه أية أموال إلى عميله ، وإنما يمنحه الكفالة والضمان قبل الغير .

ب- خلق نقود الودائع :

تحدث عملية خلق النقود أو خلق الودائع الجارية في المصارف التجارية الفلسطينية عندما يقوم مصرف تجاري بإقراض جزء من موارده المالية المتاحة ، ثم يقوم المقرض أو المستفيد بإعادة إيداع القرض في إحدى المصارف التي يتكون منها الجهاز المصرفي . ويطلق على هذه الودائع بالودائع المشتقة لتمييزها عن الودائع الأصلية التي تتمثل في قيام أحد المودعين بإيداع نقود أو شيكات حصل عليها من طرق غير طريق الإقراض من وحدات الجهاز المصرفي .

وترجع قدرة المصارف التجارية الفلسطينية على خلق الودائع إلى سببين هما (عبد الله ، 1999م) :

1. الثقة في قدرتها على رد الوديعة في أي وقت .

2. وجود طلب على القروض التي تقدمها ، فالقروض التي تقدمها هي التي تخلق الودائع

وتتم عملية خلق الودائع من خلال :

أ- خلق الودائع بواسطة المصرف المفرد .

ب- خلق الودائع بواسطة المصارف مجتمعة (بواسطة الجهاز المصرفي) .

وحتى تتمكن المصارف التجارية مجتمعة، أو المصرف التجاري المنفرد ممارسة عملياتها الائتمانية والمالية ، ينبغي أن يتوفر لديها احتياطات نقدية أولية أو ودائع أولية ، وتحصل المصارف التجارية على هذه الاحتياطات من خلال مودعيها الذين يقومون بإيداع العملة لديها أو زيادة رأسمالها أو الاقتراض من سلطة النقد الفلسطينية أو بيع الموجودات المالية .

أهم العوامل المؤثرة في توليد الودائع المشتقة (آل علي ، 2002) :

1. مقدار الوديعة الأولية ، حيث كلما زادت ، زادت قدرة المصرف على الإقراض والاستثمار .

2. نسبة الاحتياطي القانوني تجاه الودائع ، حيث كلما زادت ، قلت قدرة المصرف على الإقراض .

3. الظروف الاقتصادية السائدة في المجتمع ، حيث انه في أوقات الرواج تزداد الودائع والقروض والعكس صحيح .

4. مدى تفضيل الأفراد الاحتفاظ بودائع جارية على الودائع الزمنية ولأجل ، حيث انه كلما زادت نسبة الودائع الجارية مقارنة بالودائع الزمنية ، زادت قدرة المصرف على توليد الودائع .

5. نسبة ما سيعود من القروض إلى المصرف على شكل وديعة مشتقة ، حيث كلما زادت نسبة التسرب من الوديعة الأصلية ، أو ما يليها من الودائع المشتقة إلى التداول ، أو إلى جيوب الأفراد ، قلت قدرة الودائع الجديدة المشتقة .

6. مدى رغبة المصارف وقدرتها على توظيف احتياطياتها النقدية الفائضة ، في الإقراض والاستثمار حيث انه كلما زادت رغبة المصارف ، وقدرتها على استخدام احتياطياتها الفائضة كلما زادت القدرة على توليد الودائع المشتقة .

7. مدى رغبة الأفراد والوحدات الاقتصادية في الإقراض ، حيث انه كلما زاد الطلب على القروض ، والى المستوى الذي يغطي هذه الاحتياجات الفائضة ، زادت قدرة المصرف على توليد الودائع الجديدة .

8. السياسة النقدية المتبعة ، إذ أنه كلما كانت السياسة النقدية التي يتبعها المصرف المركزي متشددة ، قلت قدرة المصارف على توليد الودائع .

المبحث الثالث

هيكل المطلوبات والموجودات في المصارف التجارية

أولاً : هيكل المطلوبات (الخصوم) في المصارف التجارية :

في هذه الدراسة تم تسليط الضوء على أهم بند من بنود هيكل المطلوبات في المصارف التجارية ألا وهو الودائع لمعرفة تصنيفها وأهميتها في الميزانية الموحدة للمصارف التجارية الوطنية وكيفية العمل على زيادتها وجذب المزيد من المودعين، لأنه من خلالها يؤمن المصرف السيولة والنقود اللازمة لتيسير معاملاته وعملياته التجارية .
وخصوم المصرف التجاري إذا طرحنا جانباً حساب رأس المال يتكون من الودائع المصرفية والاقتراض المصرفي .

ويرتبط نجاح إدارة أي مصرف بمدى قدرتها على توفير الهيكل المالي القوي للمصرف التجاري والتي يتمثل في هيكل المطلوبات (مصادر التمويل للمصرف) وهيكل الموجودات (استخدامات الأموال للمصرف) ، وهذا الهيكل يكون قادراً على استيعاب التغيرات التي تطرأ على التزاماته الحالية والمستقبلية وما يترتب عليها من خسائر، إن لم تستطع موجوداته على الإيفاء بهذه الالتزامات .

مكونات عناصر الخصوم (المطلوبات) في ميزانية المصرف التجاري :

المصادر الداخلية (الذاتية) للمصرف :

- رأس المال المدفوع : ويمثل قيمة الأسهم التي اكتتب فيها المساهمون ودفعت فعلاً وهو التزامٌ ودينٌ على المصرف قبل المساهمين .

والمصرف التجاري يتكون باكتمال رأس ماله ، ويختلف رأس المال المدفوع عن رأس المال المصرح به ، حيث أن الأول هو الذي يظهر في الميزانية السنوية المنشورة للمصرف التجاري ، أما الثاني فهو المبلغ الذي يسمح بطرحه للاكتتاب وفقاً للتصريح الرسمي بإنشائه وتذكر قيمته في النظام الأساسي للمصرف.

وقد يعادل رأس المال المدفوع رأس المال المصرح به أو جزءاً منه فقط .

ويعتبر رأس المال في المصرف عنصراً أساسياً وهاماً في الصناعة المصرفية حيث إنه يوفر الأموال اللازمة لتهيئة ظروف العمل وشراء ما يلزم المصرف من أصول بالإضافة الى جلب الموارد البشرية اللازمة لإدارة أنشطته المتنوعة والمختلفة .

وقد حدد Brenton C.Leavitt عضو مجلس محافظي بنك الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي

أربع وظائف لرأس المال المصرف (hempel&others, 1994, p266) :

1. حماية المودعين غير المؤمن على ودائعهم في حالة إعسار البنك أو تصفيته .
2. امتصاص ما قد يلحق بالبنك من خسائر غير متوقعة ، كما انه يوفر هامشاً نقدياً لزيادة الثقة في البنك لتمكينه من الاستمرار في نشاطه في ظل الظروف الصعبة .
3. توفير ما يلزم من أصول مادية وموارد بشرية للقيام بالخدمات المصرفية .
4. يستخدم رأس المال كأداة تنظيمية لكبح جماح التوسع غير المرغوب فيه في عناصر الأصول ، كأن تحدد نسبة إجمالي القروض إلى رأس المال ، أو تحدد نسبة الإقراض للعميل الواحد بما لا يجاوز نسبة من رأس المال .

ومن المعروف أن خطوط الائتمان التي يحصل عليها المصرف من المصارف الأخرى تتحدد على أساس نسبة من رأس المال .

وينقسم رأس المال إلى أربعة أقسام رئيسية :

1. الرصيد من رأس المال الأساسي ، ويتكون من قيمة الأسهم ، وتتصرف القيمة هنا إلى القيمة الاسمية .

2. الاحتياطات (الإلجارية والاختيارية):

أ- الاحتياطي القانوني أو الفائض ، وهو ما ينص عليه القانون من ضرورة توافره في حساب رأس المال . ويتم ذلك عن طريق تخصيص جزء من الأرباح لتدعيم رأس المال وحماية المودعين: (شيحة ، 1995 ، ص 150).

ويستمر هذا الاقتطاع في كل مرة توزع فيها الأرباح السنوية حتى يتعادل الاحتياطي القانوني مع رأس المال المدفوع .

ب- الاحتياطي الاختياري : وهو الاحتياطي الخاص الذي يكونه المصرف من تلقاء نفسه دون إلزام قانوني واقتطاع هذا الاحتياطي من الأرباح يحقق غرضين :

أ- ترسيخ متانة المركز المالي للمصرف أمام المودعين مما يدعو للإقبال عليه وبالتالي دفع عجلة نشاط المصرف وتوسيع نطاق عملياته

ب- تدعيم الاحتياطي القانوني لمواجهة أية خسائر يحتمل أن يتعرض لها المصرف لانخفاض القيمة السوقية لأصوله .

ويمكن إجمال بعض الأغراض من تكوين الاحتياطات بنوعيتها في الآتي (صادق ، 2001 ، ص 211)

- تكوين تأمين نقدي ضد تقلبات قيم أصول البنك التي يمتلكها .
- مباشرة البنك لنشاطات جديدة والدخول في مجالات تمويل مختلفة .
- مواجهة الخسائر التي تترتب على الديون المعدومة والديون المشكوك فيها

3. أرباح غير موزعة تودع في حساب رأس المال حسب ما تقرره إدارة البنك ونظامه الأساسي .

4. حسابات أخرى وهي حسابات خاصة ومنتوعة مثل بعض الأنصبة غير الموزعة على المساهمين ، وديون معدومة لصالح البنك .

وينظر إلى رأس المال كضمانة لسوء الإدارة أو التوظيفات غير الرشيدة أو أية خسائر تلحق بالمدعين .

المصادر الخارجية للمصرف التجاري (وهي المصادر الأهم) :

أ- الودائع :

تعبر عن حقوق المدعين قبل المصرف التجاري .

والودائع عبارة عن ديون مستحقة لأصحابها على ذمة المصارف التجارية ، وأن هذه الديون نقود يمكن استخدامها لإبراء الذمم أو الديون في الوقت نفسه ، علماً بأن الودائع لا تنشأ نتيجة لإيداع الأفراد لدى أموالهم فقط ، وإنما أيضاً نتيجة لإقراض المصارف للأفراد (عبد الله ، 1999 ، ص 245) .

ب- المصادر الخارجية الأخرى :

1. تمثل المبالغ المقترضة : المصدر الثاني من مصادر التمويل الخارجية للمصارف

ومورد هام من موارد المالية ، فكما تقوم المصارف التجارية بعمليات الإقراض

والانتماء فإنها تلجأ إلى الاقتراض من المصارف الأخرى أو من المصرف المركزي في

حالة احتياجها للسيولة .

وتتنوع هذه المصادر لتشمل الاقتراض من المصرف المركزي ، المصارف التجارية

الأخرى ، بيوت المال ، ويتوقف تحديد الجهة المقرضة للبنك على عدة عوامل مهمة منها :

طبيعة القرض ، نسبة الفوائد المطلوبة ، مدى الحاجة الماسة للاقتراض ، المدة الزمنية ، 1. لمركز المالي للمصرف .

2. الشيكات والحوالات المستحقة الدفع .

3. حسابات المصارف الأخرى أو حسابات المراسلين ، وهي حقوق للمصارف الأخرى قبل المصرف .

4. حسابات صندوق ادخار الموظفين والضرائب المستحقة والفوائد على الودائع .

5. الالتزامات الاحتمالية أو العرضية أو البنود خارج الميزانية :

بالرغم من عدم إدراجها ضمن بنود الميزانية، إلا أنها التزامات احتمالية قد تتحول في يوم ما إلى التزامات فعلية مثل خطابات الضمان التي يصدرها المصرف، والتي قد تتحول إلى

التزام عليه إذا عجز العميل الصادر لحسابه الضمان الوفاء بالتزاماته ، ومثل التزام المصرف بتعويضات قانونية لم يبت فيها بحكم نهائي .

6. تأميمات نقدية مقابل التزامات على المصرف التجاري مثل الاعتمادات المستندية والكفالات المصرفية .

ثانياً : محددات هيكل المطلوبات في المصارف التجارية:

1. الربحية :

زيادة اعتماد المصرف على تمويل استثماراته بأموال الغير يؤدي إلى تعظيم ثروة الملاك

مع الأخذ بعين الاعتبار توظيف هذه الموارد التوظيف الملائم بإيجاد قنوات استثمارية

مضمونة الربح .

2. المخاطر :

هدف تعظيم ثروة الملاك يتطلب التوفيق بين فرص العائد العالي ومقدار المخاطر المترتبة عليه ، إذ أن اعتماد المصرف على أموال الغير لزيادة موارد المالية تقلل من ملاءة رأس المال وبالتالي زيادة المخاطر على رأس المال .

3. تكلفة الأموال :

وتتمثل في الفائدة الصريحة والضمنية التي يدفعها البنك للمودعين ، أما تكلفة رأس المال والأرباح المحتجزة تمثل تكلفة فرصة بديلة للمستثمرين ، ومن المؤكد أن ذلك العائد الذي يمثل تكلفة رأس المال والأرباح المحتجزة للمصرف يفوق تكلفة الودائع، أما بالنسبة لتكلفة الاقتراض، فمن المتوقع أيضا أن تفوق تكلفة الودائع لأن المقترضين عادة ما يتعرضون لمخاطر أكبر ، فإذا أفلس المصرف فإن حقوق الدائنين تأتي في المرتبة الثانية بعد حقوق المودعين .

4. الطاقة الاستثمارية :

وهي حجم الأموال المهيأة للاستثمار فيها ، وتنص التشريعات المصرفية على ضرورة احتفاظ المصارف التجارية بحد أدنى من الودائع لدى البنك المركزي كاحتياطي قانوني نقدي ، ومن المعروف أن نسبة الاحتياطي على ودائع التوفير ولأجل تكون اقل من الودائع الجارية ، وبالتالي تكون الطاقة الاستثمارية التي توفرها ودائع التوفير ولأجل اكبر من التي توفرها الودائع الجارية .

5. أجل الاستحقاق :

بصفة عامة تفضل المصارف التجارية الودائع طويلة الأمد، لأنها تمكن المصرف من استثمارها استثمار مربح دون تعرضها لاحتمالية السحب المفاجئ ، ومن هنا كلما شكلت الودائع لأجل، وودائع التوفير نسبة كبيرة من موارد المصرف كلما أدى ذلك إلى زيادة استثمار أعلى نسبة ممكنة من موارد المصرف ، لان هذه الودائع تتميز بقدر كبير من الاستقرار والثبات، والمرونة التمويلية لا تستطيع الودائع الجارية توفيرها لعدم استقرارها نتيجة استحقاقها عند الطلب .

6. سمعة المصرف :

تشير إلى مراعاة عدم تعريض سمعة المركز المالي للمصرف التجاري إلى التشكيك ، فقد يعتقد البعض أن لجوء المصرف للاقتراض من غيره مؤشراً على ضعف سيولته لذلك لا يلجأ المصرف إلى الاقتراض من غيره إلا في حالة الضرورة الملحة ويلجأ بدلاً من ذلك بالتركيز أكثر على سياسة جذب الودائع، أو من خلال بيع أوراقه المالية التي تتكون منها محفظته الاستثمارية في السوق المالي .

7. تقييم أداء المصارف التجارية في تنمية مواردها المالية:

ويتم ذلك من خلال ما يلي :

- قياس مدى قيام المصرف بدعم موارده الذاتية .
- قياس مدى مساهمة المصرف في تجميع الودائع .
- قياس مدى مساهمة المصرف في تجميع مدخرات الأفراد عن طريق مقارنة الحركة في قيمة مدخرات قطاع الأفراد وعلى مستوى كل نوع من أنواع هذه المدخرات .

- مدى نشاط المصرف في نشر الوعي المصرفي واجتذاب عملاء جدد مع الاحتفاظ بالمودعين الحاليين .

- العمل على اجتذاب كبار العملاء لأنهم مصدر أرباحه ، ومثل هذا الاهتمام الخاص لا يعمم على جميع العملاء .

ثالثاً : هيكل موجودات (استخدامات) المصرف التجاري :

وعن طريقها يقوم المصرف التجاري بتوظيف واستخدام ما حصل عليه من مصادر الاموال في أوجه الاستعمال المختلفة والتي تكون أصوله .

يمثل هيكل الموجودات الشق الثاني من الهيكل المالي للمصارف التجارية ، ويشير الى العملية التي يتم بمقتضاها توزيع الموارد المالية المتاحة للمصرف على بنود الاستخدام المختلفة، والتي تمثل الجانب الأيمن من الميزانية العمومية والتي تصنف على حسب سيولتها كالتالي :

1. الأصول ذات السيولة الكاملة :

وتتضمن العملات النقدية سواء المحلية أو الأجنبية وهي :

أ- النقدية في الخزينة :

وتشمل كافة العملات سواء كانت عملات وطنية أو أجنبية وعادة ما يحتفظ بقدر هذه الأموال في الخزينة لمواجهة طلبات العملاء أصحاب الودائع الجارية ، واستجابة لمتطلبات السلطات الرقابية، التي توجب على المصارف الاحتفاظ بنسبة معينة من النقدية في خزينتها لمواجهة متطلبات أصحاب المسحوبات الفورية، وبما يتناسب مع حجم وودائعهم من العملات المختلفة .

ب- النقدية لدى المصرف المركزي :

وهي تعتبر كإحتياطي نقدي قانوني من ودائع العملاء وتحدده القوانين النقدية والمصرفية بنسبة محددة ، ويحتفظ المصرف المركزي بهذه الأموال لديه ولا يتقاضى المصرف التجاري أي عوائد عليها ، إلا أنها تعتبر الملجأ الأخير في حالة الحاجة إليها .

ج- النقدية لدى المصارف الأخرى :

وهي ودائع تقوم المصارف بإيداعها لدى مصارف أخرى كتوظيفات للأموال الفائضة وتتقاضى عليها عوائد ويمكن سحبها خلال الحاجة إليها وخلال فترة قصيرة .

1. الأصول ذات السيولة العالية :

ويغلب عليها السيولة أكثر من الربحية ، وتوظيفها يكون قصير الأجل وذلك على النحو التالي :

أ- القروض قابلة للاستدعاء عند الطلب :

وهي تمنح لبيوت الخصم المتخصصة في الأوراق المالية ، والتي تحتاج إلى سيولة عالية لتيسير معاملاتها لعدة أيام أو أسابيع ، ويسمح هذا التعامل للمصرف استرداد أمواله عند الضرورة .

ب- السندات قصيرة الأجل :

وهي وجه من توظيفات المصرف التي تقتصر فترته على أشهر قليلة مثل أذونات الخزينة . كما تشمل أيضاً السندات قصيرة الأجل، التي يتم تداولها في الأسواق والبورصات العالمية ، وتتمتع بتصنيفات عالمية عالية وأجال استحقاقها قصيرة، ويمكن بيعها في السوق في أي وقت.

ج- السلفيات :

وهي ائتمان قصير الآجل يوجه إلى الأنشطة سريعة الدوران ، ونظراً لقصر فترتها الزمنية فان المصرف يوزعها على فترات متقاربة من مودعيه المختلفين .

د- خصم الكمبيالات :

وهي خصم الكمبيالات المستحقة على الأفراد قبل مواعيد استحقاقها ، مقابل خصم جزء منها كعائد للمصرف ، وبهذا الشكل تمثل قرض قصير الآجل ، كما أن المصرف يمكنه إعادة خصمها لدى المصرف المركزي عند الضرورة .

هـ- الاعتمادات المستندية :

وهي نوع من الائتمان قصير الآجل ، يستخدم في المعاملات التجارية الخارجية ، بان يقوم المصرف بدور الوسيط بين المستورد في الداخل وبين المصدر في الخارج ، لاختلاف المنطقة الجغرافية

2. الأصول ذات السيولة المنخفضة أو الجامدة :

وهي أصول تخصص لأغراض تحقيق عائدات عالية ، لذلك يسعى المصرف لتوظيفها في أغراض ذات مدة طويلة ، فيتمكن المقترض من الاستفادة منها على نمو أفضل من الاستعداد لدفع عائد اكبر ، ومن أمثلة هذه الأصول :

أ- القروض والجاري المدين متوسطة وطويلة الآجل التي تمنح للمقترضين ويراعى عند منح هذه الائتمانات عدة عوامل من أهمها : حجم العوائد المتوقعة للمصرف ، ملاءة العملاء المقترضين ، الجدوى الاقتصادية للمشاريع المقدمة ، التدفقات النقدية المتوقعة ، الضمانات وغيرها ، وتشكل نسبة كبيرة جداً من بنود الموجودات لدى المصرف التجاري ، بل تعتمد

بشكل أساسي في تحقيق الربحية، كما انه لها عوائد مجزية وهي موجودات قليلة السيولة فلا يمكن الطلب من المقترضين سداد القروض إلا عند استحقاقها .

ب- الأوراق المالية (غير المتداولة) والسندات طويلة الأجل : حيث أن المصرف يلجأ أحياناً للاستثمار في أسهم بعض الشركات لفترات طويلة الأجل عند وجود فوائض نقدية لديها، لتمتلك أسهم شركات تجارية بغرض الاستثمار، والاستفادة من توزيعات الأرباح لتلك الشركات على مدار سنوات مالية متعددة ، أو تستثمر في أسهم شركات مساهمة غير متداولة في الأسواق المالية للاستفادة من توزيعات الأرباح أيضاً ، وهي غالباً ما يصعب تحويلها إلى نقدية لعدم تداولها في السوق ، كما أن المصارف التجارية قد ترغب في تملك سندات طويلة الأجل للاستفادة من الكوبونات التي يتم تحصيلها خلال فترة التملك أو الاستفادة من قيمتها الإضافية في حال استحقاق اجلها .

ج- الاستثمارات في الأصول الثابتة من عقارات وأراضي :

وهذه الاستثمارات تقسم إلى ثلاثة أقسام هي :

أ- أصول ثابتة بغرض الاستخدام :

وهي أصول يمتلكها المصرف للاستخدام في ممارسة أعماله المصرفية مثل المبنى والأجهزة والخزائن والأثاث وغيرها .

ب-أصول ثابتة بغرض الاستثمار :

وهي تملك المصرف لأراضي ومباني وعقارات بغرض بيعها في المستقبل للحصول على أرباح مجزية تتناسب مع المخاطر التي تحملها هذه الاستثمارات .

ج- أصول ثابتة ألت إليه نتيجة تعثر بعض المقترضين :

وهي تمثل ضمانات للتسهيلات الائتمانية الممنوحة للمصرف لتعثر بعض المقترضين ، فيقوم البنك بامتلاكها بغية بيعها وتحقيق أرباح مناسبة لها خاصة بأنه يمتلكها بأثمان زهيدة .

رابعاً : أسس تشغيل المصرف التجاري :

تشغيل المصرف للأموال التي يحصل عليها تعتبر الوظيفة الثانية للمصرف التجاري بعد وظيفة قبول الودائع لتحقيق أهدافه الموضوعية من بقاء ونمو وزيادة ثروة مالكيه والنهوض بالمجتمع عن طريق تقديم خدمات نافعة له والمساعدة في مشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

ولابد هنا من مراعاة ثلاث أسس وهي :

أ- الربحية :

هدف كافة المشروعات بكافة أنواعها المالية وغير المالية في النهاية هو تحقيق الأرباح وتعظيمها ، غير أن تعظيم الأرباح في المصارف التجارية عملاً تقيده اعتبارات عديدة بالإضافة إلى الاعتبارات الاعتيادية التي تقيده المشروعات الأخرى ، فالاحتفاظ بقدر كاف من السيولة والسعي نحو الاستخدام الآمن للأموال وضمن حقوق المودعين قيود إضافية تحد من تعظيم الأرباح في المصرف التجاري .

وتتويج إيرادات المصرف يعتبر مؤشراً جيداً على كفاءة إدارة المصرف في مجال تعظيم الربحية وتقليل المخاطر .

وضبط التكاليف كمدخل لزيادة الربحية تعتبر مؤشراً على كفاءة إدارة المصرف، ويمكن تقليل التكاليف من خلال توجيه موارده نحو الاستثمارات التي تكون إيراداته (أو جزء من إيراداتها) معفاة من الضريبة ، الأمر الذي سنعكس بالإيجاب على ربحية المصرف التجاري .

ب- السيولة :

من أهم السمات التي تميز عمل المصارف التجارية عن منشآت الأعمال الأخرى هي السيولة ، فبمجرد ظهور إشاعة عن عدم توفر سيولة لدى المصرف كفيلة بأن تزرع ثقة المودعين ، وتدفعهم للسحب المفاجئ مما قد يعرض المصرف إلى الإفلاس الحقيقي .

وتكتسب السيولة أهمية خاصة حيث تكون التدفقات النقدية من وإلى المصرف ضخمة مقارنة بقاعدة رأس المال ، بالإضافة إلى صعوبة التوقع بحجم وتوقيت انسياب الأموال خارج المصرف ، وهذا يشكل تحدياً للإدارة ، حيث يتوجب عليها العمل على تعزيز سيولتها النقدية .

وتأتي سيولة الموجودات من مصدرين هما :

1. الاستحقاق : فكلما قصر استحقاق الأصل زادت سيولته .

2. إمكانية بيع الأصول :

حيث تعتبر إمكانية بيع الأصل في السوق الثانوي المصدر الأخر لسيولة الموجودات .

ج- الضمان :ويقصد بها ضمان حقوق المودعين :

حيث يتسم رأس مال المصرف التجاري بالصغر، وهذا يعني صغر حافة الأمان بالنسبة للمودعين الذي يعتمد المصرف على أموالهم للاستثمارات والتوظيفات في المصرف ولهذا يسعى المصرف نحو ضمان استثماراته بشكل مختلف جوهرياً عن السعي نحو الضمان في أي مؤسسات ومشاريع أخرى ، فالمصارف تستخدم أموال الغير في عمليات التمويل والاستثمار ، لذا فهي معنية بكسب ثقة عملائها المودعين لحفزهم على الاستمرار في الإيداع

لديه دون تعريض ودائعهم للخطر ، ولا يكتفي فقط بحماية الحكومة لهذه الودائع من خلال المصرف المركزي.

بالإضافة إلى التشدد في منح الائتمان ، وطلب الضمانات والرهنات المختلفة من المقترضين لحماية حقوقها ، فإنّ المصارف تسعى نحو تقليل مخاطر الاستثمار وضمان حقوق ودائعها من خلال وسيلتين هما :

1. الموازنة بين آجال استحقاق كل من مصادر الأموال وبين آجال استحقاق التسهيلات

الائتمانية التي تقدمها .

2. الاحتفاظ بقدر واف من رأس المال.

رابعاً : التوفيق بين أسس تشغيل موارد المصرف التجاري :

تختلف المصارف التجارية عن الوحدات الاقتصادية في أن مواردها المالية التي تستثمرها تستمد من ودائع العملاء وأنها تحت الطلب ، فإذا لم يستطع المصرف مقابلة عمليات السحب المفاجئة فإنه يقع في مأزق كبير ، وعلى ذلك عليه أن يحتفظ بسيولة مناسبة ومن هنا يظهر التناقض بين تعظيم الربحية وتوفير السيولة اللازمة ، فالأصول الكاملة السيولة لا تدر عائداً ، على عكس الأصول ذات العائد كالقروض والاستثمارات ذات صعوبة نسبية في تحويلها إلى سيولة كاملة ، كذلك فإن الميل التصاعدي للفائدة المدينة والدائنة يجعل المصرف ميالاً إلى توظيف أكبر قدر من موارده ، لإرتفاع تكلفة الموارد المحتفظ بها على شكل كامل السيولة ، بالإضافة إلى الارتفاع المضطرد في باقي بنود أداء الخدمات المصرفية والعمل المصرفي ، ومن البديهي انه كلما شكلت الودائع لأجل نسبة كبيرة من موارد المصرف ، كلما زادت أعباءه لارتفاع قيمة الفوائد المدفوعة ، وكلما عمل على زيادة توظيف واستثمار بأعلى نسبة

ممكنة من موارده ، تغطية لهذه الأعباء لتحقيق فائض ربحي مقبول ، خاصة وان هذه الودائع تتمتع بالاستقرار .

إن الزيادة في السيولة تؤدي إلى تقليل الربحية، ويعكس عدم كفاءة المصرف في إيجاد قنوات استثمارية لتوظيف ما تجمع لديه من أموال ، أما نقصان السيولة يؤدي إلى ارتفاع درجة المخاطر لدى المصرف وعدم قدرته على الوفاء بالتزاماته في الوقت المناسب، وتحقيق خسائر جسيمة له ويضعف ثقة المودعين فيه ، وفي الجانب الآخر فان المبالغة في السعي نحو الضمان بمختلف مقاييسه قد يفوت عليه فرصاً استثمارية مربحة ، الأمر الذي يقلل من ربحيته .

ومن هنا تبدو صعوبة المحافظة على المعايير الاستثمارية في حالة توازن ، ويبدو أثرها الكبير على السياسة الاستثمارية لأي مصرف ، مما يستدعي إستخدام نظرية إدارة المحفظة الاستثمارية أو السياسة الائتمانية .

وهي تقوم على اختيار أفضل المحافظ الاستثمارية التي تعطي أكبر قدر ممكن من العوائد عند نفس الدرجة من المخاطر .

يلاحظ مما سبق أن موضوع إدارة الموجودات والمطلوبات يلقي اهتماماً متزايداً في عالم المصارف وذلك بسبب أهميته الكبيرة في تحسين الأرباح، فمن المعروف أن الأرباح تأتي من ثلاثة مصادر هي (srinivasulu , 1997) :

1. جانب الموجودات : من خلال تقديم قروض واستثمارات بمعدل فائدة أعلى من كلفة الأموال .

2. جانب المطلوبات : من خلال حصول المصرف على أموال أدنى من كلفة الأموال .
3. إدارة الموجودات والمطلوبات : من خلال تحويل مخاطر السوق ، ويتم ذلك من خلال الاقتراض لمدة ثلاثة شهور والإقراض لمدة ستة شهور بدلاً من إقراضها لمدة ثلاثة شهور وذلك عن طريق استخدامه لخاصية التوزيع .

المبحث الرابع

مصادر الأموال واستخداماتها للمصارف التجارية العاملة في فلسطين

أولاً : مصادر الأموال في المصارف التجارية العاملة في فلسطين .

ثانياً : استخدامات الأموال في المصارف التجارية العاملة في فلسطين.

أولاً : مصادر أموال المصارف التجارية في فلسطين واستخداماتها :

مقدمة :

تهتم المصارف التجارية _ في إطار سعيها نحو تحقيق الأرباح _ بتمتية كل من مواردها واستخداماتها المالية فتلجأ إلى زيادة حصتها السوقية من الودائع المصرفية التي تعتبر المورد الرئيسي، الذي تعتمد عليه لتمويل عملياتها المصرفية ، وذلك من خلال تبني السياسات التي تكفل تنمية الودائع عن طريق زيادة الانتشار الجغرافي، بفتح فروع جديدة في أماكن ملائمة ، وكذلك تقديم خدمات مصرفية متنوعة وعصرية لأصحاب الودائع المصرفية تمكنهم من السحب والإيداع، والاستفادة من مزايا خدمات المصرف ، والعمل على زيادة الوعي المصرفي والاستثماري في المجتمع بغية تشجيع التعامل مع المصرف ، والعمل على استحداث خدمات مصرفية تتناسب مع ثقافة المجتمع كافتتاح الفروع للمعاملات الإسلامية .

ومن خلال استعراض الميزانية العمومية المجمعة للمصارف التجارية العاملة في فلسطين نلاحظ أن حجم المصادر والاستخدامات لها قد نمت برغم الظروف السياسية والاقتصادية التي تمر بها فلسطين فهي في نمو مستمر رغم تأثرها الواضح بانقفاضة الأقصى عام

2000م ، والتي بدت آثارها واضحة على بيانات 2001 م والجدول التالي يوضح الأمر

أولاً : مصادر الأموال في المصارف التجارية العاملة في فلسطين :

جدول رقم (2)

تطور مصادر أموال المصارف التجارية العاملة في فلسطين واستخداماتها :

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
مصادر الأموال	2200.35	2907.55	3336.65	3857.40	4594.20	4422.66	4268.76	4729.00	5113.58	5601.4	5357.75
الفرق	-	707.20	429.10	520.75	736.8	-171.99	-153.90	460.24	384.58	487.82	-243.65
نسبة التغير	-	32.14%	14.8%	15.60%	19.1%	3.7%	3.47%	10.78%	8.13%	9.5%	4.34%

بيانات التقارير السنوية والميزانيات المجمعة للمصارف الصادرة عن سلطة النقد الفلسطينية خلال الفترة 1996 - 2006 ، وتم حساب النسب والفروقات بتصريف من الباحثة .

من جدول رقم (2) نلاحظ تحسن ملحوظ في أداء المصارف التجارية الفلسطينية ، حيث تلعب المصارف دور الوسيط بين المدخرين والمستثمرين في تعبئة المدخرات الوطنية والأجنبية على حد سواء، ومن ثم توجيهها إلى مختلف استخداماتها ، في ظل مراعاة أسس تشغيل المصارف (الربحية ، السيولة ، المخاطرة) ، ومع تزايد ثقة المواطنين في المصارف العاملة في فلسطين ، تمكنت خلال عام 2005 من استقطاب مزيد من الأموال المتاحة، حيث تمثل في زيادة اجمالي أصولها (مصادر الأموال) إلى 5601.4 مليون دولار ، بارتفاع مقداره 487.9 مليون دولار ، ونسبته 9.5% مقارنة مع نمو بحوالي 8.1% في عام 2004

مطلوبات الميزانية الموحدة للمصارف العاملة في فلسطين

جدول رقم (3)

مليون دولار أمريكي

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
148.24	172.16	146.49	112.04	104.74	88.38	118.52	143.4	97.61	125.36	100.45	ودائع سلطة النقد
131.71	141.26	200.89	357.80	186.08	228.92	228.17	116.88	163.79	99.51	59.66	ودائع المصارف العاملة في فلسطين
4032.07	4190.21	3957.77	3624.43	3430.09	3398.86	3506.89	2875.14	2414.71	2090.14	1711.31	ودائع العملاء لدى المصارف العاملة في فلسطين
67.31	108.86	44.57	51.97	27.23	254.43	273.44	230.13	265.61	242.36	101.3	المطلوبات الأجنبية
528.78	572.64	307.37	223.51	192.70	208.33	250.06	245.59	222.22	216.18	136.99	رأس المال
449.64	416.29	456.29	359.42	287.91	243.78	217.12	146.23	172.72	134.00	90.65	المطلوبات الأخرى
5357.75	5461.90	5601.42	5113.58	4729.00	4268.76	4422.66	4594.20	3857.40	3336.65	2200.35	مجموع المطلوبات

(سلطة النقد الفلسطينية ، الميزانية الموحدة للمصارف العاملة في فلسطين ، 2006 م)

يلاحظ من الجدول السابق تطور المصادر النوعية لأموال المصارف التجارية العاملة في فلسطين خلال الفترة 1996-2006 ، فيبرز أهمية الودائع بشقيها سواء كانت للعملاء أو للجهاز المصرفي ، فهي المصدر الأساسي لتمويل العمليات المصرفية التي تقوم بها المصارف التجارية .

ودائع العملاء المقيمين تشمل :

1. ودائع القطاع العام والسلطات المحلية .
2. السلطة الوطنية الفلسطينية .
3. العملاء الآخرين المقيمين .

وتشمل المطلوبات الأجنبية :

4. ودائع العملاء غير المقيمين .
5. ودائع المصارف العاملة خارج فلسطين .
6. بنود دائنة تحت التنفيذ (المصارف في الخارج وغير المقيمين) .

رأس المال ويشمل :

1. رأس المال المدفوع .

احتياطي قانوني أو الاحتياطي الإلزامي:

تفرض سلطة النقد الفلسطينية نسبة احتياطي نقدي إلزامي على كل نوع من أنواع الودائع

المطلوب من المصارف الاحتفاظ بها لدى سلطة النقد الفلسطينية .

2. احتياطات أخرى ومخصصات .

3. أخرى .

ثانياً : الأهمية النسبية لمطلوبات الميزانية الموحدة للمصارف العاملة في فلسطين :

جدول رقم (4)

البند	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ودائع سلطة النقد	4.57%	4.31%	2.93%	3.72%	2.58%	2.00%	2.45%	2.37%	2.86%	3.07%	2.77%
ودائع المصارف العاملة في فلسطين	2.71%	3.42%	4.91%	3.03%	4.97%	5.18%	4.36%	7.57%	3.93%	2.52%	2.46%
ودائع العملاء لدى المصارف العاملة في فلسطين	77.77%	71.89%	72.37%	74.54%	76.33%	76.85%	80.35%	76.6%	77.4%	74.8%	75.26%
المطلوبات الأجنبية	4.60%	8.34%	7.96%	5.97%	5.95%	5.75%	0.64%	1.10%	0.87%	1.94%	1.26%
رأس المال	6.23%	7.44%	6.66%	6.37%	5.44%	4.71%	4.51%	4.73%	6.01%	10.2%	9.87%
المطلوبات الأخرى	4.12%	4.61%	5.18%	3.79%	4.73%	5.51%	6.74%	7.60%	8.92%	7.43%	8.39%
مجموع المطلوبات	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(سلطة النقد الفلسطينية ، العدد 96 ، 2006) .

يلاحظ من الجدول السابق بأن ودائع العملاء هو العنصر الأساسي لمصادر التمويل في المصارف التجارية العاملة في فلسطين حيث بلغت الأهمية النسبية نسبة تتراوح بين 77.77% إلى 74.8% من مصادر الأموال للمصارف التجارية خلال الفترة 1996-2005، ومن الملاحظ أن الأهمية النسبية لودائع العملاء قد تراجعت إلى 74.8% مقارنة مع 77.4%، وان الأهمية النسبية لحقوق الملكية ارتفعت إلى 10.2% من مجموع هذه المصادر .

وفيما يلي أهم بنود المطلوبات :

1- ودائع العملاء:

الوديعة : " تلك المبالغ المصرح بها في أي عملة كانت والمودعة لدى المصرف والواجبة التأدية عند الطلب ، أو بعد إنذار أو في تاريخ استحقاق معين . " (آل علي ، 2002، ص 135)

ويمكن النظر إلى الوديعة على أنها اتفاق يدفع بمقتضاه المودع مبلغاً من النقود بوسيلة من وسائل الدفع ويلتزم بمقتضاه البنك برد هذا المبلغ للمودع عند الطلب أو حينما يحل أجله ، كما يلتزم بدفع فوائد على قيمة الوديعة . (هندي ، 1999، ص 103) .

و هناك أموالاً تودع في المصارف ولكنها لا تعتبر ضمن الودائع وهي " ما في حكم الودائع " (آل علي ، 2002، ص135)

1. الأموال المودعة بالعملة المحلية لقاء فتح الاعتمادات المستندية .
2. الأموال المودعة لقاء إصدار الكفالات المصرفية .
3. الأموال المودعة بالعملات الأجنبية لدى المصارف المحلية كغطاء للاعتمادات المفتوحة .

4. الأموال التي أودعها أحد فروع مصرف معين لدى فرع آخر من المصرف نفسه .
- والودائع المصرفية هي ودائع قانونية ناقصة ، تكون أقرب شكلاً إلى القرض ، لأن المصرف لا يلتزم بدفعها عند طلبها بنفس المظهر الذي أودعت به ، بل على شكل نقود قانونية أو إلزامية ، بغض النظر تقاضى فائدة عنها أم لم يتقاض ، ونتيجة لذلك لا يترتب للمودع أي امتياز عند إفلاس المصرف ، بخلاف الحالة في الوديعة القانونية .

وشهدت ودائع العملاء (مقيمين وغير مقيمين) في شهر تشرين آيار 2006 انخفاضاً بنسبة 1.90%، وبالرغم من ذلك كانت الأهمية النسبية لودائع العملاء من إجمالي

المطلوبات 73.6% وهي تدل على أن ودائع العملاء تشكل المصدر الرئيسي والأساسي من مصادر الأموال للمصارف التجارية .

2- ودائع المصارف العاملة خارج فلسطين:

سجلت هذه الودائع خلال شهر تشرين أيار 2006 انخفاضا كبيرا بنسبة 1.5% وبقيمة

83.60 مليون دولار لتتخف نسبة مساهمتها في إجمالي المطلوبات .

- تطور ودائع العملاء لدى المصارف التجارية العاملة في فلسطين :

جدول رقم (5)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ودائع العملاء	1711.31	2090.14	2414.71	2875.14	3506.89	3398.86	3430.09	3624.43	3957.77	4190.21	4032.07
الفرق	-	378.83	324.57	460.43	631.75	-108.03	31.23	194.34	333.34	232.44	-158.14
نسبة التغير	-	22.14%	15.53%	19.07%	21.97%	-3.08%	0.92%	5.67%	9.20%	5.87%	-3.77%

من الملاحظ من الجدول السابق بأن ودائع العملاء قد تراوح نموها من 22.14% إلى

5.87% من عام 1996-2005 وهو نمو في الانخفاض وترجع الأسباب إلى الوضع

السياسي والاقتصادي السائد في فلسطين .

التوزيع الجغرافي للودائع حسب نوع الوديعة : (سلطة النقد الفلسطينية، العدد 95 ، 2006)

جدول رقم (6)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

الفترة	الضفة الغربية			قطاع غزة			المجموع الكلي
	حسابات جارية	توفير	ودائع لأجل	حسابات جارية	توفير	ودائع لأجل	
1996	439.48	206.79	603.17	149.70	35.96	276.21	1711.30
1997	505.46	237.45	792.47	130.18	44.34	380.15	2090.14
1998	540.77	266.87	1004.85	151.97	45.58	404.66	2414.71
1999	582.70	310.36	1228.85	194.23	67.45	491.54	2875.14
2000	625.45	396.82	1484.55	253.97	68.19	677.91	3506.89
2001	622.87	414.01	1547.47	193.65	83.93	536.88	3398.81
2002	681.35	442.64	1554.10	207.40	94.88	449.85	3430.10
2003	890.28	500.65	1420.45	274.42	116.26	442.38	3624.43
2004	1043.20	609.23	1329.02	370.76	149.88	455.69	3957.78
2005	1128.72	656.07	1297.83	422.40	157.45	527.74	4190.21
2006	1060.27	730.40	1332.07	310.16	160.95	448.22	4032.07

بالنظر إلى تطور حجم ودائع العملاء خلال الفترة من 1996-2005 حسب التوزيع الجغرافي لنوع الوديعة يلاحظ أنه بالرغم من أن الجزء الأكبر من التزايد الذي طرأ على ودائع العملاء خلال عام 2005 جاء من قطاع غزة ، إلا أن تركيز هذه الودائع لازال واضحاً في الضفة الغربية التي استحوذت على حوالي 73.6 % من إجمالي ودائع العملاء بقيمة 3082.62 مليون دولار ، بارتفاع مقداره 101.2 مليون دولار ، ونسبته 3.4% ، مقارنة مع نمو بنحو 6.1% في عام 2004، في حين ساهم قطاع غزة بحوالي 26.4 من إجمالي ودائع العملاء ، وبقيمة 1107.6 مليون دولار ، بارتفاع مقداره 131.3 % ، مقارنة مع نمو 19.9 % في عام 2004.

وفي تفاوت حجم ودائع العملاء بين الضفة الغربية وقطاع غزة إشارة إلى التفاوت في عدد السكان ، مستوى الدخل ، البطالة ، الفقر ، إضافة إلى حجم الروابط الأسرية في الضفة الغربية مع العالم الخارجي والتي تعتبر مصدراً أساسياً للتحويلات المالية والدعم المالي .

وشهدت ودائع العملاء خلال العام 2005 بعض التغيرات في هيكلتها ، حيث ارتفعت الأهمية النسبية للودائع الجارية وودائع التوفير ، مقارنة مع الودائع لأجل ، ورغم تراجع الأهمية النسبية للودائع لأجل إلا أنها لا زالت لها حظ الأسد ، ونجحت المصارف في استقطاب المزيد من المدخرات في صورة ودائع جارية وودائع توفير ، حيث نسبة الودائع الجارية إلى إجمالي ودائع العملاء 37.0 % ، مسجلة تزايد بنسبة 9.7 مقارنة مع نمو بنسبة 21.4 % في عام 2004 ، وودائع التوفير ما نسبته 19.4 % من إجمالي ودائع العملاء ، متزايدة بمقدار 7.2 % مقارنة مع نمو بحوالي 23.1 % في عام 2004 .

ومن الواضح أن سياسات المصارف في استقطاب الأموال من العملاء كانت تستهدف الودائع الجارية وودائع التوفير ذات التكاليف المنخفضة أو شبه المعدومة ، من خلال الحوافز والجوائز التشجيعية ، أكثر من استهدافها الودائع لأجل ذات التكلفة الأعلى ، بدليل الاتجاه التصاعدي للأهمية النسبية لهذه الأنواع من الودائع ، إلا أن هذا النجاح قد يفسر على أنه إخفاقاً في جانب آخر من منطلق محدودية إمكانيات استخدام هذه الودائع ذات الأجل القصير في منح الائتمان والاستثمار طويل الأجل .

-تطور حجم ودائع العملاء حسب عملة الوديعة :

جدول رقم (7)

البيان	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
دولار أمريكي	711.97	1013.67	1470.41	1818.34	2180.43	2053.23	2119.85	2178.20	2269.42	2193.00	2159.19
دينار أردني	645.65	718.43	581.27	633.62	722.25	744.95	769.03	842.79	954.44	104.38	1041.88
شيقل إسرائيلي	338.88	333.24	343.43	387.49	536.73	535.28	456.22	512.29	569.53	73917	623.4
عملات أخرى	14.82	24.81	19.14	35.36	67.45	65.40	84.99	91.15	164.38	215.66	208.58
المجموع	1711.32	2090.15	2414.25	2874.81	3506.86	3398.86	3430.09	3624.43	3957.77	4190.21	4033.05

من الملاحظ أن ودائع العملاء خلال عام 2005 ارتفعت الأهمية النسبية لها بعملات الدينار الأردني ، والشيقل الإسرائيلي ، والعملات الأخرى ، مقابل تراجعها لودائع العملاء بعملة الدولار الأمريكي .

وعلى الرغم من تراجع الأهمية النسبية للودائع بعملة الدولار ، إلا أنها لا تزال تستحوذ على ما يزيد عن نصف إجمالي ودائع العملاء وبنسبة %52.3 حتى بعد تراجعها بقيمة 76.4 مليون دولار ، لتتخفف إلى 2142.4 مليون دولار ، ونسبة الودائع بالدينار بلغت %24.9 من إجمالي

الودائع ، وبقيمة 1042.4 مليون دولار ، مرتفعة بمقدار 87.9 مليون دولار ، وبنسبة 9.2% مقارنة مع نمو 13.3% في عام 2004.

كما كانت الودائع بالشيكال الإسرائيلي 17.6% من إجمالي الودائع ، وبقيمة 739.2 مليون دولار ، مرتفعة بمقدار 169.6 مليون دولار ، وبنسبة 29.8% مقارنة مع نمو 11.2% في عام 2004 ، وشهدت الودائع بعملات أخرى من ضمنها اليورو الأوروبي أعلى نسبة ارتفاع في عام 2005 لتصل إلى 215.7 مليون دولار ، أي ما نسبته 5.2% من إجمالي الودائع ، متزايدة بقيمة 5.13 مليون دولار ، وبنسبة 31.2% مقارنة مع نمو حوالي 80.3% في عام 2004 ، ويعزى هذا الارتفاع في ودائع اليورو إلى تأثير التغيرات في سعر صرفه مقابل مختلف العملات ، وخاصة الدولار الأمريكي .

- تطور حجم ودائع العملاء حسب جنسية المصرف :

جدول رقم (8)

المبالغ لأقرب ألف دولار أمريكي

ودائع العملاء							المصرف
2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	
963,409	929,737	746,189	630,072	561,902	574,727	563,986	مجموع المصارف الوطنية
2,927,070	3,159,387	3,076,303	2,859,030	2,722,711	2,676,479	2,727,696	المصارف الأردنية
72,148	78,633	110,170	111,128	121,340	130,871	134,252	المصارف المصرية
21,683	22,459	25,109	24,204	24,142	82,188	81,732	المصارف الأجنبية
3,020,901	3,260,480	3,211,582	2,994,362	2,868,193	2,889,538	2,943,680	مجموع المصارف الوافدة
3,984,310	4,190,216	3,957,771	3,624,434	3,430,094	3,464,265	3,507,666	مجموع المصارف

(سلطة النقد ، العدد 95 ، 2006 م)

يلاحظ أن حجم الودائع المصرفية في المصارف الأردنية يشكل نسبة 75.39% في عام

2005 من إجمالي الودائع المصرفية في المصارف العاملة في فلسطين، أما المصارف

الوطنية فإنها تستحوذ على حوالي 22.18 % من إجمالي الودائع المصرفية للمصارف العاملة في فلسطين وهي نسبة منخفضة عن النسبة السابقة .

ب- ودائع القطاع المصرفي :

وتتنوع ودائع القطاع المصرفي لدى المصارف التجارية حسب الجهة المودعة ففي فلسطين يتم تقسيم ودائع الجهاز المصرفي إلى ثلاثة أقسام هي :

1. ودائع سلطة النقد الفلسطينية : حيث أنها تلجا في إطار دعمها للاقتصاد الفلسطيني

بتوظيف جزء من الاحتياطات الإلزامية لدى المصارف التجارية العاملة في فلسطين وذلك بهدف تشجيع الاستثمار الفلسطيني وتنمية عجلة الاقتصاد الوطني .

2. ودائع المصارف العاملة في فلسطين : وتكون أرصدة جارية بين المصارف أو ودائع مربوطة لفترات قصيرة الأجل .

3. ودائع المصارف العاملة خارج فلسطين: ويتوقف حجمها على درجة الاستقرار

السياسي والاقتصادي التي تمر بها الأراضي الفلسطينية والمملكة الأردنية ، وتتكون من أموال تم إيداعها من قبل المصارف الأم للمصارف الأردنية أو المصارف الأخرى .

وقد استطاعت المصارف استقطاب مزيد من الودائع من القطاع المصرفي (الجهاز

المصرفي) في عام 2005 والتي تعتبر مصدراً مهماً للسيولة ، فقد ارتفع حجم ودائع

الجهاز المصرفي إلى 422.3 مليون دولار ، أي ما نسبته 7.5% من مصادر الأموال

المتاحة للمصارف . ويعزى هذا الارتفاع إلى الزيادة التي طرأت على ودائع سلطة النقد

الفلسطينية ، وودائع المصارف العاملة خارج فلسطين ، مقابل تراجع ودائع المصارف العاملة

في فلسطين .

3- حقوق الملكية:

شكل رأس المال والمخصصات مصدراً آخر من مصادر الأموال المتاحة ، وذلك بارتفاع مساهمتها خلال عام 2005 إلى 10.2% من مجموع مصادر الأموال المتاحة، وبلغت خلال شهر أيار 2006 بنسبة 3.5% ، الأمر الذي ترتب عليه ارتفاع نسبة مساهمتها في إجمالي المطلوبات .

جدول رقم (9)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
حقوق الملكية للمصارف التجارية	136.99	216.18	222.22	245.59	250.06	208.33	192.70	223.51	307.37	572.64	528.78
قيمة التغير سنويا	-	79.19	6.04	23.37	4.47	-41.73	-15.63	30.81	83.86	265.27	-43.86
نسبة التغير	-	57.81%	2.79%	10.52%	1.82%	-16.69%	-7.50%	15.99%	37.52%	86.30%	-7.66%

وجاء هذا التدعيم لرأس المال انسجاماً مع تعميم سلطة النقد (تعميم رقم 57 ، تاريخ 21/04/2003) من ضرورة استكمال رأس المال المدفوع للمصارف الوطنية ، ورفع رأس المال المخصص للمصارف الوافدة ، خاصة تلك التي يزيد إجمالي ودائعها عن 30 مليون دولار إلى 20 دولار بدلاً من 5 ملايين دولار ، على أن يودع 50% منه لدى سلطة النقد الفلسطينية على شكل ودیعة بفائدة ، ومن الجدول السابق نلاحظ أن حقوق الملكية في عام 2005 نما 86.30 وهو ارتفاع كبير مقارنة بنمو في عام 2004 بنسبة 37.53% .

4- مخصص مقابلة خسائر التسهيلات:

سجل هذا البند خلال شهر أيار 2006 ارتفاعاً بنسبة 0.4% وبقیمة 0.5 مليون دولار ، واستحوذت مخصصات خسائر القروض والتسهيلات على الجزء الأكبر منها ، بقيمة 136.7 مليون دولار ، متراجعاً بمقدار 9.8 مليون دولار ، وبنسبة 6.7% مقارنة مع نمو بنسبة 1.4% في عام 2004 ، وذلك في ظل تراجع نسبة الديون المتعثرة خلال عام 2005 إلى حوالي 7.6% من إجمالي التسهيلات .

أهم النسب المالية خلال شهر آيار 2006:

1- نسبة التسهيلات إلى ودائع العملاء:

بلغت نسبة التسهيلات إلى ودائع العملاء خلال شهر آيار 2006 حوالي 45.7% .

2- نسبة التسهيلات إلى التوظيفات الخارجية للمصارف :

تقيس هذه النسبة الأهمية النسبية للمبالغ التي يتم توظيفها داخل الاقتصاد الفلسطيني مقارنة مع المبالغ التي يتم توظيفها في الخارج، فقد بلغت هذه النسبة خلال شهر آيار 2006 حوالي 85.7% .

3- نسبة التوظيفات في الخارج إلى إجمالي الودائع:

بلغت نسبة التوظيفات في الخارج إلى إجمالي الودائع خلال شهر آيار 2006 حوالي 48.5%، وحسب تعليمات سلطة النقد للمصارف يجب أن لا تزيد نسبة التوظيفات الخارجية إلى إجمالي الودائع عن 65% .

4- نسبة التوظيفات في الخارج إلى ودائع العملاء:

بلغت نسبة التوظيفات في الخارج إلى ودائع العملاء خلال شهر آيار 2006 حوالي 53.3% .

ثانياً : استخدامات أموال المصارف التجارية العاملة في فلسطين :

تشير إدارة الموجودات في المصارف التجارية العاملة في فلسطين إلى توزيع الأموال التي يحصل عليها المصرف بين النقدية والاستثمارات في الأوراق المالية والقروض والموجودات الأخرى، حيث أن القروض والاستثمارات تعطي أعلى معدل للعائد عند مستوى معين من المخاطر تتوقعه وتفرضه إدارة الأصول (Reed, Cotter , p110) .

يلاحظ على المصارف العاملة في فلسطين أنها تركز على جانب الأرصدة سواء لدى سلطة النقد ، أو لدى المصارف في فلسطين ، أو خارج فلسطين واستنفذت الجزء الأكبر من هذه الاستخدامات ، في حين أن الاستخدام الأهم من الناحية الاقتصادية والمتعلق بالتسهيلات يأتي ثانياً ، ومن ثم باقي استخدامات الأموال الأخرى .

و أظهرت بيانات الميزانية المجمعة في عام 2005 م ارتفاعاً في موجودات المصارف العاملة في فلسطين نتيجة التطورات التي طرأت على بنود موجودات الميزانية وفيما يلي أهمها :

1- نقد في الصندوق

2- أرصدة لدى سلطة النقد الفلسطينية

تتكون أرصدة المصارف لدى سلطة النقد من الاحتياطيات الإلزامية للمصارف العاملة وحسابات أخرى.

3- أرصدة لدى المصارف في فلسطين

4- أرصدة لدى المصارف خارج فلسطين (التوظيفات الخارجية)

5- التسهيلات الائتمانية:

❖ القروض الممنوحة

❖ الجاري مدين

❖ السحوبات المصرفية

❖ التمويل التأجيري

تطور استخدامات الأموال للمصارف التجارية العاملة في فلسطين للفترة 1996-2006:
(جدول رقم 10)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
موجودات أجنبية	1392.94	1639.93	1774.82	2148.48	2316.19	2364.97	2508.98	2537.69	2618.62	2664.17	2465.52
أرصدة لدى سلطة النقد الفلسطينية	177.30	247.97	271.40	335.76	383.52	346.40	357.22	482.75	541.52	558.56	503.39
أرصدة لدى البنوك في فلسطين	52.58	52.58	10.05	177.18	118.00	234.83	221.68	174.66	360.36	203.34	133.54
تسهيلات ائتمانية (للعملاء المقيمين فقط)	423.80	612.79	821.79	991.90	1325.00	1197.89	936.76	1041.18	1383.80	1726.60	1782.05
محفظه الأوراق الأخرى	46.23	66.26	72.74	77.60	103.64	85.23	99.50	101.81	121.97	249.92	171.84
موجودات أخرى	107.50	233.55	218.73	185.66	228.02	206.49	191.64	205.20	244.33	268.63	284.32
مجموع الموجودات	2200.35	2907.55	3336.65	3867.40	4594.20	4422.66	4268.76	4729.00	5113.58	5601.42	5357.75

(سلطة النقد ، العدد 95، 2006 م)

تشكل ودائع المصارف لدى سلطة النقد والمصارف العنصر الرئيسي لإستخدامات الأموال في المصارف التجارية ، واستحوذت الأرصدة لدى المصارف خارج فلسطين على الجزء الأكبر من أرصدة المصارف بقيمة 2172.07 مليون دولار ، ويليهما في الأهمية النسبية التسهيلات الائتمانية ثم الاستثمارات في الأوراق المالية

الأهمية النسبية لبنود موجودات المصارف التجارية : (سلطة النقد ، العدد 95، 2006 م)

جدول رقم (11)

المبالغ دولار أمريكي

السنة	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
موجودات أجنبية	63.3	56.40	53.19	55.55	50.41	53.47	58.77	53.66	51.20	47.56	46.01
أرصدة لدى سلطة النقد الفلسطينية	8.05	8.52	8.13	8.68	8.34	7.83	8.36	10.2	10.58	9.97	18.78
أرصدة لدى المصارف في فلسطين	2.38	1.80	.30	4.58	2.56	5.30	5.19	3.69	7.04	3.63	2.49
التسهيلات الائتمانية	19.26	21.07	2.18	25.64	28.84	27.08	21.94	22.01	54.12	30.82	33.26
محفظه الأوراق المالية	2.10	2.27	2.18	2.00	2.25	1.92	2.33	2.15	2.38	4.46	3.20
موجودات أخرى	4.88	8.03	6.55	4.80	4.96	4.66	4.48	4.33	4.77	4.79	5.30
مجموع الموجودات	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

يلاحظ أن الموجودات الأجنبية تمثل ما نسبته 63% - 46% خلال الفترة من 1996-2005 وهي تشمل (محفظة الأوراق المالية ، أرصدة المصارف في الخارج ، ديون القطاع الخاص غير المقيم ، النقد ، ذهب ومعادن ثمينة) .

وتمثل التسهيلات الائتمانية الاستخدام الأكثر أهمية من الناحية الاقتصادية بسبب علاقته بالسيولة والإنفاق والنمو ، ويأتي في المرتبة الثانية لاستخدامات الأموال المتاحة للمصارف العاملة في فلسطين ، إلا أنه يعتبر من أهم الأنشطة التي تمارسها المصارف ، ويستحوذ على جزء غير بسيط من أصولها ، وارتفعت التسهيلات الائتمانية المباشرة في عام 2005 1791.9 مليون دولار مسجلة زيادة بنسبة 25.5% مقارنة مع نمو 33.% في عام 2004 ليشكل هذا الرصيد ما نسبته 32.0% من إجمالي استخدامات الأموال المتاحة ، وأن حجم التسهيلات الائتمانية التي تقدمها البنوك الأردنية العاملة في فلسطين أعلى بشكل ملحوظ من تلك التي تقدمها البنوك الوطنية أو المصرية العاملة في فلسطين.

التسهيلات الائتمانية المباشرة حسب النوع والعملية :

جدول رقم (12)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	
1851.18	1791.84	1427.59	957.12	956.03	1219.99	1346.25	1005.47	833.10	612.87	423.86	مجموع التسهيلات الائتمانية

(سلطة النقد ، العدد 95، 2006، والتقرير السنوي 2005)

التسهيلات الائتمانية حسب النوع

جدول رقم (13)

المبالغ لأقرب مليون دولار أمريكي

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	الفترة التسهيلات
194.77	1154.28	619.20	474.80	416.85	541.59	515.58	436.18	327.85	252.63	146.26	القروض
43.40	623.23	795.46	581.08	521.02	643.26	764.62	530.94	448.87	325.55	255.44	الجارى مدین
2.94	10.43	7.26	6.30	6.86	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	00.00	التمويل التأجیری
1.07	3.90	5.67	9.82	12.40	35.14	66.04	38.34	56.38	34.69	22.16	سحوبات مصرفية وكمبيالات مخصصة
851.18	1791.84	1427.59	1072.00	957.12	1219.99	1346.25	100.47	833.10	612.87	423.86	إجمالي التسهيلات

يلاحظ من الجدول السابق بأن التسهيلات الائتمانية كانت على شكل الجارى مدين في المصارف التجارية الفلسطينية أكثر من الأنواع الأخرى ، كما أن القروض ارتفعت بشكل ملحوظ جدا في عام 2005 حيث بلغت قيمتها 1154.28 مليون دولار أمريكي مقارنة مع عام 2004 حيث بلغت قيمتها 619.20 مليون دولار .

التسهيلات الائتمانية حسب القطاع المستفيد ،نوع التوزيعات ، التوزيع الجغرافي ، حسب

نوع العملة ، وحسب الاستخدام

جدول رقم (14)

2005	2004	2003	2002	2001	البيان
حسب القطاع المستفيد (مليون دولار)					
592.25	414.09	248.62	139.55	362.65	القطاع العام
565.19	383.30	224.95	133.83	295.87	منه : السلطة الوطنية الفلسطينية
1199.60	1013.50	823.39	816.48	857.80	القطاع الخاص
1134.35	967.44	787.53	789.30	827.94	منه : المقيم
حسب نوع التسهيلات					
1154.28	619.20	474.81	415.94	540.35	القروض
623.23	795.46	581.08	521.02	644.75	الجاري مدين
10.43	7.26	6.30	6.67	0.29	التمويل التأجيري
3.91	5.67	9.82	12.40	35.15	سحوبات مصرفية وكمبيالات
حسب التوزيع الجغرافي					
1195.34	907.38	742.16	703.42	728.02	الضفة الغربية
596.42	520.21	329.85	252.61	492.52	قطاع غزة
حسب نوع العملة					
1256.65	843.39	673.79	643.07	811.30	دولار أمريكي
224.27	174.14	146.69	138.98	176.76	دينار أردني
300.32	397.37	242.36	166.95	226.20	شيقل إسرائيلي
10.61	12.69	9.17	7.03	6.28	عملات أخرى
حسب الاستخدام					
1774.12	1409.69	1054.33	941.40	1206.17	داخل فلسطين

17.73	17.90	17.68	14.63	14.37	خارج فلسطين
1791.85	1427.59	1072.01	956.03	1220.54	المجموع

(سلطة النقد الفلسطينية ، 2005)

استحوذت الضفة الغربية خلال العام 2005 على 66.7% من إجمالي التسهيلات ، وبقيمة 1195.4 مليون دولار ، متزايداً بمقدار 288.1 مليون دولار ، وبنسبة 31.8% مقارنة مع نمو بحوالي 22.3% في عام 2004 ، في حين أن قطاع غزة استحوذ على 33.3% من الرصيد ، وبقيمة 596.4% مليون دولار ، بارتفاع 76.2 مليون دولار ، ونسبته 14.7% ، مقارنة مع نمو بحوالي 57.7 % في عام 2004 ، ومن الواضح جدا بان تركز التسهيلات الائتمانية في الضفة الغربية مرتبط بحجم النشاط والأداء الاقتصادي والموارد الاقتصادية وبالكثافة السكانية .

نسبة التسهيلات الائتمانية المباشرة لودائع العملاء (%)

جدول رقم (15)

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	الفترة
45.7	38.85	32.82	25.86	25.24	30.75	38.18	35.02	34.37	29.65	24.81	النسبة

يلاحظ من الجدول السابق بان الزيادة السنوية في معدل التسهيلات إلى الودائع لدى المصارف التجارية العاملة في فلسطين تعني أن هناك توجهاً لزيادة التوظيفات المحلية للودائع وأن هناك فروقات بين كل من المصارف الوطنية والمصارف الوافدة من حيث حجم التسهيلات المباشرة ونسبة التسهيلات إلى الودائع.

الفصل الثاني

العوامل المؤثرة في جذب الودائع المصرفية

المبحث الأول: الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين

أولاً: تصنيف الودائع في الميزانية المجمعة .

ثانياً : تحليل الودائع المصرفية .

المبحث الثاني : العوامل المؤثرة في تنمية الودائع المصرفية .

أولاً:العوامل المؤثرة في جذب الودائع .

ثانياً: العوامل المؤثرة في عدم استقرار الودائع .

ثالثاً : دوافع أو محددات الطلب في سوق الودائع .

رابعاً : الفائدة الضمنية .

خامساً : التنبؤ بحجم الودائع.

سادساً: حماية الودائع .

المبحث الأول

الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين

أولاً : تصنيف الودائع في الميزانية المجمعة للمصارف التجارية الوطنية الفلسطينية :

تعتبر الودائع المصرفية من أهم الموارد المالية التي يعتمد عليها المصرف التجاري في مباشرة نشاطاته التمويلية بما في ذلك الائتمان والإقراض والاستثمار وغير ذلك من الأعمال المصرفية ، وبجانب أهمية الودائع بالنسبة للمصرف التجاري فهي تمثل أحد مصادر السيولة اللازمة لتمويل المشروعات وتستخدم كأداة لتسوية المعاملات المختلفة لتيسير تداول المبالغ الكبيرة عن طريق استخدام حسابات المصارف المفتوحة لدى بعضها البعض وبذلك يجنبها مخاطر نقل النقود .

والمصارف بشكل عام تحرص على تنمية ودائعها من خلال تنمية الوعي المصرفي والادخاري لدى الجمهور ، وبالتوسع في فتح الفروع ، وتبسيط إجراءات التعامل في السحب والإيداع ، ورفع كفاءة الأوعية الادخارية .

وفي هذا المبحث سيتم تسليط الضوء على تحليل الودائع المصرفية وتصنيفها في الميزانية المجمعة للمصارف التجارية .

إن القيمة الكلية للودائع المصرفية تعتمد أساساً على الاقتصاد القومي الكلي والسياسة النقدية للسلطات في المصرف المركزي، التي يؤثر على حجم الاحتياطات المتاحة للمصارف لمنح الائتمان و التوسع في الودائع ، وهي تتكون من عنصرين : الودائع تحت الطلب والودائع

لأجل (Chung ,1970, pp 100-101)

وتحاط الودائع المصرفية بضمانات كافية مشتقة من الثقة التي يوليها المودعون للمصرف التجاري ، ولذلك فإنها تحاط بالسرية الكاملة ذلك لأن قيمة الوديعة قد تدل على المركز المالي للمودع ، وهذا سر من أسراره التي يحرص عليها ، ولا يحق لأي جهة قانونية طلب بيانات عن الوديعة المصرفية إلا بشرط أن يكون هذا الطلب في صلب عملهم ولأسباب جوهرية يدلي بها المصرف للقضاء ، كذلك لا يجوز الحجز لدى الغير تحت يد المصرف على الوديعة المصرفية .

ويتم تصنيف الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية حسب التالي :

1. ودائع سلطة النقد الفلسطينية .

2. ودائع المصارف العاملة في فلسطين .

3. ودائع العملاء المقيمين .

3-1. ودائع القطاع العام والسلطات المحلية .

3-2. ودائع السلطة الوطنية الفلسطينية .

3-3. ودائع العملاء الآخرين المقيمين .

4. المطلوبات الأجنبية .

4-1. ودائع العملاء غير المقيمين .

4-2. ودائع المصارف العاملة خارج فلسطين .

4-3. ودائع المصارف في الخارج وغير المقيمين (بنود دائنة تحت التنفيذ) .

وبالنسبة لحجم وداائع العملاء في الجهاز المصرفي الفلسطيني في 2005م تقدر حصة

المصارف الوطنية العاملة (بافتراض استثناء وداائع العملاء لدى بنك فلسطين المحدود) بحوالي

(410,000) مليون دولار أي بنسبة تقارب 10.36% فقط من إجمالي حجم ودائع العملاء

لدى الجهاز المصرفي الفلسطيني وهذه نسبة متدنية .

هذا ويعكس المؤشر السابق للمصارف الوطنية العاملة والذي تم بافتراض استثناء بنك فلسطين المحدود مدى تدني حصتها في السوق المصرفي الفلسطيني بالنسبة لباقي المصارف الأخرى الوافدة، والتي تستأثر بحصة الأسد، ويمكن أن يعزى ذلك لكون هذه المصارف الوطنية ذات حجم صغير نسبياً، وكذلك صغر رؤوس أموالها وحجم الودائع لديها بالإضافة للمخاطر المتزايدة التي تعمل في ظلها هذه المصارف، لاسيما في ظل ظروف عدم الاستقرار السياسي والأزمة الاقتصادية الخانقة التي يعاني منها الاقتصاد الوطني الأمر الذي انعكس في ازدياد حجم الديون المتعثرة والمخصصات المقابلة لها وهذا يهدد بتعثر وربما فشل تلك المصارف إن لم تسعى وبشكل حثيث لتعزيز كياناتها وتقويتها (صحيفة الأيام الالكترونية ،

www.ayyam.ps ، 2006)

ثانياً : تحليل الودائع المصرفية :

أولاً : أنواع الودائع : kind of Deposits

نجد أن المصارف التجارية تقبل ودائع عملائها بشروط أو تعهدات يتفق عليها مع هؤلاء العملاء وتحدد درجة سيولة الوديعة وكذلك مدى إمكانية قدرة البنك على تغطية هذه الوديعة وشكل هذا التوظيف و هناك أسس عديدة لتصنيف الودائع أهمها :

1. الودائع حسب الملكية :

أ- الودائع الأهلية: People Deposits

وهي الودائع التي تعود ملكيتها للشركات الخاصة والجمهور

ب- الودائع الحكومية: Government Deposits

وهي الودائع التي تعود ملكيتها إلى المؤسسات والشركات الحكومية .

ج- الودائع المختلطة: Mixed Deposits

وهي الودائع التي تعود ملكيتها إلى المؤسسات والشركات شبه الرسمية _ القطاع المختلط

2. الودائع حسب المصدر : Deposits According to Source

أ- الودائع الأولية : Primal Deposits

وهي الودائع التي يتم إيداعها أول مرة من قبل الجمهور أو الشركات والمؤسسات سواء حكومية أم أهلية مختلطة في المصارف .

ب- الودائع المشتقة : Derived Deposits

وهي الودائع التي يتم اشتقاقها من الوديعة بعد أن يتم منح جزء منها على شكل قروض او استثمارات .

3. الودائع حسب الأمد: Deposits According to Term

الودائع لآجل الاستحقاق :

أ- الودائع الجارية : Current Deposits أو الودائع تحت الطلب Demand

Deposits أو الحسابات تحت الطلب Call Accounts

وهي الودائع التي يودعها الأفراد أو الهيئات لدى المصارف ويتم فتح واستخدام هذا الحساب بواسطة العملاء الذين هم في حاجة لسيولة نقدية مرفقا به نموذج توقيعه .

وتمثل اتفاق بين المصرف والعميل يتم بموجبه إيداع مبلغ معين من النقود لدى المصرف ، وهي إحدى السمات الأساسية لوظائف المصارف التجارية .

و يكون لصاحب الحساب الجاري الحق في سحبها أو تحويلها إلى أي شخص آخر في أي وقت يشاء دون إخطار سابق للمصرف ، وذلك بموجب أوامر يصدرها المودع للمصرف ليتم

الدفع بموجبها له ، أو لشخص آخر يعينه في الأمر الصادر منه إلى المصرف ، أو لأي شخص يظهر الأمر باسمه وهذا يسمى " صك " .

وعادة ما يغذي المودعون هذه الحسابات بإيداعات نقدية تضاف إلى الحساب أو تحويلات من حساب لآخر لدى المصرف ، لدى المصارف الأخرى ، وبذلك يستمر ظهور رصيد دائن لصالحهم يمكنهم من إصدار أوامر دفع سحب شيكات، أو إيصالات صرف على هذه الحسابات .

ويظل الحساب في حركة مستمرة بين الزيادة والنقصان شريطة ان يظل رصيد الحساب في النهاية دائناً .

وقد يشترط المصرف حداً أدنى لقيمة الوديعة المبدئية لفتح الحساب الجاري ، وتفاوت هذه القيمة من مصرف إلى آخر ، ويرجع السبب إلى أن المصارف لا تحبذ تضخيم عدد الحسابات تحت الطلب لديها بمبالغ صغيرة، ولتجنب ازدحام صالاتها بعملاء لا تستفيد من ورائهم كثيراً، وبمجرد فتح العميل لحساب جارٍ يحق له سحب أي مبلغ دون التقيد بالحد الأدنى المشار إليه .

وتمثل الودائع تحت الطلب تقريباً نصف إجمالي المطلوبات (الخصوم) في المصرف التجاري_ (Chung , 1970, p 101) .

ويحتفظ المودعون بهذه النوعية من الودائع لدى المصرف التجاري لتحقيق أربعة أهداف رئيسية (سلطان، 1993، ص 282) :

1. تنفيذ عملياتهم اليومية .
2. احتياطي لمواجهة الظروف الطارئة .
3. تمويل المشتريات والإنفاق المستقبلي .

4. عدم رغبة المدخر في استثمار أموالهم في أصول أخرى .
وتمثل نسبة عالية من المعروض النقدي وتستخدم كوسيلة أساسية من وسائل الدفع حتى أطلق عليها " النقود المصرفية " .

--- طرق الإيداع في الحساب الجاري :

1. مبلغ نقدي في خزينة المصرف .
2. شيكات محررة لصالحه أو محولة إليه ليقوم المصرف بتحصيل قيمتها وإيداعها في حسابه .
3. حوالات مالية واردة لصالح المودع .
4. إيداع حصيلة كمبيالات أو بيع أوراق مالية أو كوبونات أوراق مالية أو أي إيرادات أخرى .

5. قيام المصرف بتحصيل كمبيالات أو دعها العميل برسم التحصيل .
6. تحصيل مستحقات أخرى مثل كوبونات أوراق مالية أو متحصلات بيع تلك الأوراق بناء على تفويض مسبق منه .

--- طرق السحب من الودائع الجارية :

1. مسحوبات نقدية من العميل أو من ينوب عنه .
2. مسحوبات شيكات لصالح طرف آخر .
3. تحويلات مباشرة من حساب العميل إلى حساب طرف آخر أو إلى الحساب الجاري للعميل في احد المصارف الأخرى التي يتعامل معها ولا تنطوي عملية التحويل على تداول نقود .

4. تفويض سابق من العميل لسداد بعض الفواتير أو شراء أوراق مالية أو سداد كمبيالات أو سداد مرتبات شهرية للعاملين لديه .

5. السحب عن طريق المصرف من دون إذن العميل وذلك في حالة الحقوق الثابتة للمصرف مثل العمولات على خدمات قدمها المصرف ، ومصاريف خدمة الحساب وما شابه ذلك

وتمثل الودائع الجارية أهمية خاصة لكل من المودعين والمصارف والاقتصاد القومي ككل ، إذ تعتبر بمثابة نقد سائل يستخدمه المودع وقتما يشاء لسداد الالتزامات المختلفة بمقتضى شيكات وهي في حكم النقدية بالنسبة لهم كما تؤدي الوديعة الجارية وظيفة إضافية للمودع وهي حماية أمواله من السرقة والتلف حيث لن تكون هناك حاجة إلى الاحتفاظ بقدر كبير من النقدية في حافظة نقوده أو منزله.

أما بالنسبة للمصرف التجاري مصدراً تمويلياً مهماً منخفض التكلفة للاستثمارات التي يجني من ورائها المصرف التجاري الفوائد والأرباح .

كذلك تخدم الودائع الجارية هدفاً قومياً إذ تمثل ما يزيد عن 75% من الأموال المتاحة للتداول ، أما الجزء الباقي فيتمثل في المصكوكات النقدية التي تتولى أمرها الدولة (هندي ، 1999 ، ص 105)

وسيولة الودائع تحت الطلب (الجارية) مرتفعة إلى حد كبير ، حيث أنها معرضة للسحب في أي وقت فضلاً عن أن وظيفتها للمودع تتلخص في مواجهة الإنفاق الجاري - ولكن رغم كل ذلك فإن الأجهزة المصرفية تستطيع دراسة حركات الوديعة ، وتكوين سلسلة زمنية لتطورها لتحديد مدى سيولتها بالتالي تحديد النسبة التي يستطيع توظيفها من هذه الوديعة ، وإذا تحقق ذلك استطاع البنك الاحتفاظ بالنقد السائل لمواجهة مسحوبات أصحاب هذا النوع من الودائع ،

بحيث لا تكون هذه السيولة فوق المستوى المطلوب ، بما يؤدي لتعطيل الأموال ، أو دون المستوى المطلوب مما يفقد البنك قدرته على مواجهة طلبات السحب (سويلم ، 1998 ، ص206)

أهم مزايا فتح الحساب الجاري : (حنفي، 2002 ، ص207)

1. الحصول على شيكات لاستخدامه في السحب وسداد الالتزامات .
2. إمكانية السحب من أي فرع من فروع البنك .
3. دفع الالتزامات الدورية أو المستندية .
4. تحصيل قيمة الشيكات أو الكمبيالات والحوالات المسحوبة على أي بنك لإضافتها للحساب .

وتتميز الودائع الجارية عن ودائع التوفير والودائع لأجل بحركتها المستمرة بالزيادة والنقصان ، وبأن التشريعات في العديد من الدول تحرم دفع الفوائد عليها (هندي ، 1999 ، ص 103) .

وأحياناً تعطي المصارف فوائد على هذه الحسابات في حالات معينة وبشرط حد أدنى للرصيد، الأمر الذي يمثل مخاطرة كبيرة في عمليات الإقراض والاستثمار ، وحتى يتمكن المصرف التجاري أن يوجهها إلى التوظيف عليه أن يدرس طبيعة الودائع التي لديه وسلوك المودعين في السحب والإيداع .

وقد بلغ المجموع الكلي للحسابات في فلسطين في شهر آيار 2006 (4032.07) مليون دولار أمريكي ، في الضفة الغربية بلغت 1060.27 مليون دولار أمريكي أي ما يمثل ما نسبته 26.29% من إجمالي الحسابات الجارية في فلسطين .

وبلغت الحسابات الجارية في قطاع غزة 310.16 مليون دولار أي ما نسبته 7.69% من إجمالي الحسابات الجارية في فلسطين .

ب- ودائع التوفير : Saving Deposits

هي اتفاق بين المصرف والعميل يودع بموجبه العميل مبلغاً من النقود لدى المصرف مقابل الحصول على فائدة .

وتعتبر من أكثر وسائل تجميع المدخرات المحلية التي تحظى بانتشار عالمي واسع النطاق، وتتميز بصغر مبالغها وكثرة حساباتها واطراد نموها مع نمو الوعي المصرفي والزيادة في الدخل وتكون بالتدريج مودعين ممتازين مع مرور الزمن ، وتتنافس المصارف في تقديم الإغراءات المتنوعة والمختلفة بغرض تشجيع صغار المدخرين على الإيداع بحسابات التوفير وهي غالباً ما تجذب صغار المدخرين مقابل الحصول على فائدة وعلى أن يكون لهم الحق في السحب من حساب الادخار في أي وقت .

وتضع معظم التشريعات حداً أقصى للمبلغ الذي يمكن للعميل سحبه في الشهر وذلك لحماية المصرف من التعرض لمخاطر العسر المالي ، إلا أن المصارف عادة ما تتجاوز ذلك رغبة في تشجيع الادخار وتنمية الموارد المالية لديها .

و يتم التعامل بها من حيث الإيداع والسحب بموجب دفتر خاص يسجل فيه المبالغ المودعة والمبالغ المسحوبة ، والفائدة المقررة وهي غالباً ما تحتسب على أدنى رصيد خلال الشهر ، ويمكنه التقدم بهذا الدفتر لأي فرع من فروع المصرف إذا ما رغب في الإيداع أو السحب لمبالغ جديدة .

ويوجد عليها فوائد محدودة وغالباً ما يطلق عليها الودائع لان الصفة الادخارية هي الغالبة عليها ومن أهم سماتها زيادتها سنة بعد أخرى مما يدل على زيادة الوعي الادخاري مع زيادة

الدخل سنوياً ، وتتسم بصغر مبالغها وزيادة عدد حساباتها ويعطى العميل دفتر يقدمه سواء عند الإيداع أو السحب كما يتم إضافة ما يستحق له من فوائد وتحديد تاريخ الإيداع أو السحب وتعليق الفائدة .

وقد استحدثت المصارف في دول كثيرة ومنها مصر بالإضافة إلى الفائدة الدائنة حوافز أخرى مالية وعينية، لجذب المزيد من المدخرين لهذا النوع من الودائع، ومطبقة في فلسطين. وتحرم بعض الدول في تشريعاتها فتح حساب توفير لمنشآت الأعمال ، بينما تضع تشريعات

أخرى حد أقصى للمبالغ التي يمكن للمنشأة إيداعها في ذلك الحساب (هندي ، 1999)

وهناك حكمة من وراء فرض هذه القيود ، حيث أنه لو أتيح لمنشآت الأعمال الحرية التامة في إيداع ما تشاء في حساب التوفير ، لكن من المتوقع أن تودع الجانب الأكبر من أموالها في حساب التوفير، وبعد ذلك تقوم بتحويل جزء منه إلى حسابها الجاري في اللحظة التي تتوقع فيها تقديم شيك مسحوب عليها واجب التحصيل ، ولما كانت احتمال سحب المنشآت جزء من أموالها وفي أي وقت تشاء وهو احتمال كبير ، كما أن المسحوبات في كل مرة ستكون ضخمة بالمقارنة بمسحوبات الأفراد ، لذا من المنطقي أن تحرم التشريعات إطلاق الحرية لمنشآت الأعمال لإيداع الأموال في حساب التوفير ، كفيل بأن يمس سمة أساسية لهذه الودائع، وهي سمة الاستقرار وتغيرها من طبيعة ودائع توفير إلى ودائع تحت الطلب يدفع عنها فوائد، واستخدامها كأداة للتحويل على النصوص القانونية التي تحرم دفع الفوائد على الودائع تحت الطلب .

وقد بلغت حسابات التوفير في الضفة الغربية في شهر أيار 2006 (730.40) مليون دولار أي ما نسبته 18.11% ، أما في قطاع غزة بلغت حسابات التوفير في شهر أيار 2006

(160.95) مليون دولار ، أي ما نسبته 3.99% وهي نسب متدنية جداً إذا ما قورنت بالنسبة السابقة في الضفة الغربية . .

ج - الودائع لأجل : Constant (Time) Deposits

وهي عبارة عن اتفاق بين المصرف التجاري والموودع ، يودع الثاني بموجبه مبلغاً من النقود لدى المصرف لفترة محددة كشهر أو سنة مثلاً ، بحيث لا يكون بحاجة ماسة إلى المبلغ المودع في المدى القريب ، فيودعه دون سحب لفترة معينة متفق عليها ، ولا يجوز له السحب من الوديعة قبل حلول تاريخ استحقاقها، وفي مقابل ذلك يدفع المصرف فائدة لوديعته محتسبة على الأساس البسيط لا المركب ، وهي تختلف وفق مدة الإيداع ، طبيعة الشخص المودع بشرط ألا يقل المبلغ المودع عن قدر معين .

وهي المصدر الثاني المهم من مصادر التمويل في المصارف التجارية (chung, 1970). وهذه الفوائد تتصاعد كلما زاد المبلغ المودع حتى يصل إلى قدر معين ، بعده يبدأ في الإنخفاض ، أو كلما طالت فترة الإيداع (بشرط أن يكون ذلك في الحدود التي تقرها سلطة النقد الفلسطينية ، بمعنى : هل سعر الفائدة مقيد أم حرر؟) .

كما قد يتفقان على أن تكون النسبة ثابتة فيما يتعلق بالمبلغ بغض النظر عن مقداره ، وقد تجدد الوديعة بشكل تلقائي، ولمدة مماثلة بناء على طلب كتابي من المودع ، وفي حال عدم طلب المودع ذلك عند حلول اجل الاستحقاق - يتوقف حساب الفائدة ، ويحول الرصيد إلى حساب جاري .

ولا يجوز السحب منها جزئياً قبل انقضاء الفترة المحددة لإيداعها وفي مقابل ذلك يحصل المودع على فائدة بصورة دورية أو في نهاية مدة الإيداع ، وعادة يشترط الا يقل المبلغ المودع عن قدر معين .

وتقضي القواعد المطبقة في كثير من دول العالم عدم الاستجابة لطلبات العملاء سحب ودائعهم لأجل قبل انقضاء الأجل، وفي دول أخرى تستجيب لمثل هذه الطلبات رغبة في التيسير على العملاء، ولتثبيت الثقة في قدرتها على الوفاء بالتزاماتها، حتى قبل حلول آجالها وأحياناً تعامل المصارف المبالغ المسحوبة بهذا الشكل على أنها قرض بضمان الوديعة وذلك للمدة الباقية على الأجل المحدد أصلاً، وتتقاضى عنها فوائد مدينة بينما تستمر في إظهار الوديعة الأصلية ضمن التزاماتها واحتساب الفائدة الدائنة بالسعر المتفق عليه، وبعض المصارف تكفي بعدم احتساب فائدة دائنة على الفترة المنقضية على الوديعة، أو تعتمد إلى محاسبة العميل على أساس سعر الفائدة المطبق على الودائع لأجل مشابهة للفترة المنقضية (حنفي ، 2002)

وعلى عكس الودائع الجارية فإن الودائع لأجل وودائع التوفير لا تعطي لأصحابها الحق في السحب منها بمقتضى شيكات ، فإذا كان المودع في حاجة إلى جزء من تلك الودائع لسداد التزاماته فعليه أن يحصل عليه أما في صورة نقدية ، أو أن يقوم بتحويل جزء من الوديعة إلى حسابه الجاري ومن ثم يستطيع أن يحرر شيكات للصرف منه ، وكما هو الحال في الودائع الجارية ، فإن الودائع لأجل وودائع التوفير لا تتحقق فقط بعض الأهداف لأصحابها ، بل تسهم أيضاً في تحقيق بعض الأهداف القومية ، والأهداف الاستثمارية التي يسعى البنك لتحقيقها (هندي ، 1999 ، ص 107) .

ومن المتوقع أن يحصل أصحاب الودائع لأجل على فوائد تفوق الفوائد الممنوحة على ودائع التوفير، وذلك نتيجة للميزة التي يتمتع بها المصرف، والتي تتمثل في إمكانية التنبؤ بحركة السحب من تلك الودائع بدقة أكبر مقارنة مع ودائع التوفير .

وقد بلغت حسابات التوفير في الضفة الغربية في شهر آيار 2006 (1322.07) مليون دولار أي ما نسبته 32.78% من إجمالي الحسابات الموجودة في المصارف العاملة في فلسطين .
وبلغت في قطاع غزة في شهر آيار 2006 (448.22) مليون دولار أي ما نسبته 11.1% من إجمالي الحسابات الموجودة في المصارف العاملة في فلسطين.

ء- الودائع باخطار سابق :

Deposits previous notification

تفتح المصارف حسابات الودائع باخطار لمودعيها ولا يتم السحب عليها كلياً أو جزئياً إلا بعد إخطار البنك بفترة محددة في الاتفاق ويحدد فيها المبلغ المراد صرفه ، وتاريخ الصرف ، ولا يجوز أن تقل فترة الإخطار عن 7 أيام ، ليتاح للمصرف التجاري فرصة لإمكانية توفير السيولة تلبية لطلب المودع ، وبعد انتهاء مدة الإخطار يحول المبلغ الذي سبق الإخطار عنه إلى حساب جاري ، ويجوز له الإيداع في أي وقت .

وهذا النوع من الودائع مرتبط بالودائع لأجل وتدفع عليها فوائد مثل الودائع لأجل.

وصاحب الوديعة يمكنه تلقي إيداعات متكررة، لذا نجده مفضل من جانب المودعين الذين يستلمون مبالغ سائلة على فترات ، ويودعونها في المصارف بتجمعها حتى تحين الفرصة لاستثمارها .

وينظر المصرف التجاري إلى هذا النوع من الودائع على أنه موارد مستقرة قابلة للتوظيف بما يحقق أكبر قدر ممكن من الأرباح ، وتستجيب لطلب المودعين بسحبها حرصاً على سمعتها وثقة الجمهور فيها، وذلك دون انتظار انقضاء فترة الإخطار المتفق عليها .
وتناسب هذه النوعية من الودائع المودع الذي يمكنه التنازل عن سيولته الحالية لأجل معين.

ه- شهادات الادخار : Saving Certificates

الأنواع السابقة كانت تحمل اسم الودائع الدفترية ، ولكن شهادات الإيداع أو الادخار أو الاستثمار هي نوعية جديدة من الأوعية الادخارية تتخذ شكل حسابات لا دفترية ، وهي تجمع بين بعض خصائص الودائع المصرفية وخصائص الأوراق المالية ، فمن ناحية هي التزام على المصرف التجاري يقابل التزامه بدفع قيمة الودائع الأخرى في تاريخ محدد ، ومن ناحية أخرى تتفق مع الأوراق المالية فيما يحصل عليه صاحبها من عائد متمثل في قيمة الكوبون كل فترة زمنية وبشكل دوري .

و- الودائع المجمدة : Frozen (Tied) Deposits

وهي الودائع للتأمينات النقدية التي تتقاضاها المصارف التجارية مقابل إصدار خطابات الضمان، والتي لا ترد عادة إلا بعد إعادة خطاب الضمان للمصرف التجاري وذلك بعد انتهاء الغرض من إصداره .

4. الودائع حسب الحركة : Deposits According to Movement

الودائع حسب سلوكها :

أ- الودائع النشيطة : Vital Deposits:

وهي الودائع التي يكون رصيدها غير مستقر نسبياً لكثرة عمليات السحب والإيداع .

ب- الودائع المستقرة : Stable Deposits:

وهي الودائع التي يكون رصيدها مستقراً نسبياً وتغلب عليها الطبيعة الادخارية .

أهمية تحديد الودائع المستقرة والودائع غير المستقرة :

بدراسة الودائع للمصرف التجاري ومن ضمنها الودائع الجارية يتيح للإدارة فرصة كبيرة للاستثمار والتوظيف بصفة عامة ، حيث يمكن أن تتعرف الإدارة على الودائع الثابتة والمستقرة ، وكذا على الودائع المتقلبة وغير المستقرة .

هذا ويمكن تعريف الودائع الثابتة والمستقرة بأنها تلك التي تبقى في البنوك لفترة طويلة ، وهذا لايعني أن المودعين قد امتنعوا عن سحب ودائعهم ، ولكن ذلك يوضح أنه بينما كان بعض المودعين يقومون بسحب ودائعهم كان الآخرون يودعون أموالهم في المصرف بحيث يكون رصيد دائم على مر الزمن في كل نوع من أنواع الودائع .

وتعرف الودائع غير الثابتة أو المتقلبة بأنها تمثل الجزء من الودائع ، حيث يكون هناك احتمال بصافي السحب ، (سلطان ، 1993 ، ص 216)

والودائع المتقلبة نظراً لأنها مؤقتة بطبيعتها يجب ألا تؤخذ في الاعتبار عند الاستثمار في الأصول طويلة الأجل عائداً على المصرف ولكنها تستخدم في أصول على درجة كبيرة من السيولة ، والإيراد المتحقق من هذه الأصول يأتي في مرتبة ثانوية .

كيفية تحديد الودائع المستقرة والودائع غير المستقرة (سويلم ، 1998) :

حيث يمكن فصل الودائع المستقرة والثابتة عن الودائع غير المستقرة والمتقلبة كالتالي :

- (1) - تجميع وإعداد أرقام تاريخية من سجلات البنك وتكون عن فترة تتراوح من 5-10 سنوات ، بحيث تكون مدة كافية للكشف عن طبيعة وسلوك الودائع بأنواعها المختلفة ، وقد تؤخذ المتوسطات الشهرية أو الأسبوعية أو طريقة أرصدة الودائع في يوم معين من أيام الشهر، وفي حال استخدام هذه الطريقة على إدارة البنك أن تلتزم بمبدأ الثبات في استخدام مثل هذا اليوم من فترة لأخرى .

(2) - رغم أهمية الكشف عن سلوك الودائع بأنواعها المختلفة إلا أن تحليل الودائع الجارية يجب أن يحظى باهتمام الإدارة ، لأنها بشكل عام تتسم بالتقلب والتغير عكس الودائع الجارية لذلك تتطلب الدراسة والتحليل وذلك بالتركيز على سلوك المودعين أصحابها .

ويمكن تقسيم المودعين أصحابها إلى مجموعات رئيسية :

1/2 ودائع الأفراد أو الودائع الشخصية :

وهذا النوع من الودائع هو من أكبر مجموعات أصحاب الودائع من حيث عدد الحسابات ولكن لا تحتل المركز الأول من حيث قيمة الأرصدة المودعة .

فقط الأعداد الكبيرة لهذا النوع من الودائع يساعد في تعزيز استقرار القيمة الإجمالية للأرصدة المودعة فعمليات الإيداع يقابلها عمليات للسحب مما يجعل الرصيد العام بدون تغيير ، ويعزز ذلك أن الأفراد يفضلون الاحتفاظ بأرصدة جارية في مستوى معين يساوي تقديراتهم لمقدار مدفوعاتهم النقدية ، فلو تعرضت الأرصدة للانخفاض تحت هذا المستوى عمدوا إلى تغذيتها ثانية .

2/2 ودائع الأعمال :

وهذه المجموعة من الودائع ليست كبيرة في الكمية ولكنها كبيرة في القيمة وذلك مقارنة بالقسم الأول من الجارية وهي الودائع الشخصية .

وعلى الإدارة أن تراعي الدورات الاقتصادية ودورات الأعمال حيث تختلف من نشاط إلى آخر .

3/2 ودائع الحكومة أو الودائع العامة :

بالرغم من أن الحكومة تحتفظ بحساباتها لدى المصرف المركزي، إلا أن ذلك لا يمنع بعض الوحدات الحكومية من الاحتفاظ بأرصدة لدى المصارف الأخرى، وخاصة في ظل وجود المصارف التجارية أو فروعها بالقرب من الأجهزة الحكومية .

ويودّع في هذه الحسابات الموارد والاعتمادات السنوية، والاحتياطات المتجمعة من سنوات سابقة والمؤجل إنفاقها لحين إقرار المشروع العام الذي ستوجه للإنفاق عليه ، وقد تتعرض للسحب المفاجئ وبمبالغ ضخمة ، وبالتالي حدوث نذبات كبيرة لا تكفل الاستقرار المنشود في هذا النوع من الودائع الجارية ، وعلى الإدارة أن تراعي ذلك .

3- بعد جمع البيانات الخاصة بالودائع والقيام بالتحليلات اللازمة لتقسيمات المودعين يتم وضعها في شكل بياني .

5. تصنيف الودائع حسب النشاط الاقتصادي للمودعين :

1. ودائع المشروعات التجارية :

وتتميز بتقلب أرصدها نتيجة التقلب في ظروف النشاط الذي تمارسه ، ومن الطبيعي دراسة أوضاعها حتى يمكن التعرف على توقيت السحب الخاص بها من خلال المدى الزمني للموازنة ، ومن ثم وضع السياسات التي تتفق وظروف هذه المشروعات من ناحيتي السيولة والاستثمار .

2. ودائع المشروعات الصناعية :

ترتبط حركة هذه الودائع بالدورة الإنتاجية لها ، فمع بدء هذه الدورة تزيد حركات السحب والتحويلات من حسابات هذه المشروعات، وذلك لتمويل المشتريات اللازمة لها من خامات

ومستلزمات إنتاج وأجور ومرتببات وغيرها ، ومع انتهائها تزيد حركات الإيداع نتيجة لزيادة حركة المبيعات النقدية وتحصيل الذمم والمدينين .

وتستجيب كل من ودائع المشروعات التجارية والمشروعات الصناعية لدوافع المواعمة بين كل من اعتبارات الربحية واعتبارات السيولة (سلطان ، 1993 ، ص 290) .

3. الودائع الزراعية :

وترتبط بالدورة الزراعية المتبعة ، ففي بدايتها تزيد المسحوبات فتقل الأرصدة ، وفي نهايتها عند البيع تزيد الإيداعات ، فتزيد أرصدها .

وقد يحدث سحب منتظم موسمي للمودع لمواجهة النفقات الشخصية له ومثل هذه الودائع تتزايد أهميتها في مصارف الائتمان الزراعي .

4. ودائع المشروعات الخدمية :

وهي ودائع مؤسسات النقل والسياحة والفنادق ، فخلافا للمسحوبات العادية فإنها تحتاج لسحب مبالغ كبيرة من ودائعها لتغطية بعض نفقاتها الرأسمالية مثل تغطية النفقات للتوسع في فروع أخرى أو عمليات التجديد .

5. ودائع أصحاب المهن الحرة والعاملين :

كالأطباء والصيادلة والمحاسبين وغيرها من المهن الحرة .

أما ودائع العاملين تتميز ببقاء أرصدها لفترة، ولو متوسطة بالمصارف التجارية حيث تسحب معظمها بعد وصولها من جهات التحويل (كالمرتببات والمعاشات المحولة) بعدة أيام .

هذه النوعية من الودائع تخضع في حركتها لاعتبارات نفسية وشخصية قد يتعذر تفسيرها أو التنبؤ بها .

المبحث الثاني

العوامل المؤثرة في تنمية الودائع المصرفية

أولاً : العوامل المؤثرة في تنمية الودائع :

أو محددات عرض الودائع : Determinants of Deposits Supply

تشير النظرية الاقتصادية الجزئية إلى أن عرض الودائع يمكن اعتباره دالة لعدد من

المتغيرات التفسيرية ومن أهمها : (سلطان ، 1993)

1. سعر الفائدة الدائنة (سعر الفوائد على الودائع المصرفية) .
2. أسعار الفائدة على البدائل المناظرة (بدائل الأوعية الادخارية التي تعرضها المؤسسات الأخرى) .
3. أسعار البدائل السلعية للأوعية الادخارية المصرفية .
4. أسعار الخدمات المكملة (مثل أنظمة حفظ الأمانات والخزانة الخاصة) .
5. دخل المودع .

وهناك عوامل مرفقية على مستوى الجهاز المصرفي وهي :

1. السمات الأساسية للمصرف (سمعته وأهميته النسبية) .
2. سياسات المصرف (سياسات الودائع ، الإقراض ، الاستثمار وغيرها) .
3. موقع المصرف والمكان الذي يشغله .

- عوامل مرفقية على المستوى القومي :

1. مستوى النشاط الاقتصادي .
2. السياسات النقدية والائتمانية ودورها في تحقيق أهداف السياسة الاقتصادية العامة .
3. مستوى الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي .
4. مدى انتشار العادة المصرفية ومستوى الوعي بالعادة الادخارية وأهميتها قومياً .

(سلطان، 1993) .

أولاً: المتغيرات التفسيرية : تتأثر عملية جذب الودائع بعدة عوامل منها :

1. سعر الفائدة (سعر الفوائد على الودائع المصرفية) .
2. عائد البدائل .
3. دخل المودع .

1. سعر الفائدة على الودائع :

توصف العلاقة ما بين سعر الفائدة الذي يعرضه المصرف على المودعين وحجم الودائع بأنها علاقة طردية ، بمعنى أن بزيادة سعر الفائدة على الودائع يزيد حجم الودائع والتحفيز على الإيداع ، وانخفاض سعر الفائدة على الودائع يؤدي إلى انخفاض حجم الودائع. وبناءً على هذه العلاقة يكون منحنى عرض الودائع الفردي والكلي ممثالاً لمنحنى العرض العادي والذي يتجه من اليسار إلى اليمين ولأعلى ، وتقاس درجة حساسية مقدار الودائع المعروضة للتغيرات التي تطرأ على سعر الفائدة من خلال مرونة العرض .

وأسلوب تحديد أسعار الفائدة على الودائع تتراوح بين سياسة سعر الفائدة الإدارية و تحرير أسعار الفائدة.

أ- سياسة سعر الفائدة الإدارية :

وهي التحديد الثابت بمعرفة المصرف المركزي .

وتكون إجمالي الودائع المعروضة في السوق عند سعر فائدة معين (المرتبط ببعد زمني ما مثل 3 أو 4 سنوات) يمثل المجموع الجبري لجميع الودائع التي تواجه المصارف مجمعة الودائع عند هذا السعر المحدد، مع الأخذ بعين الاعتبار، أن منحنيات العرض يمكن أن تكون ذات مرونة، عرض مختلفة بسبب اختلاف تأثير محددات عرض الودائع من مصرف لآخر

ب- تحرير أسعار الفائدة :

وهي إتاحة الحرية للمصارف المجمع للودائع في تحديدها.

نتيجة لقصور نظام التحديد الإداري لأسعار الفائدة والآثار غير المواتية لهذا النظام وتزايد القوى المؤيدة لتحرير هذه الأسعار ، فقد ظهرت مشكلة تحديد درجة التحول الى نظام تحرير أسعار الفائدة في الدول المتخلفة . وتكمن المشكلة في السرعة التي تتم بها عملية التحول بسبب ما للسرعة في ذلك من آثار ومشاكل خطيرة تهدد النظام المالي القومي (سلطان ، 1993 ، ص 237) .

ومن المتوقع مع سيادة تحرير أسعار الفائدة اختلاف الفوائد على الودائع بالنسبة لكل منها من مصرف لآخر وذلك حسب البعد الزمني.

ومع افتراض بقاء العوامل الأخرى ثابتة تكون الودائع المعروضة أمام كل بنك متمشية بصورة طردية مع سعر الفائدة الذي يعرضه هذا المصرف .

وفي ظل سياسة تحرير أسعار الفائدة واختلافها من مصرف لآخر وتكون مؤثرة فإنها تصبح

أداة من أهم أدوات المنافسة المصرفية ويؤدي التغيير فيها إلى تغيير حجم الودائع والقروض .

2. عائد البدائل :

وهذه البدائل يمكن إجمالها في ما يطلق عليه :

- أسعار الفائدة على البدائل المناظرة (بدائل الأوعية الادخارية التي تعرضها المؤسسات الأخرى) .

- أسعار البدائل السلعية للأوعية الادخارية المصرفية .

- أسعار الخدمات المكملة (مثل أنظمة حفظ الأمانات والخزينة الخاصة وغيرها) .

والمقصود بالبدائل : تلك البدائل التي تتنافس الودائع المصرفية من حيث الأداء كمخزن للقيم .

ويمكن التفرقة بين عدد من البدائل أهمها :

أ- البدائل المالية :

وهي الأوراق المالية (الأسهم والسندات وأذون الخزينة وغيرها) والتي أصبحت منافساً هاماً

في مجال جذب المدخرات الفردية عندما يسمح للأفراد بشرائها .

هنا تتم دراسة العلاقة بين سعر الفائدة على الأوراق المالية ومقدار العرض الخاص بالودائع .

ومن المتصور وجود علاقة عكسية أو سالبة بينهما . فارتفاع سعر الفائدة على السندات مثلاً

يؤدي إلى انخفاض عرض الودائع (سلطان، 1993 ، ص 239).

ويمكن التعرف على درجة الحساسية للودائع المعروضة للتغيرات في أسعار فائدة البدائل

المالية من خلال فكرة المرونة .

ب- البدائل السلعية :

وهي البدائل مثل الذهب والفضة والمجوهرات والأحجار الكريمة ، فارتفاع أسعار الذهب له

علاقة على حجم الودائع بالانخفاض ، فالذهب أصل ثابت القيمة ويدفع الكثيرين ممن

يحتفظون بمدخراتهم في شكل أوعية ادخارية في المصارف إلى سحبها والتحول لشرائه وخاصة في حالات التضخم .

غير أنه من الجدير بالذكر أن العلاقة العكسية لارتفاع أسعار الذهب على عرض الودائع المصرفية لا يكون كبيراً إلا في الفترة القصيرة الآجل ، ففي الآجل البعيد (الطويل) تزداد الودائع نتيجة لقيام الصاغة بإيداع نسبة هامة من حصيله مبيعاتهم الذهبية بالمصارف ، وهذا يعني وجود نسبة تسرب من الإيداعات المسحوبة المبدئية تتجه نحو التداول .

ج- البدائل النقدية :

وهي العملات الأجنبية والتي تكتسب أهمية خاصة في دول العالم الثالث نتيجة لندرة عرض هذه العملات ، حيث انه يدفع بأسعارها في السوق غير الشرعية إلى الإرتفاع المستمر مع تعاضم الطلب عليها ، وقد يكون هذا الارتفاع بمعدلات اكبر من معدلات التضخم السائدة في السوق .

ولكن يجدر الإشارة هنا إلى أن أثر ارتفاع هذه العملات أثر عكسي محدود على عرض الودائع لمحدودية المتعاملين في السوق السوداء لعدم شرعيتها .

3. دخل المودع :

من المعروف أن الدخل يساوي حسب المعادلة التالية والتي تنطبق على المستوى الفردي أو القطاعي أو القومي :

$$\text{الدخل} = \text{الاستهلاك} + \text{الادخار} .$$

وقد لوحظ في المجتمعات الرأسمالية المتقدمة وجود علاقة ارتباط قوية بين الإنفاق الحكومي والودائع أياً كانت الظروف الاقتصادية السائدة . (سلطان، 1993، ص 241)

لذلك كان للسياسات الاقتصادية العامة في تعظيم الدخل القومي وترشيد الاستهلاك أثر بالغ الأهمية في التأثير على عرض الودائع المحتملة والقائمة .

ويمكن قياس أثر التغير في الدخل على الودائع بمعامل مرونة عرض الودائع كالتالي :

مرونة عرض الودائع بالنسبة للدخل = التغير النسبي في عرض الودائع

التغير النسبي في الدخل

$$= \frac{\text{الميل الحدي للإيداع في المصارف}}{\text{الميل المتوسط للإيداع في المصرف}}$$

ثانياً: العوامل المؤثرة في جذب الودائع على مستوى الجهاز المصرفي: (سلطان، 1993)

Effective Factor on Attracting Deposits

1. السمات المادية والشخصية للمصرف .
2. تقديم مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين .
3. تحسين مستوى ونوعية الخدمات المصرفية .
4. موقع المصرف والمكان الذي يشغله .
5. عراقة المصرف وشهرته .
6. السياسات الرئيسية للمصرف (سياسات الودائع ، الإقراض ، الاستثمار ، السيولة ،

رأس المال ، الإيداع)

1. السمات المادية والشخصية للمصرف :

يفضل العملاء دائماً التعامل مع المصارف محل الثقة والتي يعمل فيها عاملون أكفاء حتى يمكنه إيداع أمواله وتركها وهو مطمئن ، ويجذب التعامل مع المصارف التي تقع في الإحياء الراقية ذات السمعة الحسنة ، وهذا يجعل المصارف تهتم بتحسين مبانيتها واستبدال

القديمة بأخرى حديثة ونوعية خدماتها وإدخال الأجهزة الحديثة كالحاسبات الآلية وإعادة تنظيم أماكن العمل الداخلية مثل استخدام أجهزة التكييف والكمبيوتر ، وذلك لتوفير الراحة والسرعة والدقة في الأداء ، ودأب الموظفين في معاملة العملاء بلطف ورحابة صدر بالإضافة إلى السرعة والكفاية في الخدمة ، بالإضافة إلى قيام المصرف بإتباع أساليب تفضيلية تمييزية بين مختلف الودائع لا تستند إلى سعر الفائدة الدائنة فقط وإنما إلى مزايا نقدية وعينية تجذب المودعين .

2. تقديم مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين :

تلجأ بعض المصارف كجزء من إستراتيجيتها إلى تعديل هيكل أسعار الفائدة ولو بشكل طفيف ملحوظ نسبيا لتكون قادرة على مواجهة المنافسة أو استحداث نظم إيداع جديدة كالميزة التأمينية للودائع ، أو ربط العائد على الودائع بأرباح المصرف أو تيسير أنظمة اليا نصيب المجزية ، أو تغيير القيمة الشرائية للنقود، وكل ذلك لاستقطاب وجذب المزيد من الودائع .

3.تحسين مستوى ونوعية الخدمات المصرفية :

فقد أصبح من سمات النشاط المصرفي المعاصر التنوع في الخدمات المصرفية كما ونوعاً . وذلك سواء عند فتح الحساب الجاري أو فتح حساب التوفير أو عند الإيداع في الحساب أو عند السحب منه ، ونجد أن المصارف في إطار التسويق المصرفي تهتم كثيرا في الترويج لخدماتها ، كما تعير اهتماما للعلاقات العامة ، والاهتمام بالعملاء باعتبارهم سادة السوق وفق المفهوم الحديث للتسويق ، وتضع شروطا خاصة في العاملين الذين ترتبط وظائفهم مع العملاء مباشرة من حيث : التعليم والخبرة والتركييب النفسي والتحمل العصبي ، بالإضافة إلى ذلك تهتم المصارف بتدريب الكوادر المصرفية وتأهيلها بهدف تقديم أفضل الخدمات لجمهور الزبائن .

ومن قبيل الخدمات الجانبية التي تقدمها وتكون عاملاً هاماً في جذب العديد من المودعين ليصبحوا مودعين فعلاً في المصرف :

- تقديم نظام السحب من الحسابات الجارية في غير أوقات العمل الرسمية والانجازات.
 - تقديم خدمات الخزائن الخصوصية .
 - توفير مكان انتظار السيارات في المناطق المزدهمة .
- وهذا العوامل وغيرها تكون أساسية للمودع في تفضيله التعامل مع مصرف دون آخر .

4. موقع المصرف أو الوحدة المصرفية :

أصبح للموقع الجغرافي للمصرف تأثير في القدرة على جذب الودائع ، ومن أهم قوى جذب المودعين المحتملين الجدد بسبب صعوبة انتقال معظم السكان من مكان إلى آخر ، وازدياد حركة المرور .

فالمقترض لا يهتم بموقع المصرف ، أي أنه مستعد للانتقال ولمسافات طويلة للحصول على القروض ، ولكن المودع قد لا يهتم بموقع المصرف بقدر ما يهتمه القرب منه ، ومدى توفر موقف للسيارات فيه أو قريب منه . (آل علي ، 2002، ص 145)

ومن الجدير بالذكر أنه لا بد أن يكون النموذج الخاص باختيار مواقع وأماكن الفروع المقترحة واسعاً بقدر الإمكان ، يأخذ في الحسبان كافة العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار المطلوب أيضاً كانت الأهمية النسبية له .

والدراسة المبدئية للسوق تتناول العناصر التالية :

- خصائص الموقع من حيث المكان والمناطق المحيطة به ، واهم مناطق تجمع السكان ، وتوفير وسائل النقل والمواصلات ، ووسائل الاتصالات .

• السكان من حيث عددهم ، لأنه يختلف عدد المتعاملين مع المصرف باختلاف نوع الخدمة المقدمة ، فهناك خدمات مصرفية يمكن أن يتعامل معها كافة العملاء مثل الحسابات الجارية والتوفير ، بينما يقتصر تقديم خدمات بعينها على فئة معينة من الأفراد مثل خدمات الائتمان وخطابات الضمان . لذا يتعين الأمر أن يتضمن التوصيف المتكامل للسكان .

ولابد عند اختيار الموقع مراعاة ما يلي :

- ترك مساحة خضراء بين المصرف والممرات الجانبية خارج المبنى لاعتبارات جمالية والتهوية والتوسع المستقبلي .
- تقديم تسهيلات أماكن انتظار السيارات .
- أن تتم عملية التوسع المستقبلية بسهولة بدون أي إعاقة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء .

5.عراقة المصرف وشهرته :

المصارف التي تؤسس في منطقة ما تخلو من المصارف قبلها ، تستطيع إنشاء علاقات مع عملائها ، وتحافظ عليها ، تحتل مركزاً متميزاً به على المصارف الجديدة ، فالأولاد تتعامل غالباً مع المصارف التي يتعامل معها أبائهم ، ويتعامل المديرون الجدد في منشآت الأعمال مع المصارف التي تعامل معها المديرون السابقون . وهكذا (آل علي ، 2002، ص 145)

6.السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف :

كلما كانت السياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى التي يمارسها المصرف سليمة وصائبة ، دل ذلك على مهارة الإدارة والحكم على كفاءتها والمصارف التي تتمتع بسيولة في الأوقات العصيبة ، تكون سمعتها بين الجمهور جيدة ومصدر للثقة في هذا المصرف، وهو الحالة التي يستطيع اجتذاب الزبائن المرتقبين وزيادة العملاء الحاليين ،

وكلما كانت نظم المصرف الداخلية قائمة على أساس علمي كلما تمتع المصرف بأعلى قدر من الثقة والسمعة الحسنة ، كذلك يفضل العملاء التعامل مع المصارف التي تتسم بمتانة مركزها المالي حيث أن مقدرة المصرف على جذب الودائع تتحدد بمدى متانة مركزه المالي ومدى سيطرته على السوق، ومعدل تركزه في سوق الودائع و الذي يمكن الاستدلال عليه بالتقارير المالية المنشورة، ومن المصرف المركزي وأية مؤسسات ذات علاقة وهو الأمر الذي يؤثر مباشرة على زيادة الودائع .

فالثقة وسمعة المصرف المالية والاعتبارية عوامل مهمة جداً لنجاح المصرف في جذب المودعين والمحافظة على المودعين الحاليين .

ثالثاً : عوامل مرفقية على المستوى القومي :

يتأثر حجم الودائع الكلي بمجموعة من العوامل المرفقية القومية والتي تشترك في سمة وهي خروجها عن نطاق ارادة إدارة المصرف وفي مقدمة هذه العوامل : (سلطان ، 1993)

1. مستوى النشاط الاقتصادي .
2. السياسات الاقتصادية العامة ودورها في حجم الودائع .
3. مستوى الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي في المجتمع .
4. مدى انتشار العادة المصرفية ومستوى الوعي بالعادة الادخارية وأهميتها قومياً .

1. مستوى النشاط الاقتصادي:

هناك علاقة قوية بين حجم الودائع المصرفية وأوجه الدورة الاقتصادية ، فيزيد حجم الودائع خلال فترات الرواج وفي هذه الفترة تتزايد حدة المنافسة بين المصارف وبما يكفل تسرب الودائع من مصرف إلى آخر ، ويحدث العكس في حالات الركود .

2. السياسات الاقتصادية العامة ودورها في حجم الودائع :

السياسات الاقتصادية التي تنتهجها الدولة تحقيقاً لأهدافها ، لها آثار هامة على حجم الودائع بالمصارف التجارية :

أ. السياسات المالية (سلطان ، 1993 ، ص ص 255-256)

سياسة الإنفاق العام : كلما زاد الإنفاق العام ، كلما زاد حجم الودائع المصرفية لعدة اعتبارات منها :

- ظهور فئات جديدة في المجتمع تحقق دخولاً غير عادية .
 - زيادة الإنفاق على المشروعات العامة يزيد من دخول الفئات المستفيدة منها والتي تتعامل معها ، ويصدق ذلك على إنفاق الهيئات وتأثيرها على الودائع ببنوك المحليات .
- ب . السياسة الضريبية :

بصفة عامة نجد أنه كلما زادت الضرائب كلما حد ذلك من نمو الودائع . فمثلا تؤدي زيادة الضرائب المباشرة إلى الحد من الدخول المتاحة للإنفاق ومن ثم تخفيض الفائض عن الإنفاق الاستهلاكي الموجه كمدخرات . من ناحية أخرى ، فإن الضرائب غير المباشرة أيا كانت صورها تسهم في رفع أسعار السلع والخدمات مما يعني زيادة المستهلكين لإنفاقاتهم النقدية حتى يحافظوا على مستوياتهم الحياتية ، ويعني ذلك في النهاية تخفيض المدخرات العائلية في المجتمع .

ج . سياسة القروض العامة : كلما زادت الدولة من حجم قروضها الداخلية وزادت من إصداراتها العامة لأذون وسندات الخزانة كلما كان ذلك دافعا إلى الحد من المدخرات الموجهة للإيداع بالمصارف .

ء . السياسات النقدية والائتمانية :

* سياسة الإصدار النقدي : كلما زاد هذا الإصدار زاد عرض النقود ومن ثم تزيد الودائع بالمصارف .

* نسبة الاحتياطي النقدي والسيولة : كلما زادت النسبتان بصفة عامة كلما قلت مقدرة البنوك على خلق الودائع .

- سياسة أسعار الفائدة :

كلما زادت سعر الفائدة المدينة كلما زاد حجم الودائع الكلية .

وكلما زادت أسعار الفائدة الدائنة كلما حد ذلك من عمليات الإقراض ومن ثم عمليات خلق الودائع المصرفية .

ه . السياسات السعرية :

مع سيادة قوى الطلب والعرض الحرة في الأسواق تتجه الأسعار للتزايد في ظل حالات زيادة الطلب مع ثبات العرض، فإذا تدخلت الحكومات لوضع سعر إداري أقل من سعر السوق الحرة لسلعة ما تكون النتيجة أن فائض الطلب المكبوت يعبر عن نفسه في السوق السوداء (وهي سوق حرة) بدفع السعر فيها الأعلى مما كان عليه لو لم تتدخل الحكومة ، وبصفة عامة ، توجد علاقة عكسية بين الأسعار وحجم الودائع .

3.الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي :

فالاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي يؤدي بالتبعية إلى زيادة الثقة في الجهاز المصرفي وزيادة الإقبال والتعامل مع المصارف ، فهي تحتاج إلى بيئة مستقرة للنمو والازدهار .

4. إدراك الجمهور بأهمية التعامل مع النظام المصرفي أو انتشار العادة المصرفية :

حيث تدل الإحصائيات والبيانات أن الاهتمام بالأنظمة المصرفية ، والتعامل معها يكون واسع النطاق في البلدان والمجتمعات المتقدمة أكثر منها في البلدان النامية ، فالمجتمعات التي تكون فيها الثقافة المصرفية أو العادة المصرفية شائعة ، تميل أنظمتها المصرفية إلى النمو والازدهار ، نتيجة لارتفاع مستويات المعيشة والتعليم وزيادة مقدره أجهزة النقل والاتصال وارتفاع مستوى الخدمة المصرفية .

وانتشار الوعي المصرفي يؤدي إلى تيسير مهمة الجهاز المصرفي في جذب وتنمية الودائع ويوصف مستوى الوعي المصرفي في فلسطين بأنه ضعيف، إلا أن ذلك نابع من ظروف مر بها المجتمع الفلسطيني ، كان أهمها الاحتلال العسكري وما رافقه من انتشار للمصارف الإسرائيلية التي كانت تهدف إلى تكريس هذا الاحتلال ، والواقع أن مشكلة الوعي المصرفي هي مشكلة قصيرة ومتوسطة المدى ، ذلك لأن انتشار المصارف أثار ويثير التساؤلات المستمرة بين الجمهور ، كما أن هناك نسبة من الجمهور تتعامل مع المصارف خاصة الموظفين والتجار وكبار المصنعين وغيرهم (عاشور ، 2003 ، ص 452) .

أهم دوافع الادخار السيكولوجية :

- أنظمة الإيدار المطلوب تسويقها وعلاقتها التفاضلية بغيرها من الأنظمة الادخارية المصرفية والتي تتيحها البنوك الأخرى لعملائها ، والأنظمة الادخارية غير المصرفية مثل أنظمة الادخار الخاصة بشركات التأمين ، أنظمة الادخار المالي .
- مدى الثقة في المصرف والذي تعد محصلة توليفة سياساته المختلفة المتبعة تجاه الودائع والائتمان والسياسات الاستثمارية .

- سياسة الإنتشار الجغرافي والوصول بالخدمات المصرفية إلى العملاء القائمين والمحتملين في أماكن تواجدهم .
- الأنشطة التسويقية والإعلانية بالبنك والتي تبدأ من موظف الجيشية ، وهو نقطة أساسية في العملية التسويقية برمتها .
- مدى التقدم في أسلوب تقديم الخدمة المصرفية . وهنا يعد أسلوب نماذج الانتظار من أفضل الأساليب في التقليل من وقت انتظار العملاء .
- ومما لا شك فيه أن موظف الجيشية (موظف التسويق والبيع) وهو الشخص المنوط بيه تسويق الأوعية الادخارية وبيعها للمودعين يعد أفضل إعلان للمصرف التجاري .وقيامه ببيع خدمة أو وعاء ادخاري يتطلب دراسة ثلاثة عناصر هي :
 - أ- موظف الشباك :

وذلك من حيث شكله الخارجي (مظهره ، مدى أناقته ، سماته البدنية ، الصوت) وتصرفاته لاسيما من حيث الوفاء بالوعد .

 - ب- الخدمة التي يعرضها على العميل :

يتوجب على المصرف أن يتصرف على طبيعة الخدمة أو الوعاء التي يقدمها للمودع فعليه أن يلم بتفاصيل الأنظمة والأوعية الادخارية التي يقدمها المصرف ومميزاتها مع مقارنتها مع نظائرها في المصارف الأخرى، وسرعة الرد على أي استفسارات من قبل المودعين .

 - ج- معرفة العميل المحتمل :وتكمن مهمته هنا في مساعدة المودع على اتخاذ قرار في الاختيار والمفاضلة ما بين الأوعية الادخارية للمصرف ، ويكون من الأهمية القصوى معرفة دوافع الشراء لدى المودع .

بصفة عامة كل عميل محتمل أو متوقع يكون لديه باعث أو دافع يدفعه إلى الافتراق عن نفوذه لرغبته مثلاً في شراء شيء ما ، في مقدمة هذه الدوافع أو البواعث :

• باعث المتعة أو الراحة النفسية :

يعتبر هذا الدافع جوهرياً لأنه المسئول الأول عن شراء مختلف أنواع السلع والخدمات المحققة للراحة مثل شراء المنازل الفخمة والسيارات المترفة والأدوات الكهربائية الحديثة ، فالحصول على مثل ذلك يدفع العميل إلى التنازل عن النقدي الحاضر مقابل أن يحصل عليه في تاريخ زمني قادم على سيولة يستطيع بها أن يشتري مثل هذه السلع ، ومن هنا يمكن اعتبار الأوعية الادخارية قصيرة الأجل في السيولة أو المتوسطة من أفضل أدوات إشباع هذا الباعث

• الرغبة في الشعور بالأهمية :

وهي الرغبة في التسلط وفرض الشخصية والشعور بأن الآخرين يعتبرونه من عليّة المجتمع وهنا على رجل الجيشية الحصيف أن يلبي هذه الرغبة للمودع ، ويشعره بأهميته فلا يحتكر الكلام وحده ولا يستأثر لنفسه بكل الوقت بل ينصت له ويعترف بوجاهة رأيه بلباقة واحترام مع استخدام وسائل المدح دون إسراف .

فهذا الدافع يعني رغبة العميل في التمييز ، وهو الأمر الذي يتوفر في كثير من العملاء الذين يحاولون السعي وراء السياسة أو المال أو الفن .

• باعث الكسب المادي والنقدي :

النقود هي أحد رموز القوة وعنوان النجاح في الحياة ، فالحصول على عائد نقدي سبب رئيسي في الاشتراك في بعض الأوعية الادخارية .

• باعث التقليد والمحاكاة :من مظاهر تحقيق العظمة الفردية ميل الإنسان إلى تقليد من هم أعلى منه مركزاً وأعظم منه شأنًا وتقليد الكبار ، وهنا يلعب أثر المحاكاة دوراً بالغ

الأهمية في زيادة حدة هذا الباعث لاسيما من خلال وسائل الإعلان والدعاية المقروءة والمرئية منها على وجه الخصوص .

وأثر المحاكاة يعتبر محصلة لثلاثة آثار مجتمعية هي :

• أثر مسابقة الركب :

والمقصود به : "الزيادة في طلب الفرد على سلعة ما أو خدمة (ومن ثم على نوعية ما من الأوعية الادخارية) لمجرد مسابقة من يطلبها من الآخرين" (سلطان ، 1993 ، ص305) . وهو يغذي الرغبة في اقتناء السلعة أو الوعاء الادخاري ، وهو دالة متزايدة لحجم الطلب في السوق على السلعة أو الوعاء الادخاري .

• أثر المظهرية أو اثر فلبن The Veblen effect : ويقصد به ظاهرة الاستهلاك الترفي ، وهو دالة متزايدة لسعر الوحدة من السلعة من ثم فهو فيما يتصل بالأوعية الادخارية دالة متزايدة لأسعار الفائدة .

• أثر الانفراد لديه في الاستهلاك أو السلوك الادخاري :

ويقصد به القدر الذي يخفض الفرد به طلبه على سلعة ما عندما يشيع استهلاكها بين أفراد اقل منه شانا وقدرًا من وجهة نظره هو ، وهو يعتبر دالة متناقصة لحجم الطلب في السوق على هذه السلعة .

وفيما يتصل بالسلوك الادخاري موجود في حالة انتشار عمليات ايداع النقود في وعاء ادخاري ما كالحسابات الجارية .وهنا يتجه بفعل هذا الأثر إلى تحويل أرصده النقدية إلى وعاء ادخاري آخر غير منتشر في المنطقة مثل الإيداع لأجل للتميز والانفراد بالسلوك الادخاري عن عامة المودعين .

- الفضول والرغبة في التجارب الجديدة :

مثل الخوض في تجارب لم تحدث من قبل كالقيام بالرحلات السياحية للبعض والسياحة الداخلية بالنسبة للبعض الآخر وغيرها مما يسهم في تخفيف العبء اليومي الروتيني .
وتنعكس هذه الرغبة في مجال الإيداع المصرفي بمحاولة البعض القائمين والمحتملين التعرف على كل جديد في مجالات الأوعية الادخارية وما تتضمنه من مزايا .

- الملكية والرغبة في التملك :

يوجد لدى الكثيرين من الأفراد الرغبة القوية في امتلاك أشياء من الثروات العقارية والمنقولة كالعمارات، والشقق، والمجوهرات والأراضي الزراعية، وغيرها من الأشياء التي تحتاج إلى قدر من الأموال يختلف مقداره من هدف لآخر من أهداف التملك ، لذا يلجأون إلى وحدات الجهاز المصرفي لإيداع مدخراتهم وتراكمها عبر الزمن في المصارف التجارية حتى يصلوا إلى المقدار الذي يمكنهم من امتلاك لهذه الأشياء .

- الشعور بالأمان :

عنصر الأمان وتحقيقه عبر الزمن يعد في مقدمة الدوافع نحو الادخار ، من هنا استحدثت الحكومة أفكار الضمان الاجتماعي والتأمين ضد البطالة والإسكان الشعبي ، وتعد شهادات الادخار بأنواعها المختلفة في مقدمة الأوعية الادخارية المحققة لهذا الباعث على الادخار (دافع الاحتفاظ بالنقود لأغراض المعاملات الآجلة ولأغراض الاحتياط للطوارئ) .
فمن الأقوال المعروفة : أن رأس المال الخاص يتصف بالجبن ، لذا كان الشعور بالأمان له أهمية خاصة وبالغة لدى المودع ومثل هذه الدوافع وغيرها خاصة بالسلوك الإنساني الفردي والقطاع العائلي .

ثانياً : العوامل المؤثرة في عدم استقرار الودائع :

Factor Effective the Deposits Non-Stability

توجد عدة عوامل تؤثر في عدم ثبات الودائع وتقلبها ، ويقصد بتقلب الودائع : هي تلك الودائع التي تخضع لعمليات السحب والإيداع المتكررة خلال فترة زمنية معينة ، سواء أكان على مستوى المصرف الواحد أم على مستوى الجهاز المصرفي ككل (آل علي ، 2002، ص 146).

من أهم العوامل :

1. المنافسة بين المصارف للحصول على الودائع :

Competition Among Banks to win Deposits

وهي من أهم العوامل المؤثرة في حجم الودائع على مستوى المصرف الواحد ، وعندما تكون المنافسة على الودائع لا تتضمن إلا تحويل الودائع من مصرف إلى آخر فإن الجهاز المصرفي ككل لا يكسب ودائع جديدة بل هي عملية إعادة توزيع للودائع بين المصارف المكونة له .

وبالعكس لو كانت هذه المنافسة تتعدى حدود التوزيع إلى تشجيع إيداعات جديدة، كانت محفوظة في السابق خارج الجهاز المصرفي، فإن العملية هنا هي كسب ودائع جديدة .

2. التقلبات الموسمية : Seasonal Unstability

تتعرض ودائع المصرف الواحد لتقلبات موسمية ، خاصة المصارف التي تتركز فروعها في مناطق تعتمد اقتصادياتها على قطاع واحد ، أو مجالات محدودة غير متنوعة كالمناطق الزراعية ذات الموسم الواحد .

ويلاحظ أن المصرف التجاري الواحد يخضع لضغطين هما (آل علي ، 2002 ، ص

:146)

1. انخفاض في الودائع النقدية المناسبة له .

2. زيادة في طلبات الاستقراض وذلك بأن العملاء في هذا الموسم يسحبون ودائعهم لغرض مواجهة ما يترتب عليهم من مدفوعات ثم يتقدمون بطلبات القروض بعد استنفاد أرصدة ودائعهم، أو وصولها إلى الحد الأدنى ويحدث العكس بالنسبة للجهاز المصرفي ككل وذلك لأن زيادة القروض تعني في الوقت ذاته نمو الودائع المشتقة .

كما أن الجهاز المصرفي ككل يتعرض لقليل من التقلبات الموسمية وذلك نتيجة انخفاض الودائع في بعض المنشآت، والقطاعات الاقتصادية الحيوية مع ارتفاعها في منشآت وقطاعات أخرى .

3. التقلبات الدورية أو الدورة الاقتصادية : Economical Cycle or Periodical

Changes

تتغير الودائع في فترات الانتعاش والركود ، ونمطها يكاد يماثل نمط تبادل التقلبات الموسمية ، كما أن المصرف المركزي يستطيع التأثير في حجم الاحتياطات النقدية لدى المصارف التجارية بصورة مباشرة ، فهو يستطيع تخفيض نسبة الاحتياطي القانوني أو إعادة الخصم، والإقراض لصالح المصارف أو شراء الدين العام من الجمهور أو من المصارف مباشرة ، إضافة لفرضه قيوداً متعددة على أنواع معينة من القروض والاستثمارات ، وبذلك يستطيع معاكسة التقلبات الاقتصادية.

4. التقلبات طويلة الأمد : Long – Term Unstabilities

ودائع المصرف الواحد في الجهاز المصرفي ترتبط بعدد سكان المنطقة التي يمارس نشاطه فيها ومستوى دخلهم ، وتتفاوت البلاد في درجة نموها ، فتدهور مناطق وأخرى تزدهر على مر الزمن ، والودائع بشكل ملحوظ تتبع هجرة السكان وانتقالهم فهي تتجه حيث يتجه السكان ، وازدهار مناطق معينة في الأمد الطويل من حيث استغلال الثروات الطبيعية وإيجاد منشآت أعمال جديدة ، يستدعي جذب الأموال من المناطق القديمة إذا كانت الودائع لا تكفي لسد حاجات التطور السريع .

وهذه التقلبات في العادة تكون بطيئة ويمكن مراقبتها من قبل المصرف وبالتالي خفض عملياته في المناطق المتدهورة وزيادتها في المناطق المزدهرة

5. نشاطات الحكومة في المنطقة : Government Activities Regional

يزداد حجم الودائع في المصرف التجاري الواحد في تلك المناطق ، أو المحافظات التي تزداد فيها فعاليات الحكومة، ويرتفع فيها حجم الإنفاق العام (آل علي ، 2002، ص 147) ، إذا تشهد مناطق إنشاء المشاريع العامة نمواً ملحوظاً في الودائع مقارنة بالمناطق الأخرى ، كما تزداد الودائع في المناطق التي يوجد فيها الدوائر الحكومية وأجهزتها بالقياس مع غيرها من المناطق التي تقل أو تخلو منها .

ثالثاً : دوافع أو محددات الطلب في سوق الودائع : Determinants Of Deposits Demand

1. المعاملات أو المبادلات : Transactions

ويتطلب من الأفراد الاحتفاظ برصيد نقدي لمواجهة مطالب الحياة اليومية .

2. الاحتياط للطوارئ : Precautionary Motive

ويتطلب من الأفراد والمنشآت الاحتفاظ بجزء من الأصول على شكل نقدي لمقابلة بعض الأخطار الفجائية وغير المتوقعة .

3. المضاربة : Speculative

ويتطلب الاحتفاظ بالنقود السائلة لمواجهة احتياجات المضاربة وتحقيق الأرباح نتيجة تغيير الأسعار في أسواق الأوراق المالية .

والطلب وفقاً للدافعين : الأول والثاني يعد طلباً مشتقاً من الطلب النهائي على السلع والخدمات ، أما الطلب وفقاً للدافع الثالث فهو طلب ذاتي أو مباشر .

والطلب على الودائع يمثل جزءاً من الطلب على النقود ، ومن ثم فهو يتأثر بالودائع الثلاثة المشار إليها سابقاً .

ويتحدد هذا الطلب بثلاثة مجموعات من المتغيرات التفسيرية وهي : (سلطان ، 1993 ، ص 260)

أ- مجموعة العوامل الموضوعية :

وتشمل سعر الفائدة (المدينة والدائنة) ، دخل المدخر ، أسعار البدائل .

ب- مجموعة العوامل الشخصية أو السلوكية :

السلوك الاستهلاكي للمدخر ، دوافع الادخار ، الإعلان عن الأوعية الادخارية .

ج- المحددات الهيكلية المكملة : البعد الزمني ، والبعد المكاني .

○ أسعار الفائدة (الدائنة والمدينة) :

يلعب التغيير في هيكل أسعار الفائدة دوراً بالغ الأهمية في التأثير على الطلب على

الودائع بوصفه المحدد الأساسي لهذا الطلب ، والعلاقة بين المتغير التفسيري (سعر الفائدة)

والتغير التابع (الطلب على الأموال المودعة) علاقة عكسية سواء تعلق الأمر بسعر الفائدة المدينة أو الدائنة .

فالتغير في سعر الفائدة على الودائع بالارتفاع لا يحفز المودعين على سحب أموالهم من المصارف والعكس صحيح .

بمعنى أن العلاقة عكسية ما بين سعر الفائدة الدائنة والطلب على الودائع من قبل أصحابها.

كذلك الحال بالنسبة للفائدة المدينة والطلب على الأموال المصرفية لأغراض الاقتراض .

لذلك منحى الطلب على الودائع يأخذ منحى الطلب العادي ويتم قياس العلاقة بين المتغيرين من خلال مرونة الطلب على الودائع بالنسبة لسعر الفائدة .

○ العائد على البدائل :

في ظل الظروف العالمية للأسواق المالية المنتظمة للغاية في العالم المتقدم ، يؤدي الانخفاض في أسعار الفائدة على الأوراق المالية مقارنة بأسعار الفائدة المصرفية (المدينة والدائنة) إلى تحول الوحدات الاقتصادية إلى طلب الأموال بعيدا عن المصارف التجارية ، فالعلاقة بين التغير في أسعار الفائدة على البدائل والطلب على الأموال المودعة (سحب الودائع) بالمصارف التجارية علاقة طردية .

○ مستويات الدخل :

يؤدي الارتفاع في الدخل إلى الحد من الطلب على الأموال المودعة بالمصارف التجارية ، فالعلاقة بين المتغيرين علاقة عكسية . ويمكن قياسها من خلال مرونة الطلب الداخلية على الودائع .

○ مستويات الأسعار : تعتبر الأسعار من أهم محددات الاستهلاك الهامة ، فارتفاع الأسعار يزيد من نفقات المعيشة ومن ثم يزيد الإنفاق النقدي للحفاظ على نفس مستوى الدخل الحقيقي السابق مما يزيد مع الطلب على الودائع .

○ رغبة الفرد في الادخار :

إذا رغب الفرد في تحقيق حجم معين من الادخارات واقترب فعلا منه ، تقل رغبته في الإدخار ، ومن ثم تقل حركته للإيداع في المصارف التجارية ، من هنا نجد أن انخفاض مستوى المدخرات التي يرغب الفرد في تحقيقها - لسبب أو لآخر - يترتب عليه زيادة حركات السحب من ودائعه بالمصارف إذا كانت تفوق هذا المستوى المرغوب فيه .

رابعاً : الفائدة الضمنية **Implicit Interest** :

يقصد بها : مجموع الفوائد التي يحصل عليها الزبون على شكل خدمات من جراء إيداعه مبلغاً معيناً على شكل وديعة لدى المصرف (آل علي ، 2002 ، ص 148) .

ويتم احتساب الفائدة الضمنية بالمعادلة التالية :

$$\text{معدل الفائدة الضمنية} = \frac{\text{مجموع التكاليف المقدمة للزبون}}{100 \times \text{مقدار الوديعة}}$$

مجموع التكاليف = تكلفة تحصيل الصكوك المسحوبة على الزبون + تكلفة تحصيل الصكوك المسحوبة لصالح الزبون + تكلفة الخدمات الإضافية المقدمة للزبون .

تكلفة تحصيل الصكوك المسحوبة على الزبون = عدد الصكوك المسحوبة على الزبون X تكلفة الصك المسحوب على الزبون .

تكلفة تحصيل الصكوك المسحوبة لصالح الزبون = عدد الصكوك المسحوبة لصالح الزبون X
تكلفة الصك المسحوب لصالح الزبون .

ويتم حساب صافي أرباح المصرف نتيجة الاستثمار في الوديعة من المعادلة التالية :
صافي الأرباح المتحققة للمصرف = مجموع الإيرادات المتحققة للمصرف - مجموع التكاليف
المقدمة للزبون .

مجموع الإيرادات المتحققة للمصرف = القوة الاستثمارية للوديعة X معدل العائد على
الاستثمار .

القوة الاستثمارية للوديعة = مقدار الوديعة X (1 - نسبة الاحتياطي القانوني) .

خامساً : التنبؤ بحجم الودائع :

الإطار العام للتنبؤ المستقبلي بالودائع المصرفية :

وهو التنبؤ بحجم الودائع المصرفية المتوقعة كماً وكيفاً في إطار تخطيط نشاط المصرف .
بصفة عامة ، يمكن القول بأن البنوك لا سيما التجارية منها تمثل المرآة التي تعكس نقاط
الضعف والقوة في الاقتصاد القومي (سلطان ، 1993، ص 278) .

ويتعين أن تتضمن الموازنة التخطيطية للمصرف :

1. تنمية الودائع كماً وكيفاً والتوسع في عمليات تمويل المشروعات أي تدبير الموارد المالية اللازمة للمساهمة بشكل فعال في تمويل خطة التنمية الاقتصادية القومية .
2. توفير السيولة لمواجهة السحب من قبل المودعين .
3. اعتبار الربح هدفاً رئيسياً من أهداف المصرف .

وما يهم الدراسة هنا هو مجال الودائع :

أ- أن يتم التنبؤ بحجم الودائع المتوقع تحقيقها في نهاية الفترة التي تعد عنها الموازنة التخطيطية .

ويعرف التنبؤ : بأنه إسقاط على المستقبل بهدف التعرف على سلوك الظاهرة أو المتغير محل الاهتمام (وهنا هو الودائع) بالمقارنة بالسلوك الماضي والحاضر (سلطان ، 1993، ص279) .

وكانت العادة أن يتم التنبؤ في المصارف على أساس من الخبرة السابقة للباحث القائم بعملية التنبؤ، مع الأخذ بعين الاعتبار التطور التاريخي لأرصدة الودائع، وتحديد قيمة التغيير السنوي فيها .

وفي هذا المجال تتم عملية التنبؤ المستقبلي لحجم الودائع ومدى مقدرتها على مقابلة الالتزامات لدى المصرف .

ب- الدراسة الاقتصادية لكافة الظروف المتوقعة وأثر بعض العوامل على حجم الودائع (إجماليتها ولكل نوع على حدة) :

وهذه الدراسة تكون خلال بعد زمني مستقبلي .

يوجد عدد كبير من العوامل التي تؤثر على الدقة في التنبؤ بحجم الودائع المستقبلية منها:

1. الاستقرار السياسي والاقتصادي في الدولة وانعكاساتها على العملة المحلية (الوطنية)
2. حجم السكان وهياكل توزيعهم السنوية ، الجنسية ، تحركاتهم الدائمة والمؤقتة داخلياً وخارجياً ، قطاعات النشاط الاقتصادي .

3. التجارة الخارجية والنتيجة النهائية لميزان المدفوعات للدولة .

4. حجم الناتج القومي وبنود هيكله الرئيسي .

5. توليفة أدوات السياسة الاقتصادية العامة للدولة المتوقعة خلال فترة التنبؤ .

6. موسمية النشاط الاقتصادي مثل القطاع الزراعي .

ويوجد عدة أنواع للتنبؤ بحجم الودائع وهي :

1. التنبؤ الاقتصادي : حالة الاقتصاد المحلي والقومي والعالمي ويكون له أهمية بالغة في

الدولة التي تأخذ بسياسات التحرر الاقتصادي .

2. التنبؤ التقني أو التكنولوجي : التغييرات الفنية بالنسبة لمستويات الحالة والاستهلاك

للتعرف على اثر هذه التغييرات على التكنولوجيا الحديثة المستخدمة .

3. التنبؤ بسلوك الوحدات المنافسة : أي ردود الأفعال تجاه التغيير لسعر الخدمة المزمع

تقديمها مستقبلاً .

4. بحوث التسويق والسوق : وهي القائمة على جمع وتحليل الحقائق المتعلقة بتسويق

الخدمة .

وتواجه عملية التنبؤ عدة صعاب من أهمها (سلطان ، 1993 ، ص ص 251 - 252) :

1. الارتباط بين الخدمة المصرفية والتشريعات الاقتصادية التي تسنها الدولة وكذا الأحداث

السياسية حيث تؤثر القرارات على حجم الودائع (والقروض والتدفقات المالية) التي تتم

بالبنوك .

2. ارتباط حجم النشاط المصرفي بالحالة النفسية العامة لجمهور المتعاملين وبمدى توفر

الوعي المصرفي لاسيما مع ما يتصف به السلوك البشري من عشوائية ، وما يمكن أن يتسبب

في حالات انحراف عن السلوك الطبيعي المعتاد لخط العلاقة المتنبأ بها .

3. مدى ما يمكن للبنوك أن تقدمه من تطوير ودعم لخدماتها وأنظمتها في المستقبل وبما

يزيد من الطلب على نوعية معينة من الخدمات .

4. التعدد في خدمات البنك التجاري وتباينها وصعوبة تحديد العوامل المؤثرة في كل منها
وشدة الارتباط بين العوامل .

سادساً: حماية الودائع :

تهدف الحكومات في كل دول العالم إلى حماية ديون المصارف التجارية والمتمثلة في
ودائعها، فهي دين على المصرف لمودعيها ، وأي خطر فيها يمكن أن يهدد سلامتها ودرجة
الثقة فيها مما قد يهدد الجهاز المصرفي ككل .

وتستطيع الحكومة المساهمة في حماية الودائع بوسائل عديدة منها :

1- مراقبة المصارف :

عن طريق المصرف المركزي .

2- مساعدة المصرف المركزي للمصارف التجارية :

عن طريق إعادة الخصم للأوراق التجارية والأوراق المالية والقروض ، وتخفيض نسبة
الاحتياطي القانوني ، حتى يستطيع المصرف المركزي تخفيف أزمات السيولة التي تتعرض
لها المصارف التجارية بالإضافة إلى الحماية، التي يوفرها المصرف المركزي عن طريق
التسهيلات الائتمانية للمصرف التجاري الذي يتعرض للصعوبات المالية .

3. الملكية العامة :

توفر ملكية الدولة للمصارف التجارية أو عدد منها عنصر الحماية لأموال المودعين في
هذه المصارف ، فالدولة هي الضامن الكامل لهذه الودائع ، وتعد الملكية العامة للمصرف
التجاري عنصراً هاماً ورئيسياً في اجتذاب أموال المودعين نظراً لضمان الدولة لهذه الودائع
مما يلغي عنصر المخاطرة لدى المودع .

4. التأمين على الودائع :

وهو نوع جديد ومستحدث للضمان هو التأمين على الودائع ، واتبعتة فقط بنوك المراكز المالية العالمية ولاسيما سويسرا وأمريكا والهند واليابان ولبنان وهو نظام يقضي بأن تدفع هذه المصارف أقساط تأمين سنوية بنسبة من ودائعها لشركات التأمين على الودائع في حدود مبالغ معينة ، وتستوفي شركات التأمين من المصارف التجارية أجوراً سنوية كما تقوم باستثمار أموالها هي والحصول على عوائد لغرض تجميع احتياطات تمكنها من القيام بمهامها .

وللتأمين على الودائع غرضان هما :

1- تدعيم ثقة المودعين بالنظام المصرفي .

2- حماية المودعين .

وتستطيع هذه الشركات إتباع واحدة من الطرق الثلاث التالية لتحقيق أغراضها :

1. تولي إدارة المصرف الذي يواجه صعوبات كبيرة وذلك نيابة عن مجلس إدارته ، ودفع

ودائع المودعين منه لحد معين ثم تقوم بتصفية أصول المصرف والحصول على ما

يساوي أو يقارب ما دفعته للمودعين .

2. إقراض المصرف الضعيف أو شراء منه بعض الأصول أو إيداع بعض المبالغ فيه بما

يمكنه من مواجهة التزاماته والبقاء في الوجود دون تصفية .

3. ترتيب دمج المصرف الذي يواجه صعوبات مالية مع مصرف آخر سليم في سياساته

ووضعيته المالية .

الفصل الثالث

السياسات والاستراتيجيات لإدارة الودائع المصرفية

في ظل نظرية إدارة الخصوم

أولاً : السياسات والاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع.

ثانياً : نظرية إدارة الخصوم .

ثالثاً : أدوات إدارة الخصوم .

أولاً : السياسات والاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع:

سياسة الودائع : Deposits Policy

تعتبر الودائع من أهم مصادر التمويل للمصارف التجارية لذلك تحرص المصارف على تنميتها من خلال تنمية الوعي المصرفي والإدخاري بالتوسع في فتح المزيد من الوحدات المصرفية وتبسيط إجراءات التعامل من حيث السحب والإيداع ورفع كفاءة الأوعية الادخارية.

مفهوم السياسة : هي مجموعة من القواعد توضع على مستوى عال من السلطة ، وبذلك فهي تخلصهم من ضرورة اتخاذ قرارات جديدة في المشاكل المماثلة ، وتعتبر بذلك " مديراً " يرد على أسئلة " المرؤوسين " بسرعة ، وتترك بذلك للرؤساء فرصة التفرغ للمشاكل الجديدة (سويلم ، 2001 ، ص 204) .

واستخدام السياسات يقلل الشك والتردد الذي قد يشعر به المنفذون لها في حال عدمها ، وهي مقاييس تحدد التصرفات الخاطئة من وجهة نظر الإدارة العليا ولذلك فهي تعتبر أداة من أدوات الرقابة وعنصراً هاماً من عناصر التخطيط .

ولابد أن تكون السياسات مستمدة من وتؤدي إلى تحقيق الأهداف الموضوعية ، وأن تكون مرنة وإلا فقدت أهم خاصية لها وأصبحت تعليمات .

ومن أهم السياسات المصرفية هي سياسة الودائع المصرفية ومنها :

أ- سياسة الخدمات المصرفية :

وهي تتناول كافة الجوانب المتصلة بتحديد أنواع الخدمات المصرفية المقدمة للمودعين مع تطويرها وإضافة أنواع وأشكال جديدة منها لإشباع رغبات المودعين وبما يكفل تحقيق أهداف المصرف .

ب- سياسة ترويج خدمات المصرف :

ومن خلالها يتم الاتصال بالعملاء المحتملين وتعريفهم بخدمات المصرف المختلفة ومواصفاتها وأماكن تقديمها ، فالتعامل سلوك مصدره دوافع داخلية تهدف إلى إشباع رغبة أو حاجة معينة لدى المودعين وهي حاجة مشتقة أو تابعة لحاجة أساسية لهم .

ويسعى النشاط الترويجي للمصرف إلى : (سلطان ، 1993)

1. جذب انتباه المودعين وإعلامهم بالأوعية الادخارية المتاحة بالمصرف .
 2. عرض ميزات كل وعاء ادخاري موجود بالمصرف ومحاولة المقارنة بالأوعية الادخارية للمصارف الأخرى إذا اضطر لذلك .
 3. تعريف المودع بالمنافع المختلفة التي يمكن أن يحققها .
 4. إقناع المودع بالوعاء الادخاري حتى يبدأ عمليات التقسيم على المستوى الذهني .
 5. استمرار النشاط الترويجي في تذكير المودع بمزايا الخدمة التي يقدمها المصرف ومدى قدرتها على الوصول بالمودع لدرجة إشباع حاجاته الرئيسية
- ج - سياسة العلاقات العامة : يقصد بها تلك الجهود التي تبذل للتأثير على جمهور العملاء من خلال وسائل الإعلام المختلفة ، بمعنى أن هذه السياسة لها جانبين :
- الأول : جمهور العملاء القائمين والمحتملين الذين يسعى المصرف إليهم ويعمل على جمع المعلومات والأفكار عن المصرف وخدماته .
- الثاني : إنها أداة لنشر المعلومات والأفكار عن المصرف وشرحها بما يكفل للجميع فهمها .

د- سياسة الانتشار الجغرافي :

وهي تخطيط نطاق انتشار لخدمات المصرف التجاري والوصول بها إلى أماكن تواجد المودعين وبما يكفل الاحتفاظ بالمودعين الحاليين وجذب أكبر نسبة من المودعين المحتملين ، بمعنى أوضح رفع معدل تركيز المصرف التجاري .

وتدور هذه السياسة حول نقطتين أساسيتين هما :

1- سياسة انتشار الوحدات المصرفية الجديدة .

2- مراجعة ودراسة المناطق المصرفية الحالية .

وينفرد التسويق في واقعا المعاصر بأهمية بالغة في عالم الأعمال ، ونطاقه قد امتد ليتعدى حدود التقليدية ، فقد أصبحت مهمة التسويق محل اهتمام الإدارات المصرفية مما أدى إلى إنشاء إدارة خاصة بالتسويق المصرفي .

ولعل أهم عامل ساهم في ذلك هو صفة المرونة في عرض الخدمات المصرفية بمعنى انه يمكن رفع كفاءة وجودة الخدمات المصرفية الحالية واستحداث خدمات مصرفية جديدة .

الاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع : Basic Strategies For Attracting Deposits

يمكن تمييز إستراتيجيتين أساسيتين لجذب الودائع هما :

أولاً: إستراتيجية المنافسة السعرية : Price Competition Strateg

وتتمثل هذه الإستراتيجية بدفع معدلات فائدة أعلى للمودعين .

وبالرغم من أهمية هذه الإستراتيجية ليس قي النشاط المصرفي فحسب ، انما في معظم مجالات النشاط الاقتصادي ، إلا أن بعض التشريعات المصرفية لا تسمح بدفع فوائد على الودائع الجارية، الأمر الذي يقلل من دور هذه الإستراتيجية في جذب الودائع (آل علي

،2002، ص 138) مما يوصد الباب أمام المنافسة السعرية كإستراتيجية ممكنة لجذب تلك الودائع .

أما أهم الأسباب في عدم دفع الفوائد على الودائع الجارية ما يلي:

1- الحد من ارتفاع تكلفة الأموال : Decreasing High Monetary Costs

تتكبد المصارف بعض التكاليف نتيجة لإدارتها للحساب الجاري للعميل منها تكاليف تحصيل المستحقات ، ومصروفات سداد المطلوبات ، إلى جانب مصروفات إمساك الحساب لذا عند السماح بدفع الفوائد على الودائع الجارية فان ذلك يؤدي إلى ارتفاع تكاليف إدارتها ، الأمر الذي يضطر معه المصرف إلى البحث عن فرص استثمارية يتولد عنها معدلات عالية للعائد ، وهي فرص ذات مخاطر عالية قد تهدد في النهاية مستقبل المصرف ، وعليه فان عدم دفع الفوائد على الودائع الجارية يقلل من تكلفة الأموال .

وما يذكر في هذا الصدد أن الدراسات التطبيقية قد أكدت بما لا يدع مجال للشك أنه لولا القيود المفروضة على منح فوائد على تلك الودائع لارتفعت تكلفة الأموال بالنسبة للبنوك إلى حد كبير (هندي ، 1999 ، ص 109)

2- الحد من المنافسة بين المصارف : Decreasing Bank Competition

قد يؤدي السماح بدفع الفوائد على الودائع الجارية إلى تنافس المصارف على زيادة معدل الفائدة عليها إلى حد معين أملاً في الحصول على حصة مناسبة منها، وهذا يؤدي كذلك إلى زيادة تكلفة إدارة تلك الودائع ، مما قد يدفع بالمصارف إلى استثمار جزء من أموالها في مجالات أكثر مخاطرة ، سعياً وراء تحقيق عائد يكفي لتمويل تلك التكاليف . (آل علي، ،2002، ص138) .

3- الحد من ارتفاع الفوائد على القروض : Decreasing High Interests on Loans

يؤدي المنع إلى تخفيض تكلفة الأموال ، الأمر الذي يشجع على تخفيض معدلات الفوائد على القروض التي تقدمها للعملاء والذي يعكس أثره الفعال على معدلات التنمية الاقتصادية كذلك قد يؤدي السماح بدفع الفوائد على الودائع الجارية إلى زيادة الفوائد على القروض الممنوحة والذي يترتب عليه انخفاض الطلب عليها ، ثم تأثر عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، في حين أن عدم دفع الفوائد على تلك الودائع ينجم عنه تخفيض معدلات الفوائد على قروضها الممنوحة للزبائن ، والتي لها تأثيرات جانبية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلد المعني (آل علي ، 2002، ص ص 138-139)

4- الحد من هجرة الأموال من المدن الصغيرة إلى المدن الكبيرة :

Decreasing Money Immigration From Smaller Towns To Big Towns

تتمتع المصارف التي تمارس عملها في المدن الكبيرة وذات الأنشطة المتنوعة بفرص أكبر للإقراض والإستثمار، مقارنةً بالتي تمارس عملها في المدن الصغيرة، وبناءً عليه لو تم السماح من قبل المصارف التجارية بدفع فوائد عالية على الودائع تحت الطلب، سيؤدي ذلك إلى أن المصارف العاملة في المدن الكبيرة تكون أكثر قدرة واستعداداً لتدفع فوائد عالية على تلك الودائع، مقارنةً بالمصارف الأخرى العاملة في المدن الصغيرة والنائية، فتصبح المدن الكبيرة مناطق جذب لهذه الودائع في حين تصبح المدن الصغيرة والنائية مناطق طرد لها مما يؤثر في النهاية على التنمية الاقتصادية فيها ويجعل من الصعب على المستثمرين في تلك المدن الحصول على القروض لتمويل استثماراتهم .

ومن الملاحظ أن المنافسة الحادة بين وحدات الجهاز المصرفي تدفع الإدارات المسؤولة إلى تطبيق واسع لسياسة الانتشار الجغرافي بالوصول بالخدمات المصرفية المتنوعة إلى أماكن

تواجد العملاء في كافة المواقع والأماكن بإقامة وحدات مصرفية صغيرة المساحة تابعة لوحدات مصرفية أكبر .

ثانياً: إستراتيجية المنافسة غير السعرية : : Non - Price Strategic Competition

الإستراتيجية السعرية لا تعد فعالة في جذب الودائع بأنواعها المختلفة ، لذا من المتوقع ان تتحول المصارف إلى الإستراتيجية البديلة المتمثلة في المنافسة غير السعرية .

وتتمثل بتقديم خدمات أفضل وبأسعار تنافسية ، بمعنى أنها لا تقوم على دفع فوائد على الودائع ، وإنما تستند على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء ووجود تباين بين المصارف في مستوى جودة الخدمات المصرفية ونوعيتها والتكاليف الناتجة عنها تزيد من احتمال نجاح هذه الإستراتيجية .

ومن أهم الخدمات المصرفية التي يمكن أن يعتمد عليها المصرف في جذب المزيد من الودائع :

1. تحصيل مستحقات المودعين : Collecting Deposit's Payable

حيث أن من أهداف النظام المصرفي هو عمليات التحصيل ، فهي تساعد على تسوية حسابات المودعين، وذلك بالمقاصة بينها دون الحاجة لتداول النقود ، كما تساعد على توفير الوقت والجهد الذي يقوم به المصرف في تحصيل الصكوك وتحصيل وسائل السداد كالحوالات الداخلية والكمبيالات .

ونتيجة لتباين المصارف في سرعة تحصيل الصكوك ، وفي مقدار ما يتحمله الزبائن من تكاليف لتحصيلها وتحصيل وسائل السداد الأخرى ، فان المصرف الذي يتميز بالسرعة عن غيره في عمليات التحصيل وتقليل التكاليف التي يتحملها العميل يكون أكثر من غيره قدرة على جذب الودائع .

أ- تحصيل الشيكات :

بالرغم من ضرورة تدخل المصرف المركزي في عملية تحصيل الشيكات إلا أن دخوله كطرف مباشر يعقد الأمر ويزيده صعوبة إذا ما كان الوعي المصرفي منتشراً بحيث يسود التعامل بالشيكات .

وإذا ما كان عدد الوحدات المصرفية في الدولة كبيراً ومنتشراً جغرافياً ، تتفق مجموعة من المصارف التي تخدم منطقة معينة على إنشاء غرفة مقاصة في موقع جغرافي يتوسط المصارف المشتركة . ويتردد مندوبو تلك المصارف على غرفة المقاصة أكثر من مرة في اليوم ، يقوم فيها كل مندوب بإبراز الشيكات المسحوبة على بنك ما إلى مندوب ذلك المصرف، كما يقوم مندوب الأخير بإبراز الشيكات على مصرف المندوب الأول ، وبذلك تتم المقاصة بينهما ، وفي حالة وجود رصيد دائن لأحد المصارف في علاقته مع مصرف آخر تقوم غرفة المقاصة بإخطار المصرف المركزي بسداد الرصيد خصماً من رصيد حساب المصرف المدين وإضافته لرصيد حساب المصرف الدائن (هندي ، 1999)

ب- التحصيل بوسائل سداد أخرى :

وذلك بتحصيل مستحقات المودع بالسداد بوسائل أخرى غير الشيكات مثل الحوالات الداخلية (وهي أمر كتابي يصدره أحد الأطراف إلى المصرف ليدفع مبلغاً معيناً من النقود لطرف ثانٍ مستفيد يقيم في منطقة جغرافية أخرى) ، وبموجب هذا الأمر يقوم المصرف بخصم القيمة من حسابه وإرسال إشعار بذلك لمصرف الطرف المستفيد ، وبمجرد استلام المصرف الأخير للإشعار يقوم بإضافة قيمته إلى رصيد حساب المستفيد (المودع) وتتم التسوية بين المصرفين عن طريق المصرف المركزي .

بالإضافة إلى ذلك يقدم المصرف خدمة تحصيل الكمبيالات والسندات الاذنية .

ومن وسائل التحصيل أيضاً التحصيلات المستندية وهي التي تتعلق بالمعاملات التجارية ،
يسلم البائع ملكية البضاعة إلى المصرف الذي يقوم بدوره بإرسالها إلى احد فروعه أو
مراسليه في جهة وصول البضاعة ، ويقوم مندوب الفرع أو المراسل بمطالبة المشتري بسداد
قيمة البضاعة مقابل تسليمه المستندات (بوليصة الشحن) التي بمقتضاها يصبح مالكاً
للبضاعة وفي هذا ضمان البائع (المودع) .

كذلك يقوم المصرف نيابة عن المودع، وبدون إذن مسبق منه بالتحصيل مثال ذلك : قيام
شركة الكهرباء (بوصفها مودع) بتكليف أحد المصارف بتحصيل فواتير استهلاك الكهرباء
نيابة عنها . وذلك إذا ما أعطي المستهلكون حق الاختيار بين سداد الفواتير في الشركة أو
عن طريق المصرف .

✘ استراتيجيات المنافسة في مجال التحصيل :

يعد تحصيل مستحقات المودعين من أهم الخدمات المصرفية التي تمثل مجالاً للمنافسة بين
المصارف لجذب مودعين جدد ، وتتمثل في أمرين :

1. مدى السرعة في تحصيل مستحقات المودع .
2. نسبة مصروفات التحصيل التي يتحملها العميل .

✘ استراتيجية المنافسة : فمع بقاء العوامل الأخرى على حالها تزداد قدرة البنك على

المنافسة لجذب الودائع كلما اتسمت إجراءات تحصيل مستحقات العملاء بالسرعة ، وكلما
انخفضت نسبة مصروفات التحصيل التي يتحملها العميل (هندي ، 1999 ، ص116) .

2. سداد المدفوعات نيابة عن العميل : Repay Instead of Customers

وتتمثل في سداد قيمة الصكوك (الشيكات) التي حررها المودع لصالح الآخرين ، وفي سداد بعض المستحقات عليه عندما يتقدم بها الدائنين دون الحاجة لتحرير صك كفاتير التليفون وأقساط الإيجار وبعض فواتير الشراء .

إن اضطلاع المصرف بهذه المسؤولية يطمئن الزبون إلى سداد ما عليه من مستحقات في مواعيدها، مما يوفر عليه الكثير من الوقت والجهد، الذي عليه أن يبذله إذا ما لجأ إلى طريق آخر للسداد، هذا إلى جانب تلافي ما قد يتعرض له الزبون من غرامات تأخير إذا لم ينتبه لسداد الالتزامات في مواعيدها المحددة (آل علي، 2002، ص 140) .

كما يمكن للمصرف سداد المطلوبات نيابة عن العميل وفق نظام يطلق عليه (الإيداع المباشر) مثال على ذلك : يمكن للشركة أن تبرم اتفاق مع المصرف بتحرير صك واحد لدفع مرتبات العاملين الذين لديهم حساب جارٍ في ذلك المصرف على أن يرفق به قائمة بأسماء هؤلاء العاملين ، وما على المصرف إلا أن يقوم بسحب قيمة الراتب من حساب الشركة وإضافته إلى حساب العميل

ومن بين الخدمات الأخرى في شأن تسديد المطلوبات التيسيرات التي يقدم المصرف في حالة عدم كفاية الرصيد للحساب الجاري لسداد الصكوك خصما من حسابه.

☒ استراتيجيات المنافسة في مجال السداد :

تتمثل المنافسة في هذا الشأن في ثلاث مجالات (هندي ، 1999):

1. مدى استعداد المصرف التجاري لقبول فكرة سداد المطلوبات المستحقة على العميل بمقتضى فواتير .

2. مدى استعداده للسماح للعميل بتحرير شيكات بدون رصيد .

3. نسبة المصروفات التي سوف يتحملها العميل في مقابل تلك الخدمات .

✕ استراتيجية المنافسة : فمع بقاء العوامل الأخرى على حالها تزداد مقدرة المصرف على جذب مودعين جدد كلما سمحت سياساته بالسداد بمقتضى فواتير ، وكلما سمح للمودع بالسحب على المكشوف في حدود مقبولة ، وكلما انخفضت نسبة المصروفات التي يتحملها العميل مقابل تلك الخدمات .

فالمصارف التي هي على أهبة الاستعداد لسداد المطلوبات المستحقة على العميل بموجب فواتير ، وتسمح له بتحرير صك دون رصيد ، وتحمله أقل ما يمكن من مصروفات مقابل هذه الخدمات ، تمتلك القدرة على جذب المودعين مقارنة بغيرها التي لا تتميز بهذه الخدمات أو جزء منها .

3. استحداث أنواع جديدة من الودائع : **Inventing New kind of Deposits**

تسعى المصارف بشكل دائم ومستمر إلى استحداث أنواع جديدة من الودائع لاستقطاب المودعين الحاليين والمحتملين وفي حدود تشريعات الدولة المعمول بها .
فالمصارف التي تستحدث أنواعا جديدة من الودائع يعني أنها تمتلك القدرة على الابتكار والتطور ، وهو مؤشر على كفاية وحيوية المصرف ، ومن ثم يؤدي إلى زيادة إقبال المودعين عليها مقارنة بمثيلاتها والتي لا تمتلك القدرة على استحداث أنواع جديدة من الودائع
مثل :

1- شهادات الإيداع :

والتي استحدثت لأول مرة في الستينات وتعتبر نوع من أنواع الودائع لأجل وتنقسم إلى :

أ- شهادات الإيداعات التي يمكن تداولها : **Circulated Credit Certification**

وهي شهادات غير تخصصية بمعنى أنها غير شخصية، يمكن لحاملها التصرف فيها بالبيع والشراء وعادة ما تكون القيمة الاسمية لهذه الشهادات كبيرة، ومعدل الفائدة عليها أكبر من الشهادات التي لا يمكن تداولها وان كان معدل الفائدة في كلا النوعين يتناسب طردياً مع تاريخ الاستحقاق .

وطالما أن هذا النوع من الشهادات غير شخصية فان معدل الفائدة وتاريخ الاستحقاق يتحددان بواسطة المصرف وحده دون تدخل المودعين .

وأهم ما يميز الشهادات التي يمكن تداولها أن سعر الفائدة عليها يتم تحديده دون تدخل من المصرف المركزي ، ولا تخضع في ظل بعض التشريعات للحد الأقصى للفوائد ، وهذا يعني إمكانية رفع سعر الفائدة عليها كوسيلة لزيادة الطلب عليها .

وهذه الشهادات تعتبر منافسة للأوراق المالية الحكومية قصيرة الأجل ، ونتيجة لذلك قد تجذب هذه الشهادات إلى الجهاز المصرفي أموال مستثمرين كانوا يتعاملون أساساً في الأوراق المالية الحكومية .

وبالطبع فان مشتريات هؤلاء المستثمرين عادة ما يتم تمويلها بمسحوبات من الودائع الجارية لدى المصارف ، والمسألة تنطوي على استبدال ودائع جارية بودائع لأجل وهو ما يؤدي إلى تدعيم للقوة الاستثمارية للمصرف نظراً لما تتمتع به الودائع لأجل من استقرار ولاحتمال خضوعها لنسبة احتياطي قانوني أقل من الودائع الجارية .

ب- شهادات الإيداع التي لا يمكن تداولها : Non - Circulated Credit Certification وهي شهادات تخصصية أي شخصية تصدر بمقتضى اتفاق بين المصرف والعميل يحددان معاً تاريخ الاستحقاق ومعدل الفائدة .

ولكن لا يجوز لحاملها التصرف فيها لا بالبيع ولا استرداد القيمة قبل التاريخ المحدد .

وتكون قيمتها الاسمية في العادة أقل من القيمة الاسمية للشهادات القابلة للتداول .
وأهم ما يميز هذه الشهادات هو المرونة في تحديد تاريخ الاستحقاق، بما يناسب حالة كل
عميل

واشتق من هذين النوعين شهادات أخرى من أهمها : شهادة الإيداع ذات معدل الفائدة المتغير
Floating Rate Certificate حيث يتحدد معدل الفائدة شهرياً على ضوء التغيير في
أسعار الفائدة على نوع ما من السندات قصيرة الأجل تصدرها الحكومة ، وتدفع الفائدة مع
قيمة الشهادة في تاريخ الاستحقاق حماية لكل من المصرف والمستثمر من مخاطر التغيير في
أسعار الفائدة .

ج - ودائع أمر السحب القابل للتداول : Drawable Credit Certification

وهي الودائع التي تجمع بين مزايا الودائع الجارية وودائع التوفير ، حيث يكون للمودع الحق
في تحرير أمر سحب قابل للتداول ، أي يمكن تحريره للآخرين وفاء لما عليه من التزامات
وفي الوقت نفسه يحصل منه على فوائد (آل علي ، 2002)
ومن المتوقع بالطبع أن يحل هذا النوع من الودائع محل الودائع الجارية فهي تؤدي نفس
الغرض كما يتولد عنها فوائد نقدية .

ء - ودائع سوق النقد : Money Market Deposits

وهي شبيهة بودائع أمر السحب القابل للتداول ، ويمكن تحرير صك عليها بل يحصل ايضاً
على فائدة أعلى من الفائدة على أمر السحب القابل للتداول .

4. سرعة أداء الخدمة : Fast Services

واكبت المصارف التقدم التكنولوجي وأدى ذلك إلى استخدام أحدث الأساليب والوسائل
التقنية في عملها ، كاستخدام الحاسبات الالكترونية المختلفة ، والتي لعبت دور كبير في

تحسين مستوى الخدمة وتوفير الوقت والجهد والتكلفة التي تنطوي عليها عملية التحصيل والصرف والإيداع .

وبالرغم من الاعتراف بأهمية وجود التكنولوجيا الحديثة في المصارف إلا أنها ليست الوسيلة الوحيدة لضمان سرعة الأداء للخدمة ، فهناك العنصر البشري وقد أثبتت الدراسات الميدانية أن الكفاية في أداء الخدمات المصرفية المختلفة تتوقف أساساً على كفاية العاملين والتي تعتمد بدورها على حسن اختيارهم وتدريبهم وتشجيعهم بالحوافز وغيرها للأداء الأفضل . (آل علي ، 2002،

فالمصارف كلما تمكنت من استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية وكلما زادت من كفاية أداء عملها ، استطاعت أن تجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن نحوها .

5. التيسير على العملاء : Facilities For Customers

في استطاعة المصارف أن تيسر على عملائها من خلال عدد من الخدمات المقدمة إليهم ، كاختيار موقع المصرف وفروعه في مناطق مناسبة للزبائن ، أو إنشاء آلات الصرف الذاتي بما يعرف " بالصراف الآلي " وتوزع هذه الآلات في مناطق عديدة لتيسير عمل العميل ، حتى أن بعضها يطل على الطرق العامة ليتمكن العميل من التوقف في مواجهة الآلة وإنهاء العملية التي جاء من أجلها دون أن يضطر للخروج من السيارة ، لذلك تعتبر بمثابة فروع مصرفية لوجودها في مناطق جغرافية مختلفة .

6. خدمات تفصيلية للعملاء : Favorable Services For Customers

قد تعطي المصارف الأفضلية لزبائنها في عدد من الخدمات ، كإعطائهم الأسبقية في الإقراض ، أو إقراضهم بمعدلات منخفضة مع تقديم بعض التنازلات بشأن الرصيد المعروض (آل علي ، 2002، ص 143)

بالإضافة إلى ذلك قد تقوم بتقديم خدمات دعائية لمودعيها ، سواء أكان بالإعلان عن بضائعهم أو خدماتهم والدعاية لها .

وتقديم الهدايا الرمزية بالمواسم والأعياد والمناسبات كالأجهزة المنزلية والكهربائية رغبة منها في جذب الودائع المصرفية .

☒ استراتيجية المنافسة : مع بقاء العوامل الأخرى على حالها تزداد قدرة المصرف على جذب الودائع كلما تصدر المودعين قائمة المقترضين الراغبين في الحصول على قروض ، وكلما انخفض معدل الفائدة على القروض الممنوحة لهم بالمقارنة مع غيرهم من المقترضين . وهناك استراتيجيات أخرى منها :

أ- تعديل هيكل أسعار الفائدة Price Interest Frame

ب- الميزة التأمينية للودائع Insurance Advantage of Deposits

ج- ربط العائد على الودائع بأرباح المصرف .

د- تيسير أنظمة الياصيب المجزية .

ثانياً: نظرية إدارة الخصوم وأدوات إدارة الخصوم :

قبل التطرق إلى نظرية إدارة الخصوم يرى الباحث أهمية التعرف على التطور التاريخي للنظريات السابقة لهذه النظرية .

أولاً : النظريات المفسرة لنشاط البنك التجاري :

نقصد بنظريات البنوك هو إعطاء وصف تجريدي لما تقوم به المصارف التجارية تبريراً لاختياراتها وتطور عملياتها ، ونظريات المصارف التجارية من حيث التطور التاريخي هي :

1. نظرية القروض التجارية : وهي نظرية متأثرة بأفكار آدم سميث منذ كتابه الشهير "

ثروة الأمم " وبالتقاليد الانجلوساكسونية ، وترى تلك التقاليد أن المصارف التجارية يجب أن

تقتصر في قروضها على القروض قصيرة الأجل، والمحافظة على السيولة والتعامل بالأوراق
والمعاملات التجارية ، وهي تتميز بدورة قصيرة لرأس المال .

والقروض قصيرة الأجل يجب ألا تتجاوز أجلها مدة السنة، وأن تكون موسمية ومتكررة
ومتناسبة مع تقلبات الأعمال وأسعار الفائدة ، وهي لا يجب أن تنصرف إلى تكوين رؤوس
أموال أو المساهمة في المشروعات (شيحة ، 1982 ، ص 197).

وهي متعلقة بحركة تداول البضاعة وتنصرف إلى الأوراق التجارية مثل الكمبيالة والسند
الأذني والاعتمادات المستندية وغيرها ومن هنا جاء الاسم " القروض التجارية "فهي لا
تنصرف إلى المضاربة أو الأعمال أو شراء الأوراق المالية ، فهي تقوم على فكرة أن
القرض لا بد أن يتم سداه في أسرع وقت ممكن .

ومن وجهة نظر أصحاب هذه المدرسة ، ذلك يحقق ثبات وتدعيم مركز المصرف التجاري ،
و ضمان لحقوق المودعين وتحقيق أكبر قدر من الربحية .

إلا أن ذلك لم يتفق مع التقدم التكنولوجي والثورة الصناعية والتطور العالمي

فطورت هذه النظرية إلى صورة أخرى هي " نظرية التبديل " .

2. نظرية التبديل :

وهي تمثل صورة أكثر عمومية وتهتم بتوسيع قاعدة توظيف الأموال او الأصول ، وما تعبر
عنه من عمليات ، وهي لا ترى في النظرية السابقة أنها غير صالحة ، ولكنها لا تريد أن
تقتصر عمليات المصارف التجارية على تلك الأصول ، كما أنها لا تعتبرها الأكثر مناسبة
لمركز المصرف ونشاطاته .

فعندما يقوم المصرف بعمليات عديدة ثم طالب أصحاب الودائع سحب أموالهم ، فان المركز
المصرف التجاري لن يتأثر إذا كان يتمتع بمرونة التحويل والتبديل ، والقدرة على تسهيل

بعض الأصول أو إعادة الخصم أو بيع الأوراق وغيرها من العمليات للمحافظة على سيولة وتدعيم المركز المالي . وهذه المرونة في التحويل والتبديل تتوقف على تنوع وتعدد حجم الأصول والعمليات التي يقوم بها المصرف التجاري (شيحة ، 1996) .

3. نظرية الدخل المتوقع :

وهي تختلف عن النظرية الأولى من حيث تشجيعها إلى القروض طويلة الأجل والقروض الاستثمارية ، وغير المتعلقة بالتمويل الجاري ، وتبدأ هذه النظرية تحليلها بانتقاد نظرية القروض التجارية وخاصة فكرة "استمرارية السيولة من خلال إمكانية السداد . فليس هناك أي ضمانات في القروض التجارية أنها تحقق إمكانية السداد في المواعيد المقررة ، وبالتالي تحافظ على مركز السيولة في المصرف التجاري . والأمر الهام هو أن منح الائتمان يتوقف على دراسة المصرف التجاري لمدى جدية العملية ، ومقدار الدخل المتوقع والتي تقوده إلى منح القرض من عدمه .

4. نظرية إدارة الخصوم :

وهي النظرية الحديثة ، وهي مختلفة عن النظريات السابقة ، من حيث أنها تركز على تبرير نشاط المصارف التجارية ، على جانب الأصول أو العمليات . فالنظرية تعترف بأن جانب الأصول وطبيعة تكوينه تلعب دورا هاما في توفير واستمرارية السيولة في المصرف التجاري ، ولكنها ترى في نفس الوقت أن السيولة تعتمد أيضا على مصادر التغذية الرئيسية والأساسية أي على الخصوم وبصفة خاصة الودائع ، والسؤال الأول الذي تفرضه النظرية يتلخص فيما يلي :

لما يحتاج المصرف التجاري إلى السيولة ؟

الأول : لمواجهة مخاطر طلبات السحب من جانب المودعين ، والثاني يتعلق برغبة المصرف في توفير السيولة للاستجابة لرغبات طالبي القروض بمختلف أنواعها وخاصة أن مثل هذا التوظيف هو الذي يحقق الأرباح للمصرف التجاري . ومن غير المتصور أن يحتفظ المصرف بالودائع جامدة ودون توظيف .

ولنفترض أن هناك طلبات للسحب من جانب المودعين أو انخفاض في حجم الودائع ، أو أن هناك طلبات عاجلة للقروض وتحتاج إلى سيولة حالية ، ماذا يفعل المصرف حينها ؟ بالطبع فإن التقاليد المصرفية التقليدية سوف تحتم عليه التخلص من بعض السيولة المرتفعة وتحويلها إلى نقود عن طريق الخصم وإعادة الخصم للأوراق التجارية وغيرها .

على العكس من ذلك ترى النظرية أن على المصرف في هذه الحالة ان يذهب ويشترى ما يحتاج إليه من سيولة . فيستطيع أن يقترض من السوق النقدية من المصارف الأخرى ، أو اقتراض الأموال الحكومية والعامية ، أو إصدار شهادات ادخار متعددة الأنواع أو شهادات ايداع وغيرها ، وهو يستطيع أن يستخدم هذه الأموال المقترضة لمواجهة احتياجات زبائنه طالبي القروض، وسوف يفعل المصرف ذلك شراء السيولة التي يحتاجها مادام يتقاضى ثمناً مرتفعاً على القروض التي يمنحها يتجاوز ما دفعه على اقتراضاته ، ومحققاً الأرباح التي يريدها .

وهذه السياسة هي التي تفسر زيادة الودائع ما بين المصارف ، وتنوع وتعدد أشكال الودائع ، وشهادات الادخار ، والإيداع المختلفة ، والتمايز في أسعارها ، ونمو عمليات المصارف ، وتوافر السيولة (شيحة ، 1996) .

- السيولة لمقابلة سحب الودائع : Deposit Liquidity

تتوقف متطلبات السيولة إلى حد كبير على نوع وحجم وسلوك الودائع لدى المصرف التجاري، فهي تمثل التزامات قبل المودعين والتي تتفاوت من حيث السيولة فليس المهم تصنيف الودائع إلى : تحت الطلب ، توفير ، آجلة ولكن الأهم معرفة درجة أو احتمال سحب كل نوع من هذه الودائع خلال الفترة القصيرة .

تصنيف الودائع لأغراض السيولة إلى ثلاثة أنواع هي :

1. وودائع مؤكدة السحب

2. وودائع محتملة السحب

3. وودائع غير مؤكدة السحب ولكن يحتمل سحبها في ظروف خاصة وبصفة عامة، كلما زاد احتمال سحب الوديعة كلما تطلب ذلك سيولة أكبر ومن أمثلة الودائع المؤكدة السحب - المرتبات المحولة على المصرف، فقد يتم سحبها خلال أسبوع وكذلك الحال أيضا بالنسبة للزيادة الموسمية في بعض الودائع فهي مؤقتة ويعاد سحبها فيما بعد .

وبصفة عامة، تسمى الودائع التي يتم سحبها خلال سنة بالودائع غير المستقرة Volatile لذلك من الأنسب استثمار هذه الودائع في أصول أكثر سيولة تتناسب وتواريخ استحقاقها مع أزمنة سحب هذه الودائع ويمكن التعرف على الودائع المتقلبة Volatility Deposits باستخدام الرسوم البيانية للودائع على مدار عدة سنوات أو شهور .

ثالثاً : أدوات إدارة الخصوم :

أصبحت إدارة الخصوم على نفس الدرجة من الأهمية لإدارة الأصول ، وإدارة الخصوم تتضمن أنشطة الحصول على الأموال من المودعين والدائنين ، وتحديد المزيج الأمثل للأموال وتكلفة هذه الأموال مع الأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي تتطوي عليها المصادر المختلفة للأموال ، كما تتضمن أيضاً الأنشطة الخاصة بتسعير الأموال التي يتم الحصول عليها ، وكذلك محاولة التطوير من الأساليب المختلفة للحصول على هذه الأموال .

ويعني مفهوم إدارة عناصر الخصوم العمل على تحقيق زيادة في الموارد المالية للبنك تجلعه قادراً على الاستجابة إلى المزيد من طلبات الاقتراض (صادق ، 2001 ، ص 218) .

وتوجد عدة طرق يلجأ إليها المصرف التجاري لتدبير موارده المالية ومنها : (صادق ، 2001) :

1. زيادة رأس المال عن طريق طرح أسهم جديدة .
2. الاقتراض من المصرف المركزي .
3. استدعاء الاحتياطي الفائض من المصرف المركزي.
4. الاقتراض قصير الأجل من المراكز المالية .
5. الاقتراض من المصارف التجارية سواء اقتراض مباشر أو إصدار شهادات الإيداع أو اتفاقيات إعادة الشراء .
4. الاقتراض من سوق رأس المال .
7. إستحداث أدوات جديدة في مجال الودائع .
8. التوريق .

الفصل الرابع

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

المبحث الأول

التحليل الإحصائي

أولاً : منهجية الدراسة

ثانياً : مجتمع الدراسة

ثالثاً : عينة الدراسة

رابعاً : خصائص عينة الدراسة

خامساً : أداة الدراسة

سادساً : صدق وثبات الاستبانة

سابعاً : المعالجات الإحصائية

تمهيد :

يتناول هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة ، والأفراد مجتمع الدراسة وعينتها ، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها ، وصدقها وثباتها ، كما يتضمن هذا الفصل وصفاً للإجراءات التي تم استخدامها في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها ، وأخيراً المعالجات الإحصائية حيث تم تفرغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج SPSS الإحصائي وتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

1. النسب المئوية والتكرارات
2. اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة
3. معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الفقرات
4. اختبار كولومجروف-سمرنوف لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا
(1- Sample K-S)
5. اختبار One sample T test و تحليل فقرات الدراسة .

أولاً: منهجية الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وقد تم الحصول على البيانات عن طريق المصادر الثانوية المتمثلة في الكتب والمراجع العلمية والدراسات السابقة والدوريات والمجلات المهنية المتخصصة، كما تم الحصول على البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال الاستبانات (Questionnaire) التي تم إعدادها لهذا الغرض، وتم تفرغ البيانات وتحليل النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS (Statistical Package for Social Science).

ثانياً : مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من مديري العموم و الفروع و الدوائر ورؤساء الأقسام في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين ، وقد بلغ عددهم 312 موظفاً.

ثالثاً : عينة الدراسة : تم اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة حجمها 135 موظفاً ، وقد تم توزيع الاستبانات عليهم، وتم استرداد 120 استبانة ، وبعد تفحص الاستبانات تم استبعاد 6 استبانات لعدم جدية الإجابة عليهم وعدم تحقيق الشروط المطلوبة للإجابة على الاستبيان، وبذلك يكون عدد الاستبانات الخاضعة للدراسة 114 استبانة أي ما يمثل 84.5% من العينة .

ثالثاً : خصائص عينة الدراسة :

والجداول التالية تبين خصائص عينة الدراسة كالتالي:

جدول رقم (16)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

الترتيب	النسبة المئوية	العمر
4	13.2	أقل من 30 سنة
1	40.4	30 - أقل 40 سنة
2	31.6	40-أل من 50 سنة
3	14.9	50 سنة فأكثر
	100	المجموع
	114	N

يبين جدول رقم (16) أن 13.2% من عينة الدراسة بلغت أعمارهم أقل من 30 سنة، و 40.4% من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 30 سنة إلى أقل من 40 سنة، وهذا يدل على أن عينة الدراسة من الكوادر البشرية الشابة وأن المصارف التجارية تختار في إدارة المصرف على الشباب لهم الفئة القادرة على العطاء ، و 31.6% من عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 40 سنة إلى أقل من 50 سنة، و 14.9% من عينة الدراسة بلغت أعمارهم أكثر من 50 سنة .

جدول رقم (17)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الترتيب	النسبة المئوية	الجنس
1	80.7	ذكر
2	19.3	أنثى
	114	N
	100	المجموع

يبين جدول رقم (17) أن 80.7% من عينة الدراسة من الذكور وهذا يدل على ميل المصارف الى توظيف وتعيين الذكور أكثر من الإناث ، و 19.3% من عينة الدراسة من الإناث.

جدول رقم (18)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

الترتيب	النسبة المئوية	المؤهل العلمي
2	20.2	دبلوم
1	74.6	بكالوريوس
3	5.3	ماجستير
	0	دكتوراه
	100	المجموع
	114	N

يبين جدول رقم (18) أن 20.2% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي دبلوم، و 74.6% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي بكالوريوس وهذا يدل على وجود الكفاءة العلمية في عينة الدراسة، و 5.3% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ماجستير، ولا يوجد من حملة الدكتوراه في عينة الدراسة.

جدول رقم (19)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص

الترتيب	النسبة المئوية	التخصص
1	33.3	محاسبة
3	28.9	إدارة أعمال
4	6.1	علوم مالية ومصرفية
2	31.6	تخصص آخر
	100	المجموع
	114	N

يبين جدول رقم (19) أن 33.3% من عينة الدراسة متخصصين في المحاسبة، و 28.9% من عينة الدراسة متخصصين في إدارة الأعمال، و 6.1% من عينة الدراسة متخصصين في العلوم المالية والمصرفية، و 31.6% من عينة الدراسة متخصصين في تخصصات مختلفة أخرى وهي تأتي في الترتيب الثاني بعد تخصص المحاسبة الذي يأتي في الترتيب الأول.

- وعند السؤال عن التخصصات الأخرى لعينة الدراسة كانت الإجابة عن تخصصاتهم

كالتالي :

1. اقتصاد وعلوم سياسية .
2. نظم معلومات حاسوبية .
3. علوم رياضيات .
4. هندسة كهربائية .
5. آداب انجليزي .
6. برمجة كمبيوتر .
7. هندسة صناعية .

وهنا يلاحظ التشتت في التخصصات داخل إدارة المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية.

جدول رقم (20)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة في مجال إدارة الودائع المصرفية

الترتيب	النسبة المئوية	الخبرة في مجال إدارة الودائع المصرفية
2	37.7	اقل من 3 سنوات
3	14.9	3-6 سنوات
1	47.4	أكثر من 6 سنوات
	100	المجموع
	114	N

يبين جدول رقم (20) أن 37.7% من عينة الدراسة بلغت سنوات الخبرة لديهم في

مجال إدارة الودائع المصرفية اقل من 3 سنوات، و 14.9% من عينة الدراسة تراوحت

سنوات الخبرة لديهم في مجال إدارة الودائع المصرفية بين 3- 6 سنوات، و 47.4% من

عينة الدراسة بلغت سنوات الخبرة لديهم في مجال إدارة الودائع المصرفية أكثر من 6 سنوات

وهي تأتي في الترتيب الأول وهذا يدل على أن عينة الدراسة من ذوي الخبرات العالية في إدارة الودائع المصرفية .

جدول رقم (21)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير عدد سنوات العمل

الترتيب	النسبة المئوية	عدد سنوات العمل
1	44.7	أقل من 3 سنوات
2	29.8	3-10 سنوات
3	25.5	أكثر من 10 سنوات
	100	المجموع
	114	N

يبين جدول رقم (21) أن 44.8% من عينة الدراسة بلغت سنوات العمل في مناصبهم أقل من 3 سنوات وهي تأتي في الترتيب الأول ، و 29.8% من عينة الدراسة تراوحت سنوات العمل في مناصبهم بين 3-10 سنوات، و 25.5% من عينة الدراسة بلغت سنوات العمل في مناصبهم أكثر من 10 سنوات.

خامساً : أداة الدراسة :

تم تصميم استبانة خصيصاً لجمع البيانات الأولية وقد أحتوت هذه الاستبانة على :

- القسم الأول يحتوي على المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ومعلومات عن سياسة

الودائع المصرفية المتبعة في المصرف وقد تكون من 14 فقرة (الفقرات من 1-14)

- القسم الثاني: تكون من 8 مجالات كالتالي:

○ المجال الأول : يبين السمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه وحجم الودائع

المصرفية ويتكون من 3 فقرات (15-17).

- المجال الثاني: يبين العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف وحجم الودائع المصرفية فيه ويتكون من 9 فقرات (18-26).
- المجال الثالث: يبين العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف وحجم الودائع المصرفية ويتكون من 10 فقرات (27-36).
- المجال الرابع: يبين العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية ويتكون من فقرتان (37-38).
- المجال الخامس: يبين العلاقة بين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية ويتكون من فقرتان (39-40).
- المجال السادس: يبين العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية ويتكون من 3 فقرات (41-43).
- المجال السابع: يبين العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية ويتكون من 3 فقرات (44-46).
- المجال الثامن: يبين العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية ويتكون من فقرتان (47-48).

وقد كانت الإجابات لكل فقرة وفق مقياس ليكارت الخماسي كالتالي:

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
الترميز	1	2	3	4	5

-القسم الثالث: يتعلق بأسعار السوق والودائع المصرفية ويتكون من 6 فقرات (49-54)

صدق وثبات الاستبيان :

تم تقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراته كالتالي:

❖ **صدق فقرات الاستبيان :** تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان بطريقتين .

(1) صدق المحكمين :

عُرضت الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية التجارة بالجامعة الإسلامية متخصصين في الإدارة والمحاسبة والإحصاء وتم الاستجابة لآراء السادة المحكمين وإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده.

(2) صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة :

وقد تم بحساب الاتساق الداخلي لفقرات الاختبار على عينة الدراسة البالغ حجمها 114 استبانة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

جدول رقم (22)

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبانة والدرجة الكلية لفقراتها

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الفقرة	مسلسل
المجال الأول : السمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.708	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تواجد المصرف في الأحياء الراقية	15
0.001	0.536	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سمعة المصرف الحسنة .	16
0.000	0.609	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين توسيع دائرة انتشار المصرف بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة.	17
المجال الثاني : مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف وحجم الودائع المصرفية			
0.003	0.495	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل أخرى.	18
0.000	0.573	توجد علاقة بين التوسع في سياسة فتح الاعتماد وإصدار خطابات الضمان وبين جذب ودائع العملاء	19
0.003	0.494	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين استحداث أنواع جديدة من الودائع .	20
0.038	0.352	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء . توفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين وبين جذب ودائع العملاء .	21
0.000	0.677	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل .	22
0.000	0.590	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين وجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي .	23

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الفقرة	مسلسل
0.018	0.397	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء ، وبين السحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية.	24
0.027	0.374	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظه الأوراق المالية للعميل وتخصسه.	25
0.000	0.609	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين توفر أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة .	26
المجال الثالث : السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف وحجم الودائع المصرفية			
0.004	0.492	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات .	27
0.037	0.359	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية، أو المحلية.	28
0.016	0.410	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التقارير المالية المنشورة للجمهور العام .	29
0.004	0.492	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين السياسات النقدية والضريبية للحكومة.	30
0.004	0.486	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سياسة الإنفاق العام.	31
0.027	0.374	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين عدد السكان.	32
0.004	0.354	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الميل الحدي للاستهلاك.	33
0.001	0.533	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سعر الصرف.	34
0.001	0.533	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الدخل الشخصي المتاح.	35
0.000	0.891	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تخصص المصرف في منح أنواع معينة من القروض.	36
المجال الرابع : مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.835	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء وبين فترة الرواج من الفترة التجارية	37
0.000	0.909	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين فترة الكساد من الدورة التجارية.	38
المجال الخامس : الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة والمألوف التعامل معها وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.761	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التعامل مع المصرف العريق .	39
0.000	0.837	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التعامل مع المصرف المألوف التعامل معه.	40
المجال السادس : انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.749	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين نمو الوعي المصرفي.	41
0.000	0.698	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين إدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي.	42
0.000	0.675	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين طول فترة تعامل العميل مع المصرف.	43
المجال السابع : الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.949	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الاستقرار السياسي في المنطقة .	44
0.000	0.954	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الاستقرار الاقتصادي في المنطقة .	45
0.000	0.895	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الاستقرار التشريعي	46
المجال الثامن : دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية			
0.000	0.695	توجد جذب قدرة المصرف على ودائع العملاء، وبين سعر الفائدة المدفوعة على الودائع .	47
0.000	0.869	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سعر الفائدة المقبوضة .	48

قيمة معامل الارتباط عند درجة حرية 33 ومستوى معنوية 0.05 تساوي 0.335

جدول رقم (22) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات كل مجال والدرجة الكلية لفقراته، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0.05)، حيث أن قيمة r المحسوبة لكل فقرة أكبر من قيمة r الجدولية عند مستوى دلالة 0.05 ودرجة حرية 33 والتي تساوي 0.335، وبذلك تعتبر فقرات الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

الصدق البنائي لمجالات الدراسة:

يبين جدول رقم (23) مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان، و أن محتوى كل بعد من أبعاد الاستبيان له علاقة قوية بهدف الدراسة عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم (23)
الصدق البنائي لمجالات الدراسة

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	المجال
0.000	0.849	السمات المادية والشخصية للبنك وموقعه وحجم الودائع المصرفية
0.000	0.637	العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها البنك وحجم الودائع المصرفية فيه
0.000	0.849	العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للبنك وحجم الودائع المصرفية
0.005	0.461	العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية
0.002	0.496	العلاقة بين الأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية
0.015	0.409	العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية
0.048	0.336	العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية
0.025	0.378	العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية

قيمة معامل الارتباط عند درجة حرية 33 ومستوى معنوية 0.05 تساوي 0.335

سادساً : ثبات الاستبانة Reliability:

وقد تم إجراء خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما طريقة التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ.

• طريقة التجزئة النصفية Split-Half Coefficient: تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل الأسئلة الفردية الرتبة ومعدل الأسئلة الزوجية الرتبة لكل مجال وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان براون للتصحيح (Spearman-Brown Coefficient) حسب المعادلة التالية:

معامل الثبات = $\frac{r2}{r+1}$ حيث r معامل الارتباط وقد بين جدول رقم (23) يبين أن هناك معامل ثبات كبير نسبياً لفقرات الاستبيان.

جدول رقم (24)
معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية)

المجال	معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح	مستوى المعنوية
1 السمات المادية والشخصية للبنك وموقعه وحجم الودائع المصرفية	0.8266	0.90507	0.000
2 العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها البنك وحجم الودائع المصرفية فيه	0.6549	0.791468	0.000
3 العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للبنك وحجم الودائع المصرفية	0.6498	0.787732	0.000
4 العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية	0.6676	0.800672	0.000
5 العلاقة بين الأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية	0.6946	0.81978	0.000
6 العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية	0.7675	0.868458	0.000
7 العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية	0.8220	0.902305	0.000
8 العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية	0.8284	0.906147	0.000

طريقة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha:

تستخدم طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كطريقة ثانية لقياس الثبات وقد يبين جدول رقم (24) أن معاملات الثبات مرتفعة لمجالات الاستبانة.

جدول رقم (25)

معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)

المجال	معامل ألفا كرونباخ للثبات
السمات المادية والشخصية للبنك وموقعه وحجم الودائع المصرفية	0.8014
العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها البنك وحجم الودائع المصرفية فيه	0.8202
العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للبنك وحجم الودائع المصرفية	0.7797
العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية	0.9021
العلاقة بين الأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية	0.8821
العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية	0.8436
العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية	0.8975
العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية	0.9061

اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف- سمرنوف (1- Sample K-S))

سنعرض اختبار كولمجروف- سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. ويوضح الجدول التالي رقم (24) نتائج الاختبار حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل مجال اكبر من 0.05 ($sig. > 0.05$) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

سابعاً: المعالجات الإحصائية :

اختبار التوزيع الطبيعي:

جدول رقم (26)

اختبار التوزيع الطبيعي (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

المجال	عنوان المجال	قيمة الاختبار Z	مستوى المعنوية
الأول	السمات المادية والشخصية للبنك وموقعه وحجم الودائع المصرفية	1.284	0.074
الثاني	العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها البنك وحجم الودائع المصرفية فيه	1.021	0.248
الثالث	العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للبنك وحجم الودائع المصرفية	0.840	0.481
الرابع	العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية	0.786	0.567
الخامس	العلاقة بين الأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية	0.875	0.428
السادس	العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية	0.955	0.321
السابع	العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية	0.860	0.451
الثامن	العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية	1.011	0.259
	جميع المجالات	0.860	0.451

تحليل فقرات الدراسة:

تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test) لتحليل فقرات الاستبانة والجدول التالية تحتوي على المتوسط الحسابي والوزن النسبي وقيمة t ومستوى الدلالة لكل فقرة ، وتكون الفقرة ايجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة المطلقة لـ t المحسوبة اكبر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 1.98 عند درجة حرية 113 ومستوى دلالة 0.05 ، (أو مستوى المعنوية اقل من 0.05 والوزن النسبي اكبر من 60 %) ، وتكون الفقرة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كانت القيمة المطلقة لـ t المحسوبة أصغر من قيمة t الجدولية والتي تساوي 1.98 عند درجة حرية 113 ومستوى دلالة 0.05 ، (أو مستوى المعنوية اقل من 0.05 والوزن النسبي اقل من 60 %) ، وتكون آراء العينة في محتوى الفقرة محايدة إذا كانت قيمة مستوى المعنوية اكبر 0.05.

المبحث الثاني

سياسة الودائع المتبعة واختبار الفرضيات

أولاً : سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين .

ثانياً : تحليل الفرضيات

ثالثاً : ملخص النتائج

رابعاً : نتائج الدراسة

خامساً : التوصيات

سادساً : المراجع العلمية

سابعاً : الملاحق

أولاً : سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية :

السؤال الأول : هل يوجد دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كإدارة رئيسية في المصرف ؟ وقد كانت الإجابات كما هي موضحة بالجدول التالي :

جدول رقم (27)

هل يوجد دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في المصرف

النسبة المئوية	هل يوجد دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في البنك
41.2	نعم بالمسمى نفسه
13.2	لا يوجد
45.6	يوجد ولكن بمسمى آخر
100	المجموع N = 114

يبين جدول رقم (27) أن 41.2% من عينة الدراسة يوافقون على وجود دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في المصرف بالمسمى نفسه وهذا يدل على أن المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية تعطي أهمية لإدارة الودائع كغيرها من الإدارات في المصارف ، و 13.2% من عينة الدراسة يوافقون على عدم وجود دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في المصرف ، و 45.6% من عينة الدراسة يوافقون على وجود دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في المصرف ولكن بمسمى آخر وهي نسبة كبيرة ، مما يدل على اهتمام إدارات المصارف بإعطاء أهمية لإدارة الودائع وإفراد دائرة خاصة بها وان اختلف المسمى ، ومن خلال إجابة المستجيبين تبين أن المسمى الآخر هو :

1. دائرة الخزينة .

2. دائرة العمليات .

السؤال الثاني : تم سؤال المستجيبين عن أهم السياسات المتبعة لإدارة الودائع المصرفية في المصرف ؟ وترك لهم حرية الإجابة على هذا التساؤل وتبين من إجاباتهم المكتوبة أن أهم هذه السياسات هي :

- 1- منح القروض الشخصية لموظفي الحكومة والشركات العامة .
- 2- منح جاري مدين للتجار .
- 3- تمويل مشاريع خاصة وعامة .
- 4- إدارة الودائع المصرفية من خلال الإدارة العامة .
- 5- سياسة المنافسة السعرية: تقديم سعر فائدة أعلى للمودعين .
- 6- منح القروض والتسهيلات بكافة أنواعها لإعادة استثمار الودائع وتحقيق هامش ربح من الفرق بين سعر الفائدة على الودائع وسعر الفائدة على الإقراض .
- 7- التمييز بين العملاء .
- 8- إتباع الأسعار العالمية للفوائد .
- 9- سياسة المصرف العليا .
- 11- الربط مع المصارف التجارية الأخرى .
- 12- تقديم مزايا وجوائز نقدية وعينية للمودعين .
- 13- إيداع وسحب من حساب الودائع في أي وقت .
- 14- الدعاية والإعلان والتركيز على الودائع الصغيرة .
- 15- استقطاب عملاء جدد لفتح ودائع توفير والتركيز عليها لعدم دفع فائدة عليها .
- 16- توفير سيولة في المصرف بحيث أن العميل يستطيع أن يسحب أو يودع أي مبلغ يحتاجه في أي وقت .

- 17- إقناع الجمهور وجذبه لفتح حسابات جديدة للودائع .
- 18- التركيز على الودائع الصغيرة حتى لا يتأثر المركز المالي المصرف بتغيرها المفاجئ
- 19- التركيز على الودائع لأجل لأنها تتصف بالثبات والاستقرار ورغبة الجمهور بها مما يعني انخفاض تكلفة إدارتها بالمقارنة مع الحسابات الجارية .
- 20- أهم السياسات المتبعة لإدارة الودائع تغيير الفوائد المدفوعة للعملاء على حسب النشرات العالمية وسياسة تجديد الودائع المستحقة مع تغيير الفوائد المدفوعة .
- 21- إعطاء نسب مميزة إلى الودائع الكبيرة مع منح التسهيلات إلى العملاء من خلال منح القروض والاعتمادات مثل الجاري مدين .
- 22- عدم التركيز في الودائع (أي عدم الاعتماد على بعض الودائع الكبرى فقط).
- 23 - منح قروض وتسهيلات بما يتناسب مع إجمالي الودائع .
- 24- استثمارات أخرى والإيداع بنسبة أعلى لدى بنوك أخرى .
- 25- الحفاظ على استقرار الودائع لفترات زمنية طويلة ومستقرة .
- 26- التنوع بالعملاء المصرفية للودائع لتقليل مخاطر أسعار الصرف .
- 27- إدارة واستثمار الودائع في محافظ استثمارية ذات طبيعة مستقرة ،ومتنوعة بالإضافة للودائع المالية لدى المصارف العالمية .
- 28- التسعير العالمي .
- 29- التشغيل في مجال دعم الاقتصاد والتجارة الوطنية بتقديم القروض للمستثمرين .
- 30- مساعدة المستوردين بمنح تسهيلات للاعتمادات المستندية .
- 31- مساعدة قطاع المقاولات بتسهيل منحهم الكفالات بتأمينات مخفضة .
- 32- منح القروض الاستهلاكية وتمويل بعض المشاريع الاستهلاكية .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ أن المصارف بشكل واضح لا تتبع أساليب معينة لجذب الودائع و تحاول في سياساتها لجذب ودائع العملاء التركيز على ودائع التوفير وعدم التركيز على الودائع لأجل ، وتحاول اجتذاب المودعين عن طريق منح تسهيلات خاصة ومنح وتمويل القروض الاستهلاكية وأنها تعتمد على سياسة دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع مهمة في ذلك سياسة الانتشار الجغرافي والتي هي بحاجة إلي تطبيقها في ظل المنافسة الحادة بين وحدات الجهاز المصرفي .

السؤال الثالث : ما أهم الاستراتيجيات المتبعة لجذب الودائع؟

وقد كانت الإجابة عليه وفق الجدول التالي :

جدول رقم (28)

ما هي أهم السياسات المتبعة لجذب الودائع

النسبة المئوية	ما هي أهم السياسات المتبعة لجذب الودائع
32.5	إستراتيجية المنافسة السعرية (دفع معدلات أعلى للمودعين)
46.5	إستراتيجية المنافسة غير السعرية (تقديم خدمات جيدة بأسعار تنافسية).
21.1	إستراتيجيات أخرى
100	المجموع

يبين جدول رقم (28) أن 32.5% من عينة الدراسة يعتبرون أن أهم السياسات المتبعة لجذب الودائع هي إستراتيجية المنافسة السعرية (دفع معدلات أعلى للمودعين) ، و 46.5% من عينة الدراسة يعتبرون أن أهم السياسات المتبعة لجذب الودائع هي إستراتيجية المنافسة غير السعرية (تقديم خدمات جيدة بأسعار تنافسية) وهذا يدل على أن إستراتيجية المنافسة السعرية لا تعد فعالة في جذب الودائع بكافة أنواعها ، لذلك تتجه المصارف إلى الإستراتيجية

البديلة المتمثلة في المنافسة غير السعرية ، و 21.1% من عينة الدراسة يعتبرون أن أهم السياسات المتبعة لجذب الودائع هي إستراتيجيات أخرى.

وقد ذكر المستجيبون أن أهم هذه الاستراتيجيات الأخرى هي كما يلي :

- 1- استعمال الاستراتيجيين السابقين (الإستراتيجية السعرية والإستراتيجية غير السعرية) .
- 2- دخول السحب على الجوائز النقدية والعينية .
- 3-جوائز تشجيعية (حملات ترويجية ومنح جوائز) .
- 4-سحب الوديعة وقت ما يشاء .
- 5-منح العملاء ثقة أكبر وأمان أكثر للمصرف .
- 6-إستراتيجية تابعة لسلطة النقد الفلسطينية .

السؤال الرابع : ما هي عناصر الإستراتيجية المقترحة لزيادة الودائع؟

وتركت الحرية للمستجيبين للإجابة على هذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أن أهم عناصر

الإستراتيجية المقترحة لزيادة الودائع هي :

- 1- تقديم سعر منافس جيد لأسعار الودائع .
- 2- تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة في الأداء .
- 3- زيادة سعر الفائدة .
- 4- زيادة نسبة الودائع والأمان في الودائع وسحبها من أي جهة خارجية .
- 5 - منح فوائد أعلى من المصارف الأخرى الموجودة .
- 6 - إعطاء نسب أفضل وإطلاق حملات إعلانية بالإضافة إلى الثقة التي يتمتع بها المصرف التجاري .

- 7- التسويق لخدمة الودائع المصرفية.
- 8- التواصل مع العملاء من خلال الزيارات الميدانية في المنطقة الجغرافية المحيطة بالمصرف، والإعلام من خلال الصحف والإذاعة المسموعة والمرئية .
- 9- زيادة الخدمات المميزة للمصرف .
- 10- منح نسبة فائدة زيادة عن المعدن بنسبة 0.25% .
- 11 - منح جوائز ربع سنوية عن طريق السحب على المودعين .
- 12 - الدعاية والتفرع ورفع سعر الفائدة .
- 13- وجود سياسة مالية واضحة في سلطة النقد (المصرف المركزي) في فلسطين .
- 14 - التركيز على جميع شرائح المجتمع.
- 15 - الافتتاح بأمان وضع النقود في المصرف .
- 16 - عمل حملات خاصة للتوفير والودائع مثل حملة أودع وتميز .
- 17 - توفير برامج توفير مشجعة.
- 18 - توعية الجمهور إلى تأمين ودائعهم في المصرف التجاري .
- 19- إعطاء نسب مميزة إلى الودائع الكبيرة .
- 20 - الخدمات الجيدة تجذب ودائع جيدة .
- 21 - الخدمات المكتملة أكبر جاذب للودائع (التسهيلات الائتمانية) .
- 22 - توضيح طرق ربط الودائع وتقديم حقوق مميزة للعملاء المميزين .
- 23 - فتح فروع خارج فلسطين لإعطاء المودعون ثقة أكبر بالمصرف .
- 24 - ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية لتقوية تواصل العميل بالمعلومات عن حسابه .

25 - تقديم خدمات متنوعة ومحدثة حسب متطلبات السوق التجاري ودعم القطاع الصناعي والمهني لزيادة حجم العمل وبذلك جني ثمار الأرباح مما يزيد الإبداعات .

26 - التسويق والزيارات الميدانية لذوي السمعة الجيدة والملاءة المالية العالية .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ أن عناصر الإستراتيجية التي يقترحها المستجيبون تركز بالدرجة الأولى على تطبيق إستراتيجية المنافسة السعرية بشكل أكبر بالإضافة إلى الاهتمام بسياسة الانتشار الجغرافي والتسويق للخدمات المصرفية (سياسة ترويج خدمات المصرف) واستحداث أنواع جديدة من الودائع مع عدم إهمال تقديم خدمات أفضل بأسعار تنافسية .

السؤال الخامس : ما هو تقييمك لسياسة الودائع في المصرف ؟

وكانت الإجابة وفق الجدول التالي :

جدول رقم (29)

ما هو تقييمك للسياسة المتبعة في المصرف

النسبة المئوية	ما هو تقييمك للسياسة المتبعة في البنك
14.9	ممتازة
48.2	جيدة جدا
26.3	جيدة
10.5	مقبولة نوعا ما وتحتاج إلى تطوير
100	المجموع

يبين جدول رقم (29) أن 14.9% من عينة الدراسة يعتبرون أن سياسة الودائع المتبعة في المصرف ممتازة، و 48.2% من عينة الدراسة يعتبرون أن سياسة الودائع في المصرف جيدة جداً وهذا مؤشر جيد يدل على كفاءة المصارف في إدارة الودائع المصرفية لديها ، و 26.3% من عينة الدراسة يعتبرون أن سياسة الودائع في المصرف جيدة، و 10.5% من عينة الدراسة يعتبرون أن سياسة الودائع المتبعة في المصرف مقبولة نوعاً ما وتحتاج إلى تطوير.

السؤال السادس : كيف تقيم جهوداتكم للمحافظة على عملاء فرعكم واجتذاب عملاء جدد ؟

جدول رقم (30)

كيف تقيم جهوداتكم للمحافظة على عملاء فرعكم واجتذاب عملاء جدد

النسبة المئوية	كيف تقيم جهوداتكم للمحافظة على عملاء فرعكم واجتذاب عملاء جدد
5.3	ضعيفة
23.7	وسط
66.7	جيدة
4.4	مقبولة
100	المجموع

يبين جدول رقم (30) أن 5.3% من عينة الدراسة يعتبرون أن جهوداتهم للمحافظة على عملاء فروعهم واجتذاب عملاء جدد ضعيفة، و 23.7% من عينة الدراسة يعتبرون أن جهوداتهم للمحافظة على عملاء فروعهم واجتذاب عملاء جدد متوسطة، و 66.7% من عينة الدراسة يعتبرون أن جهوداتهم للمحافظة على عملاء فروعهم واجتذاب عملاء جدد جيدة بمعنى ان أكثر من نصف العينة ترى بأن الجهود المبذولة جيدة وهذا يدل على أن المصارف فعلاً تبذل جهداً كبيراً لجذب عملاء جدد ، و 4.4% من عينة الدراسة يعتبرون أن جهوداتهم للمحافظة على عملاء فروعهم واجتذاب عملاء جدد مقبولة.

ومن خلال تحليل آراء المبحوثين حول الأسباب التي كانت وراء إجاباتهم للجهود المبذولة لاجتذاب عملاء جدد تركزت الإجابات على ما يلي :

- 1 - الزيارات الميدانية ومتابعة العملاء وعمل علاقات معهم والتقرب إليهم باستمرار .
- 2 - لإنتشار فروع المصرف في كل محافظات الوطن .
- 3 - لأن المصرف يقدم الخدمة الأفضل في الوقت الأسرع .

4 - المنافسة .

5 - تقديم الخدمة المتميزة هي الرافعة الأساسية لاجتذاب عملاء جدد والمحافظة على العملاء

القدامى والعلاقة الشخصية وتمييزها .

6 -كسب رضا الزبائن ، توسيع قاعدة الأرباح .

7 - إتباع القاعدة التي تقول بأن الزبون على حق " the customer is king".

8 - بسبب احترام وتقدير العملاء والمحافظة على أسرار العملاء وتقديم خدمات أفضل لهم .

9 - أسعار الفائدة على الودائع لأجل جيدة .

10 - الجوائز المطردة على ودائع التوفير تشجع على اجتذاب مودعين جدد .

11- للمحافظة على العملاء وتقديم مجهود أعلى ، يتطلب ذلك مكافأة الموظف دون إضاعة

جهده .

12- يتم معاملة العملاء لدى المصرف (المودعون خاصة) بشكل خاص حيث توفر لهم

صناديق إيداع وسحب خاصة بهم ومعاملتهم باهتمام خاص .

ومن أجب من المستجيبين على أن السياسة التي يتبعونها لإدارة الودائع متوسطة ذكر السبب

على أنه يوجد مركزية في العمل والقرارات .

نلاحظ من خلال الإجابات السابقة بأن المصارف الوطنية التجارية فعلاً تبذل مجهوداً

للمحافظة على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد بالطرق المذكورة سابقاً ، ولكن هذه

الجهود ليست بالمستوى المطلوب فعلاً وتحتاج إلى تكثيف المجهود بدرجة أكبر .

السؤال السابع : بالمقارنة مع أسعار السوق ، هل تعتبر مستوى الأسعار لل عملات المتداولة المدفوعة (أعلى بكثير ، أدنى ، مماثلة، أعلى).

جدول رقم (31)

مستوى الأسعار للعملات المتداولة المدفوعة

النسبة المئوية	مستوى الأسعار للعملات المحلية المدفوعة
2.6	أعلى بكثير
16.7	ادنى
64.9	مماثلة
15.8	أعلى
100	المجموع

يبين جدول رقم (31) أن 2.6% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات المتداولة المدفوعة مقارنة بأسعار السوق أعلى بكثير ، و 16.7% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات المتداولة المدفوعة مقارنة بأسعار السوق متدنٍ ، و 64.9% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات المتداولة المدفوعة مقارنة بأسعار السوق متماثلة وهو ما تؤكدُه البيانات الصادرة من سلطة النقد الفلسطينية حول الفوائد المدفوعة على الودائع حيث بلغت بالعملة المتداولة في فلسطين الشيقل الإسرائيلي (2.35) % مقابل (2.56) % و (2.26) لكل من الدولار الأمريكي والدينار الأردني على التوالي في عام 2005 كما في جدول (31) .

و 15.8% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات المتداولة المدفوعة مقارنة بأسعار السوق مرتفع نوعا ما.

جدول رقم (32)

التشتت في أسعار الفائدة على الودائع خلال الفترة (2004-2005) :

نسبة مئوية

الفائدة على الودائع (2005)	الفائدة على الودائع (2004)	العملة
2.26	1.57	الدينار الأردني
2.56	1.57	الدولار الأمريكي
2.35	1.92	الشيقل الإسرائيلي

(سلطة النقد الفلسطينية : التقرير السنوي 2005)

-الفوائد المدفوعة على الودائع :

جدول رقم (33)

ودائع لأجل				ودائع التوفير				المصرف				
شيقل إسرائيلي		دولار أمريكي		دينار أمريكي		شيقل إسرائيلي		دولار أمريكي		دينار أردني		
أعلى	أدنى	أعلى	أدنى	أعلى	أدنى	أعلى	أدنى	أعلى	أدنى	أعلى	أدنى	
2.15%	1.67%	1.93%	1.21%	1.66%	1.13%	0.84%	0.15%	0.40%	0.06%	0.67%	0.12%	المتوسط - 2004
2.27%	1.59%	2.83%	1.97%	2.31%	1.64%	0.81%	0.11%	0.49%	0.07%	0.64%	0.12%	المتوسط - 2005

(سلطة النقد الفلسطينية : دائرة الأبحاث والسياسات النقدية ، 2006)

من الجدول السابق نلاحظ أن الفوائد المدفوعة على الودائع للعملة المتداولة في فلسطين الشيقل الإسرائيلي أقل من العملات الأجنبية (الدولار الأمريكي ، والدينار الأردني) بحديها الأدنى والأعلى في عام 2005.

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة على تعليل إجاباتهم لهذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أنهم يعتقدون أن أسعار الفائدة بالعملة المتداولة مماثلة للأسباب التالية :

1. عدم وجود عملة محلية وإنما الأسعار الموجودة لدينا مقررهما سعر الصرف وتحدده البلد صاحبه العملة مثل الدينار والدولار والشيقل .
2. لأن أهم ما يقدمه المصرف هو حفظ الأموال بالدرجة الأولى ثم سعر الفائدة .
3. قيام سلطة النقد الفلسطينية بتحديد سعر الفائدة للعملة المتداولة .
4. عدم الحاجة إلى السيولة النقدية في فترات طويلة .
5. عدم وجود طرق تشغيلية للأوضاع السائدة .
6. ضعف الاقتصاد الوطني وعدم نموه .

ومن المستجيبين من يعتقد بأن أسعار الفائدة بالعملة المتداولة أعلى للأسباب التالية :

1. بسبب ارتباطها بالأسعار العالمية .
2. بسبب الهدف القائم على رفع حصة المصرف من الودائع المصرفية بالسوق الفلسطينية لعدم حصوله على الحصة التي تمثل موقعه وحصته في السوق.
3. للمحافظة على العملاء وزيادة الودائع .
4. لان المصرف الوطني يحاول أن يقدم الأحسن والأجود للشعب الفلسطيني ويعمل على مصلحة المواطنين.
5. قوة المركز المالي للمصرف .

-ومن المستجيبين من يعتقد بأن أسعار الفائدة بالعملة المتداولة أدنى للأسباب التالية :

1. لان تعامل المصرف يكون بالعملة الأوسع انتشار في العالم وهي العملة الأجنبية .
 2. الأوضاع السياسية والاقتصادية .
 3. سياسات المصرف .
- من خلال الإجابات السابقة يلاحظ أن أسعار المدفوعة بالعملة المتداولة في فلسطين (الشيفل الإسرائيلي) مماثلة للفائدة المدفوعة بالعملات الأخرى للأسباب المذكورة سابقاً وقد تكون أعلى من العملات الأخرى أو أدنى منها .
- لهذا تظهر هنا الحاجة إلى وجود عملة محلية وطنية لتوحيد الفوائد المدفوعة على الودائع المصرفية .

السؤال الثامن : بالمقارنة مع أسعار السوق ، هل تعتبر مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة (أعلى بكثير ، أدنى ، مماثلة، أعلى).

جدول رقم (34)

مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة

النسبة المئوية	مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة
3.5	أعلى بكثير
15.8	ادني
59.6	مماثلة
21.1	أعلى
100	المجموع

يبين جدول رقم (34) أن 3.5% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة مقارنة بأسعار السوق أعلى بكثير ، و 15.8% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة مقارنة بأسعار السوق متدني، و 59.6% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة مقارنة بأسعار السوق مماثلة، و 21.1% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المدفوعة مقارنة بأسعار السوق مرتفع نوعا ما.

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة على تعليل إجاباتهم لهذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أنهم يعتقدون أن أسعار الفائدة بالعملة الأجنبية أدنى للأسباب التالية :

1. الأوضاع السياسية والاقتصادية .

أعلى للأسباب التالية :

1. يرجع ذلك إلى قوة المركز المالي للمصرف .

2. للمحافظة على العملاء وزيادة الودائع .

-ومن المستجيبين من يعتقد بأن أسعار الفائدة بالعملة الأجنبية مماثلة للأسباب التالية :

1.التسهيلات المصرفية بالسوق الفلسطيني غير متنوعة ولا تخرج من الإطار التقليدي لها

2. المنافسة بالسعر غير متاحة .

الإجابات السابقة تؤكد الإجابات المذكورة في جدول (33) حيث انه غالبية أفراد العينة يرون أن مستوى الأسعار للعملات الأجنبية مماثلة لمستوى الأسعار بالعملة المحلية .

السؤال التاسع : هل تعتبر مستوى أسعار الفوائد المقبوضة بالمقارنة مع أسعار السوق (أدنى، مماثلة ، أعلى)؟

جدول رقم (35)

مستوى الأسعار للعملات الأجنبية المقبوضة

هل تعتبر مستوى أسعار الفوائد المقبوضة بالمقارنة مع أسعار السوق	النسبة المئوية
أدنى	16.7
مماثلة	69.3
أعلى	14
المجموع	100

يبين جدول رقم (35) أن 16.7% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الفوائد المقبوضة للأسعار للعملات الأجنبية أدنى من أسعار السوق، و 69.3% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الفوائد المقبوضة للأسعار للعملات الأجنبية مماثلة لأسعار السوق وهذا يدل على أن أكثر من نصف العينة ترى أن الفوائد المقبوضة على القروض تماثل أسعار السوق ، و 14% من عينة الدراسة يعتبرون أن مستوى الفوائد المقبوضة للأسعار للعملات الأجنبية أعلى من أسعار السوق.

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة على تعليل إجاباتهم لهذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أنهم يعتقدون أن أسعار الفائدة المقبوضة بالعملة الأجنبية أعلى للأسباب التالية :

1. يرجع ذلك إلى سلوك المصرف الاقتصادي وقدرته على المنافسة .
2. حتى تكون منافسة للمصارف الوافدة الأخرى .
3. زيادة أسعار الفائدة المقبوضة يكون في الدول النامية والاقتصاد الضعيف والعكس

صحيح .

4. لزيادة الحصة السوقية من شريحة المقترضين

-ومن المستجيبين من يعتقد بأنها مماثلة للأسباب التالية:

1. لأن أسعار الفائدة المقبوضة يرتبط بأسعار الفائدة العالمية ومرتبطة بأسعار الفائدة التي تحددها سلطة النقد الفلسطينية .

2. مجارة السوق والمصارف الأخرى .

- ومن المستجيبين من يعتقد بأن أسعار الفوائد المقبوضة أدنى من أسعار السوق للأسباب التالية:

1. ذلك بغرض استقطاب عملاء جدد .

2. لأنه يتم تشغيل الأموال داخل البلاد ولمصلحة المواطنين حيث ان المصرف الوطني يتحمل جزء من الفوائد .

3. الأوضاع الراهنة في فلسطين .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ بأنه كلما كانت الفوائد المقبوضة أدنى ، كلما جذب ذلك عملاء جدد للتعامل مع المصرف والإيداع فيه وأدى إلى زيادة العملاء الحاليين لأن تخفيض فوائد الإقراض يعمل على إمكانية بيع السلع المعروضة بأسعار رمزية وهي خدمة تمييزية تمنح للمودعين .

السؤال العاشر : من خلال اعتمادك على سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف هل ترى أن هناك عيوباً فيها ؟

جدول رقم (36)

هل ترى أن هناك عيوباً في سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف	
هل ترى أن هناك عيوباً في سياسة الودائع المصرفية المتبعة في البنك	النسبة المئوية
نعم	15.8
لا	84.2
المجموع	100

يبين جدول رقم (36) أن 15.8% من عينة الدراسة يعتقدون بوجود عيوب في سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف ، بينما 84.2% من عينة الدراسة يعتقدون بعدم وجود عيوب في سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف وهي الغالبية العظمى من أفراد العينة .

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة هذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أنهم يعتقدون أن أهم العيوب في سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف :

- 1-انخفاض سعر الفائدة السنوية .
- 2-عدم وجود خطة واضحة.
- 3-الاعتماد على سياسة واحدة فقط .
- 4-عدم الالتزام بالبنشرات لدفع الفوائد أي عدم الأخذ بعين الاعتبار بأن دفع فائدة اكبر للعميل يعمل على استقطابه.
- 5- طرق احتساب الفوائد مجحفة بحق الجمهور .
- 6-التغير السريع في السياسة (مشاكل سياسة) للمصرف .
- 7- نسبة الفائدة المقبوضة أعلى بكثير من نسبة الفائدة المدفوعة .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ أن السياسات المتبعة في المصارف الوطنية غير متنوعة لذلك لابد لإدارة المصارف أن تعمل على التنويع والعمل على تلاشي العيوب الموجودة في السياسات المطبقة لديها لاستقطاب المودعين .

السؤال الحادي عشر : هل تتوقع أن يتم تطوير هذه السياسة في المصرف مستقبلاً؟

كانت الإجابات كما في الجدول التالي

جدول رقم (37)

هل تتوقع أن يتم تطوير هذه السياسة في المصرف مستقبلاً

هل تتوقع أن يتم تطوير هذه السياسة في المصرف مستقبلاً	النسبة المئوية
نعم	84.2
لا	15.8
المجموع	100

يبين جدول رقم (37) أن 84.2% من عينة الدراسة يعتقدون أنه سيتم تطوير سياسة الودائع المصرفية في المصارف مستقبلاً وهذا ما تسعى اليه الدراسة لزيادة حصة المصارف الوطنية من سوق الودائع الفلسطيني ولمواكبة المنافسة مع المصارف الوافدة ، بينما 15.8% من عينة الدراسة لا يعتقدون أنه سيتم تطوير سياسة الودائع المصرفية في المصارف .

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة هذا السؤال ، وتبين من خلال إجاباتهم أنهم يعتقدون أن الأسباب المتوقعة لتطوير سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصارف هي :

- 1- التغيير في الظروف وازدياد حدة المنافسة .
- 2- لأن التطوير مطلب أساسي حيث لا بد من تطوير سياسات المصرف مع تطور أساليب الدعاية والاستثمار العالمية والتكنولوجيا .
- 3- حتى يواكب التطور والمصارف الوافدة المنافسة .
- 4- بسبب الخدمات الجيدة التي يقدمها المصرف لعملائه بما فيها التسهيلات المباشرة الغير مباشرة .
- 5- لأن المصرف يجب أن يكون في تطوير مستمر وفي تقديم الجديد دائماً والتطوير المستمر يعمل على كسب ثقة الجمهور باستمرار .

6- لمواكبة التطور المتسارع في السياسة المالية والنقدية الموجودة في السوق المصرفي وعلى مستوى العالم بأسره .

7. جميع المؤسسات الخاصة ومنها المصارف تسعى إلى التطور والانتشار لجني حجم أكبر للأرباح .

الأسباب المتوقعة لعدم تطوير سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصارف :

1- لأن المصرف يوجد لديه عدة مميزات في نظام الودائع .

2- الإدارة لا تملك خطة .

3- المنافسة والتطور التكنولوجي في السوق المصرفي .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ بأن السياسات المطبقة في المصارف تحتاج إلى تطوير لأن التطوير مطلوب في سياسة المصرف من أجل خدمة الجمهور وتقديم أفضل الخدمات المصرفية .

السؤال الثاني عشر : ما أهم اقتراحاتك لحل مشكلة انخفاض حجم الودائع المصرفية لدى المصرف ؟

وقد تركت الحرية للمستجيبين للإجابة هذا السؤال ، وظهرت الاقتراحات التالية من خلال إجاباتهم :

1. عمل الحكومة على إيجاد الاستقرار السياسي وحل جذري للقضية .

2. التشجيع وزيادة الإعلان عن ضرورة الودائع .

3. تشجيع زيادة الودائع عن طريق عمل جوائز شهرية (مكافأة) .

4. زيادة التسهيلات ، وعمل مشاريع تنموية ، وإعطاء قروض تجارية .

5. زيادة الاهتمام بالدعاية ، ورفع سعر الفائدة ، والعمل على التفرع والتتويج ، عمل إدارة

حديثة تتولى مهمة إدارة الودائع .

6. التركيز على العديد من شرائح المجتمع و تقنين صرف القروض والحد منها خلق حوافز

وجوائز لأصحاب الودائع .

من خلال الإجابات السابقة يلاحظ انه لو تم الأخذ بالنقاط السابقة سيؤدي ذلك إلى تطوير

السياسات المتبعة لإدارة الودائع المصرفية في المصارف وبالتالي يؤدي إلى جذب وتنمية

الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية أسوة بالمصارف الوافدة العاملة

في فلسطين .

ثانياً : تحليل الفرضيات:

الفرضية الأولى :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين السمات المادية والشخصية للمصارف والموقع .

تحليل فقرات المجال الأول : حجم الودائع المصرفية والسمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه .

يبين جدول رقم (38) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الأول " حجم الودائع المصرفية والسمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه " إيجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 70% و 90.7% وهي أكبر من "60%" ومستوى المعنوية أقل من 0.05 مما يعني أنه في الفقرة رقم(15) " توجد علاقة بين تواجد المصرف في الأحياء الراقية وبين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 70% ومستوى المعنوية أقل من 0.05 ، أي انه هناك تأثير لوجود المصرف في الأحياء الراقية، وبين زيادة حجم الودائع المصرفية فالمودعون يفضلون ذلك ، وهذا ما يجعل المصارف تهتم بتحسين مبانيها وإدخال الأجهزة الحديثة وتحسين نوعية خدماتها ، فموقع المصرف له تأثير في فلسطين في القدرة على جذب الودائع .

-في الفقرة رقم (16) " توجد علاقة بين سمعة المصرف الحسنة وبين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء" حيث بلغ الوزن النسبي 90.7% ومستوى المعنوية أقل من 0.05 .
بمعنى كلما كانت سمعة المصرف جيدة وحسنة كلما دفع ذلك المودعون لإيداع أموالهم في هذا المصرف لإحساسهم بالثقة والأمان من سمعته الجيدة .

- وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الأولى القائلة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين تواجد المصارف في المدن الرئيسية وذات السمعة الحسنة .

- في الفقرة رقم (17) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توسيع دائرة انتشار المصرف بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة، " حيث بلغ الوزن النسبي 87.7% ومستوى المعنوية أقل من 0.05 ، وهذه النتيجة طابقت النتيجة التي توصل إليها عامر في دراسته حيث خرج بأن القطاع المصرفي يمتلك قدرة ذاتية على التوسع والانتشار الجغرافي .

- وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثانية القائلة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين توسيع دائرة انتشار المصرف بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة .

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الأول 4.1 والوزن النسبي 82.8% وهو أكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 24.868 وهو أكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 وعليه يمكن رفض الفرضية الأولى، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و بين السمات المادية والشخصية للمصارف التجارية الوطنية الفلسطينية والموقع .

بمعنى أن السمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه تؤثر في زيادة الودائع المصرفية.

جدول رقم (38)
تحليل فقرات المجال الأول (السمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه وحجم الودائع المصرفية)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسل
0.00	4.626	70.0	3.5	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء وبين تواجد المصرف في الأحياء الراقية	15
0.00	32.717	90.7	4.5	توجد علاقة بين قدرة البنك على جذب ودائع العملاء وبين سمعة المصرف الحسنة .	16
0.00	25.855	87.7	4.4	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توسيع دائرة انتشار المصرف بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة.	17
0.00	24.868			جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (119) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية الثانية :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين مستوى وحجم الخدمات التي تقدمها المصارف .

تحليل فقرات المجال الثاني : العلاقة بين حجم الودائع المصرفية و مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف .

يبين جدول رقم (39) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الأول، " حجم الودائع المصرفية وبين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف " ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 68.2% و 86.2% وهي اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 .

- في الفقرة رقم(18) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل أخرى " حيث بلغ الوزن النسبي 69.6% ومستوى المعنوية اقل من 0.05 ، ومعامل الارتباط 0.495 أي وجود علاقة طردية .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الأولى القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل سداد أخرى .

-في الفقرة رقم (19) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التوسع في سياسة فتح الاعتماد وإصدار خطابات الضمان " حيث بلغ الوزن النسبي 75.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثانية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين التوسع في سياسة فتح الاعتمادات وإصدار خطابات الضمان .

- في الفقرة رقم (20) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين استحداث أنواع جديدة من الودائع " حيث بلغ الوزن النسبي 82.1% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين استحداث أنواع جديدة من الودائع .

- في الفقرة رقم(21) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين " حيث بلغ الوزن النسبي 86.2% ومستوى المعنوية اقل من

0.05

وهذه النتيجة أوصى بها زعيتر في دراسته حيث أوصى بتطوير واستحداث خدمات مصرفية جديدة ، ويمكن ذلك عن طريق ربط العائد على الودائع بأرباح المصرف أو تأمين الودائع أو تيسير أنظمة اليانصيب المجزية لاستقطاب الودائع والتي أثبتت فعاليتها في استقطاب الودائع في فلسطين .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين توفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين .

-في الفقرة رقم (22) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل " حيث بلغ الوزن النسبي 68.2% ومستوى المعنوية اقل من 0.05 .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثالثة القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل.

- في الفقرة رقم (23) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين وجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 74.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05 .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين وجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي.

- في الفقرة رقم(24) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين السحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية " حيث بلغ الوزن النسبي 70.5% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين السحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية .

-في الفقرة رقم (25) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظة الأوراق المالية للعميل وتخصصه " حيث بلغ الوزن النسبي 82.5% ومستوى المعنوية اقل من 0.05 .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الرابعة القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظة الأوراق المالية للعميل وتخصصه .

- في الفقرة رقم (26) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توفر أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة " حيث بلغ الوزن النسبي 76.6% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الخامسة القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين توفر أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة.

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 3.8 والوزن النسبي 76.1% وهو اكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 19.202 وهو اكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و مستوى وحجم الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية

جدول رقم (39)
تحليل فقرات المجال الثاني (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية و مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الفقرات	مستوى
0.00	5.258	69.6	3.5	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل أخرى	18
0.00	8.967	75.0	3.8	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التوسع في سياسة فتح الاعتماد وإصدار خطابات الضمان	19
0.00	23.401	82.1	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين استحداث أنواع جديدة من الودائع	20
0.00	22.693	86.2	4.3	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين	21
0.00	4.466	68.2	3.4	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل	22
0.00	8.395	74.0	3.7	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين وجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي	23
0.00	5.355	70.5	3.5	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين السحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية	24
0.00	15.772	82.5	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظة الأوراق المالية للعميل وتخصصه	25
0.00	10.748	76.6	3.8	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين توفر أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة	26
0.00	19.202	76.1	3.8	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية الثالثة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين السياسات الرئيسية (كالسياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى التي تمارسها المصارف) وقوة المركز المالي للمصارف .

تحليل فقرات المجال الثالث : العلاقة بين وحجم الودائع المصرفية السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف .

يبين جدول رقم (40) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الثالث " العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف " ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 67.8% و 84.7% وهي اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه

- في الفقرة رقم(27) " توجد علاقة بين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 80.5% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الأولى القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات .

-في الفقرة رقم (28) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية أو المحلية " حيث بلغ الوزن النسبي 84.7% ومستوى المعنوية اقل من 0.05 .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثانية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية أو المحلية.

- في الفقرة رقم (29) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التقارير المالية المنشورة للجمهور العام " حيث بلغ الوزن النسبي 82.8% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين التقارير المالية المنشورة للجمهور العام.

- في الفقرة رقم(30) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين السياسات النقدية والضريبية للحكومة " حيث بلغ الوزن النسبي 70.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين السياسات النقدية والضريبية للحكومة.

-في الفقرة رقم (31) " توجد علاقة بين سياسة الإنفاق العام وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 67.8% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

فكلما زاد الإنفاق العام ، كلما زاد حجم الودائع المصرفية لظهور فئات تحقق دخلاً غير عادياً وزيادة الإنفاق على المشروعات العامة .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين سياسة الإنفاق العام.

- في الفقرة رقم (32) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين عدد السكان " حيث بلغ الوزن النسبي 75.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

وحيث انه في الإطار النظري للدراسة تبين أن الودائع المصرفية تتركز بشكل واضح جداً في الضفة الغربية حيث استحوذت على حوالي 73.6% من إجمالي ودائع العملاء ،هذا إشارة إلى أن عدد السكان يؤثر تأثير كبير في زيادة الودائع المصرفية حيث أن سكان الضفة الغربية بلغوا في نهاية عام (2005) 2,408,347 ألف نسمة مقابل 1,916,802 ألف نسمة عدد سكان قطاع غزة .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين عدد السكان .

- في الفقرة رقم(33) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الميل الحدي للاستهلاك " حيث بلغ الوزن النسبي 74.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

وهذه النتيجة تتطابق تماماً مع نتيجة وجود علاقة طردية بين حجم الودائع والميل الحدي للاستهلاك في دراسة الرواشدة وآخرون .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين الميل الحدي للاستهلاك .

-في الفقرة رقم (34) " توجد علاقة بين سعر الصرف وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 77.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الثالثة القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين سعر الصرف .

- في الفقرة رقم (35) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الدخل الشخصي المتاح " حيث بلغ الوزن النسبي 81.2% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

حيث كلما زاد الدخل الشخصي المتاح ، زاد حجم الودائع المصرفية أي وجود علاقة طردية وهو نتيجة خرجت بها أيضاً دراسة الرواشدة وآخرون
-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين الدخل الشخصي المتاح .
-في الفقرة رقم (36) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين تخصص المصرف في منح أنواع معينة من القروض " حيث بلغ الوزن النسبي 76.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الرابعة القائلة:
لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين تخصص المصرف في منح أنواع معينة من القروض .

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 3.9 والوزن النسبي 77% وهو اكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 20.737 وهو اكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية و بين السياسات الرئيسية (كالسياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى) وقوة المركز المالي للمصرف (وجود سيولة جيدة والسمعة المالية الجيدة).

فكلما كانت السياسات الرئيسية للمصرف سليمة وصحيحة كلما دل ذلك على مهارة الإدارة والحكم على كفاءتها وأن المصارف تتمتع بسيولة جيدة في الأوقات العصيبة ، كل ذلك يؤدي

إلى سمعة المصارف الجيدة وتعطي الثقة فيها ، وهي الحالة التي تستطيع المصارف من خلالها اجتذاب المودعين الجدد المرتقبين ، وزيادة عدد العملاء الحاليين .
كما يفضل العملاء التعامل مع المصارف التي تتسم بمتانة مركزها المالي حيث ان قدرتها على خلق الائتمان تتحدد بمدى متانة المركز المالي لها .

جدول رقم (40)

تحليل فقرات المجال الثالث (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسلسل
0.00	5.258	69.6	3.5	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل أخرى	18
0.00	16.012	80.5	4.0	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات	27
0.00	26.247	84.7	4.2	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية أو المحلية	28
0.00	15.605	82.8	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التقارير المالية المنشورة للجمهور العام	29
0.00	6.664	70.0	3.5	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين السياسات النقدية والضريبية للحكومة	30
0.00	4.871	67.8	3.4	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين سياسة الإنفاق العام	31
0.00	9.300	75.0	3.7	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين عدد السكان	32
0.00	9.357	74.0	3.7	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الميل الحدي للاستهلاك	33
0.00	11.044	77.0	3.9	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء سعر الصرف	34
0.00	13.835	81.2	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الدخل الشخصي المتاح	35
0.00	9.427	76.0	3.8	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين تخصص المصرف في منح أنواع معينة من القروض	36
0.00	20.737	77.0	3.9	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية الرابعة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين مستوى النشاط الاقتصادي.

تحليل فقرات المجال الرابع : العلاقة بين وحجم الودائع المصرفية وبين مستوى النشاط الاقتصادي .

يبين جدول رقم (41) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الرابع " العلاقة بين حجم الودائع المصرفية ومستوى النشاط الاقتصادي " ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 79.8% و 82.5% وهى اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه في الفقرة رقم(37) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين فترة الرواج من الفترة التجارية " حيث بلغ الوزن النسبي 82.5% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الأولى القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين فترة الرواج من الفترة التجارية .

-في الفقرة رقم (38) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين فترة الكساد من الدورة التجارية " حيث بلغ الوزن النسبي 79.8% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثانية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين فترة الكساد من الدورة التجارية.

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 4.1 والوزن النسبي 81.1% وهو اكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 18.321 وهو اكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية وبين مستوى النشاط الاقتصادي .

هناك علاقة طردية قوية بين زيادة حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية ومستوى النشاط الاقتصادي ، حيث تتأثر الأراضي الفلسطينية بالوضع الاقتصادي السائد ويمكن ملاحظة ذلك من انخفاض حجم الودائع المصرفية في عام 2006 بشكل ملحوظ .

جدول رقم (41)

تحليل فقرات المجال الرابع (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية ومستوى النشاط الاقتصادي)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسلسل
0.00	16.987	82.5	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء فترة الرواج من الفترة التجارية	37
0.00	15.036	79.8	4.0	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين فترة الكساد من الدورة التجارية	38
18.32	18.321	81.1	4.1	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية الخامسة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة وذات البعد الدولي والإقليمي والمألوف التعامل معها .

تحليل فقرات المجال الخامس : العلاقة بين حجم الودائع المصرفية والأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها .

يبين جدول رقم (42) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الخامس " العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين الأولوية في التعامل مع البنوك العريقة والمألوف التعامل معها " ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 84.1% و 85% وهي اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه في الفقرة رقم(39) " توجد علاقة بين التعامل مع المصرف العريق وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 85.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين التعامل مع المصرف العريق.

-في الفقرة رقم (40) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التعامل مع المصرف المألوف التعامل معه " حيث بلغ الوزن النسبي 84.1% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين التعامل مع المصرف المألوف التعامل معه.

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 4.2 والوزن النسبي 84.6% وهو أكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 22.222 وهو أكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حجم الودائع المصرفية، وبين الأولوية في التعامل مع المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية العريقة، وذات البعد الدولي والإقليمي والمألوف التعامل معها .

جدول رقم (42)

تحليل فقرات المجال الخامس (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة والمألوف التعامل معها)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسلسل
0.00	18.460	85.0	4.3	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التعامل مع المصرف العريق	39
0.00	21.030	84.1	4.2	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين التعامل مع البنك المألوف التعامل معه	40
0.00	22.222	84.6	4.2	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية السادسة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين انتشار العادة المصرفية .

تحليل فقرات المجال السادس : العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين انتشار العادة المصرفية .

يبين جدول رقم (43) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال السادس " العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين انتشار العادة المصرفية " ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 81.8% و 85.1% وهى اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه

-في الفقرة رقم(41) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين نمو الوعي المصرفي " حيث بلغ الوزن النسبي 84.9% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

وهي النتيجة التي تتفق مع ما خرج بها عامر من دراسته حول وجود نمو ملحوظ في العادة المصرفية ، ففي فلسطين هناك اعتياد للمواطنين على إيداع أرصدهم النقدية لدى المصارف التجارية ، ويعتمدون على الشيكات المصرفية في تسوية معاملاتهم المالية ولقياس مدى نمو هذه العادة المصرفية في فلسطين من خلال المؤشرين التاليين :

1. نسبة المدفوعات بالشيك إلى جملة المعاملات النقدية في النظام الاقتصادي .

2. نسبة الودائع الجارية إلى جملة أنواع النقود .

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الأولى القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين نمو الوعي المصرفي .

-في الفقرة رقم (42) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين إدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي " حيث بلغ الوزن النسبي 85.1% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين إدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي .

- في الفقرة رقم (43) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين طول فترة تعامل العميل مع المصرف " حيث بلغ الوزن النسبي 81.8% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-وبذلك تم رفض الفرضية الفرعية الثانية القائلة:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء وبين طول فترة تعامل العميل مع المصرف .

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 4.19 والوزن النسبي 83.9% وهو اكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 32.406 وهو اكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية وبين انتشار العادة المصرفية .

ويوصف مستوى الوعي المصرفي في فلسطين بأنه ضعيف إلا أن ذلك نتيجة للظروف التي يمر بها المجتمع الفلسطيني .

جدول رقم (43)
تحليل فقرات المجال السادس (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وانتشار العادة المصرفية)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مستل
0.00	25.342	84.9	4.2	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين نمو الوعي المصرفي	41
0.00	30.448	85.1	4.3	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين إدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي	42
0.00	20.262	81.8	4.1	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء طول فترة تعامل العميل مع المصرف	43
0.00	32.406	83.9	4.19	جميع فقرات المجال	

الفرضية السابعة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي .

تحليل فقرات المجال السابع : العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي .

يبين جدول رقم (44) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال السابع، " العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية

" ايجابية، حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 79.8 % و 89% وهي اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه

-في الفقرة رقم(44) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الاستقرار السياسي في المنطقة، " حيث بلغ الوزن النسبي %89.0 ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-في الفقرة رقم (45) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الاستقرار الاقتصادي في المنطقة " حيث بلغ الوزن النسبي %88.6 ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

- في الفقرة رقم (46) " توجد علاقة بين الاستقرار التشريعي وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي %79.8 ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 4.3 والوزن النسبي %85.8 وهو اكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 21.619 وهو اكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو اقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي

البيئة الفلسطينية تتسم بعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي في الفترة الحالية لذلك نلاحظ انخفاض حجم الودائع المصرفية وذلك واضح في الميزانية المجمعة للمصارف العاملة في فلسطين ، ودليل على ذلك تعامل الكثيرين مع المصارف الوافدة .

جدول رقم (44)
تحليل فقرات المجال السابع (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسلسل
0.00	24.078	89.0	4.5	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الاستقرار السياسي في المنطقة	44
0.00	23.943	88.6	4.4	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الاستقرار الاقتصادي في المنطقة وبين جذب ودائع العملاء.	45
0.00	11.926	79.8	4.0	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين الاستقرار التشريعي	46
0.00	21.619	85.8	4.3	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

الفرضية الثامنة :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع .

تحليل فقرات المجال الثامن : العلاقة بين وحجم الودائع المصرفية وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع .

يبين جدول رقم (45) أن آراء أفراد عينة الدراسة في جميع العلاقات الخاصة بفقرات المجال الثامن "العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية" ايجابية حيث أن الوزن النسبي لكل فقرة تتراوح ما بين 80% و 87.8% وهي اكبر من "60%" ومستوى المعنوية اقل من 0.05 مما يعني انه

في الفقرة رقم (47) " توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء وبين سعر الفائدة المدفوعة على الودائع " حيث بلغ الوزن النسبي 87.8% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

-في الفقرة رقم (48) " توجد علاقة بين سعر الفائدة المقبوضة وبين جذب ودائع العملاء " حيث بلغ الوزن النسبي 80.0% ومستوى المعنوية اقل من 0.05.

وبصفة عامة بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال الثاني 4.2 والوزن النسبي 84.1% وهو أكبر من "60%" وقيمة t المحسوبة تساوي 20.692 وهو أكبر من 1.98 ومستوى المعنوية تساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 مما يعني رفض الفرضية، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع . وهي نتيجة خرجت بها دراسة الرواشدة وآخرون بأن هناك علاقة طردية بين حجم الودائع وأسعار الفوائد .

جدول رقم (45)
تحليل فقرات المجال الثامن (العلاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع)

مستوى المعنوية	قيمة t	الوزن النسبي	الوسط الحسابي	الفقرات	مسلسل
0.00	22.359	87.8	4.4	توجد علاقة بين سعر الفائدة المدفوعة على الودائع وبين جذب ودائع العملاء.	47
0.00	13.327	80.0	4.0	توجد علاقة بين سعر الفائدة المقبوضة وبين جذب ودائع العملاء.	48
0.00	20.692	84.1	4.2	جميع فقرات المجال	

قيمة t الجدولية عند درجة حرية (113) ومستوى معنوية 0.05 تساوي 1.98

ثالثاً : ملخص النتائج

جدول رقم (45)

النتيجة		الفرضية	مسلسل
مرفوضة	مقبولة		
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين السمات المادية والشخصية للمصارف والموقع .	1
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تواجد المصارف في المدن الرئيسية وذات السمعة الحسنة.	2
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين توسيع دائرة انتشار البنك بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة.	3
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين مستوى وحجم الخدمات التي تقدمها المصارف .	4
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تحصيل مستحقات المودعين وتحصيل الشيكات أو التحصيل بوسائل سداد أخرى .	5
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين التوسع في سياسة فتح الاعتمادات وإصدار خطابات الضمان، واستحداث أنواع جديدة من الودائع، و تقرير نظام الودائع الآجلة والتوفير، وتوفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين.	6
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل (قيمة الشيكات التي حررها المودع لصالح الغير ، فواتير التليفون ، أقساط الإيجار ، بعض فواتير الشراء، مرتبات العاملين لدى المودع ، السحب على المكشوف) ووجود نظام الإيداع والسحب عند الشباك أو السحب الآلي والسحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية.	7
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظه الأوراق المالية للعميل وتخصمه .	8
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين وجود مراسلين بالخارج لتسهيل عمليات التصدير والاستيراد وتوفير أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدحمة	9

النتيجة		الفرضية	مسلسل
مرفوضة	مقبولة		
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين السياسات الرئيسية (كالسياسات المتعلقة بالقروض والاستثمارات والنشاطات الأخرى التي تمارسها المصارف) وقوة المركز المالي للمصارف .	10
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات	11
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية أو المحلية والتقارير المالية المنشورة للجمهور العام .	12
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين وجود الفوائد على القروض	13
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين تخصص بعض المصارف في منح أنواع معينة من القروض و سعر الفائدة على الودائع	14
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين مستوى النشاط الاقتصادي	15
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة الرواج للفترة التجارية	16
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة الكساد للفترة التجارية	17
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة وذات البعد الدولي والإقليمي والمألوف التعامل معها	18

النتيجة		الفرضية	مسلسل
مرفوضة	مقبولة		
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين انتشار العادة المصرفية	19
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين نمو الوعي المصرفي وإدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي	20
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جذب ودائع العملاء، وبين فترة تعامل العميل مع المصرف .	21
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي .	22
نعم	_____	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية، وبين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع .	23

رابعاً: نتائج الدراسة

من خلال التحليل الإحصائي يمكن عرض أهم الاستنتاجات الخاصة بالدراسة فيما يأتي:

1- أن المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية تتبع طرقاً متعددة لتنمية ودائعها ولا تتبع أساليب معينة ، من أبرزها اجتذاب المودعين عن طريق منح تسهيلات خاصة بالإضافة إلى المحافظة على سمعة المصرف وسيولته، ومتانة مركزه في نفوس المواطنين، كما أن المصارف تجتذب المودعين بما تدفعه لهم من فوائد على وداائعهم، خاصة إذا كانت في غير حسابات جارية وهكذا فإن المصارف تتنافس في بعض الأحيان، وذلك بإعطاء الفوائد للمودعين إلا أن هذه المنافسة تعمل على الحد من أرباح المصرف، مما يجعل هذه المصارف تتفق فيما بينها على إخراج أسعار الفائدة من مجال المنافسة .

2- من الملاحظ في فلسطين أن المصارف التجارية الوطنية تقوم بإتباع العديد من الأساليب لجذب الودائع إلا أن جميعها ينحصر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، واللوحات الإعلانية وتوزيع النشرات والمطبوعات والزيارات المباشرة للعملاء ونشر التقرير السنوي والميزانية والأرباح الموزعة للمصرف ، ولا تبذل مجهودات معينة لابتكار الأوعية الادخارية الجديدة ، ومن ثم فإن الودائع الادخارية لا تزيد عن الأنواع التقليدية : لأجل ، لأجل بإخطار ، وتوفير بالإضافة إلى توفير ذي الجوائز والودائع التأمينية (توفير تأمين على الحياة) .

3- ركزت المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية على اجتذاب الودائع الجارية، وودائع التوفير، من خلال ما يتبعونه من سياسات داخل المصارف لإدارة الودائع وجذب عملاء جدد،

حيث كان التركيز فيها أيضاً على ودائع التوفير أكثر نوع من الودائع، لأنها تتسم بالثبات والاستقرار وانخفاض تكلفتها والتقليل من التركيز على جذب ودائع الأجل.

4- من خلال دراسة إجابات الاستبانة وتحليلها للفرضية الثالثة وجد أن تطوير واستحداث خدمات مصرفية عن طريق تيسير أنظمة الياصيب المجزية لاستقطاب الودائع ، أثبتت فعاليتها في استقطاب الودائع في فلسطين ، كما يفضل العملاء التعامل مع المصارف التي تتسم بمتانة مركزها المالي، حيث أن قدرتها على خلق الائتمان تتحدد بمدى متانة المركز المالي لها، وهي الحالة التي تستطيع المصارف من خلالها اجتذاب المودعين الجدد المرتقبين ، وزيادة عدد العملاء الحاليين .

5- من خلال دراسة إجابات الاستبانة وتحليلها للفرضية الرابعة والتي تتعلق بمدى تأثير حجم الودائع المصرفية بالمستوى الاقتصادي، تبين أن هناك علاقة طردية قوية بين زيادة حجم الودائع المصرفية في المصارف التجارية الوطنية الفلسطينية ومستوى النشاط الاقتصادي ، حيث تأثرت الودائع المصرفية في الأراضي الفلسطينية بالوضع الاقتصادي السائد ويمكن ملاحظة ذلك من انخفاض حجم الودائع المصرفية في عام 2006 بشكل ملحوظ .

6- من خلال دراسة إجابات الاستبانة وتحليلها للفرضية السادسة والتي تتعلق بوجود علاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين انتشار العادة المصرفية تؤكد بأن مستوى الوعي المصرفي في فلسطين ضعيف إلا أن ذلك نتيجة للظروف التي يمر بها المجتمع الفلسطيني .

7- من خلال دراسة إجابات الاستبانة وتحليلها للفرضية الثامنة والتي تتعلق بوجود علاقة بين حجم الودائع المصرفية وبين أسعار الفوائد تبين أن وجود علاقة طردية بينهما .

8- أن الغالبية العظمى من العاملين في المصارف مؤهلهم العلمي هو البكالوريوس بنسبة 74.6% ويأتي في المرتبة الثالثة حملة الماجستير بنسبة 5.3% وهذا يدل على توافر الموارد

البشرية المؤهلة ، وأن 80.7% من الذكور وهذا يدل على ميل المصارف إلى تعيين وتوظيف الذكور أكثر في المناصب الإدارية في المصارف الوطنية ، ويتراوح أعمارهم ما بين 30- 40 بنسبة 40.4% بمعنى أن من هم في المناصب الإدارية والإشرافية في المصارف من الفئة الشابة القادرة على العطاء ، وبنسبة 13.2% من هم أقل من 30 سنة ويأتون في المرتبة الرابعة. .

9- أن تخصص المحاسبة للعاملين في المصارف الوطنية التجارية العاملة في فلسطين نسبتهم 33.3% ويأتون في المرتبة الأولى ، المرتبة الرابعة يأتي تخصص علوم مالية ومصرفية بنسبة 6.1% .

10- أن سنوات الخبرة لدى العاملين في المصارف الوطنية التجارية في فلسطين لأكثر من 6 سنوات بلغت نسبتهم 47.4% ويأتون في المرتبة الأولى، وهذا يدل على وجود كفاءة وخبرة عالية لديهم في إدارة الودائع المصرفية ، وعدد سنوات العمل من 3-10 بنسبة 29.8% في المرتبة الثانية ، وعدد سنوات العمل في المرتبة الثالثة لأكثر من 10 سنوات بنسبة 25.5% .

خامساً : التوصيات

أولاً : توصيات لإدارة المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين :

1. على المصارف العمل على تنمية الودائع وزيادة حجم الودائع، وذلك من خلال التركيز في التوسع في فتح الفروع لها محلياً (أي إتباع سياسة الانتشار الجغرافي) للاقتراب من المودعين .
2. فتح فروع للمصارف الوطنية التجارية خارج فلسطين لإعطاء المودعون ثقة أكبر بالمصرف .
3. ابتكار برامج مجدية لجذب الودائع، وإغراء الجمهور بالفوائد الممنوحة، وكذلك زيادة الحملات الدعاية والترويجية والتشجيعية والتسويقية على الودائع.
4. استحداث وإدخال أنواع جديدة من الودائع المصرفية .
5. الاهتمام بالتعامل مع الأفراد الطبيعيين لأن جذب ودائع الأفراد يعني مزيداً من تنويع الودائع وهو ما يسهم في الحد من التعرض لمخاطر العسر المالي ، ويمكن أن يكونوا مصدراً رئيسياً لتنمية الموارد المالية للمصرف وهم قوة اقرضية إضافية يمكن استخدامها في تزويد منشآت الأعمال بما تحتاج إليه من قروض .
6. العمل على زيادة نشر الوعي المصرفي بين الجمهور وتعريفه بالخدمات التي تؤديها المصارف للأفراد، وللاقتصاد القومي سواء بالاتصال الواسع بهم، أو اطلاعهم على المزيد من الخدمات التي يمكن أن تؤدي بواسطة المصرف كتيبات ، وتشجيع صغار المدخرين على التعامل مع المصارف الوطنية .

7. إضفاء المزيد من الشفافية في التعامل مع العملاء وذلك بنشر المعلومات التي تتعلق بالجوانب المختلفة لقبول الودائع ، وإجراء العمليات المختلفة لودائع الحسابات ، ودفع الفوائد على حسابات الإيداع المختلفة وإغلاق حسابات الإيداع ، طريقة التخلص من رواسب المتوفي من المودعين ، وكل ذلك لصالح العملاء ضمن وثيقة .
8. تسهيل إجراءات عمليات فتح الحسابات والإيداع والسحب ، والعمل على زيادة الجوائز على الودائع لأجل .
9. توفير إدارة متخصصة وذات خبرة في مجال تشغيل الودائع، قادرة على البحث والتحديث والتوسيع في مجال استثمار الودائع، لإعطاء عوائد مجزية للمودعين مما يشجع على جلب المزيد من الإيداعات نتيجة شعور المودع بحرص المصرف على ودائعه، وحسن تشغيلها في مجالات قوية ومربحة وثابتة .
10. حماية صغار المودعين بالتأمين على الودائع التي لا تتجاوز حداً أعلى معيناً .
11. تبسيط الخدمات المصرفية، وذلك بإعادة النظر في إجراءات تنفيذ الخدمة وشرحها للمتعاملين سواء بواسطة أقسام متخصصة بالإرشاد المصرفي، أو نشرات تقدمها للجماهير أو بوسائل مبتكرة .
12. الاتفاق على الحدود القصوى والدنيا للعوائد المصرفية وخاصة (أسعار الفائدة – وأسعار الصرف – والرسوم المصرفية – وأساليب التعامل مع العملاء)

ثانياً : توصيات إلى سلطة النقد الفلسطينية :

1. ترك تحديد الفوائد إلى قوى السوق أفضل من تثبيت أسعار الفوائد على الودائع لأن ذلك يعمل على التوازن في ظل المنافسة الحادة بين المصارف الوطنية والمصارف الوافدة على جذب وتنمية الودائع المصرفية .

2. إصدار تشريع واضح من قبل سلطة النقد :

أ - تشجيع الاستثمار المحلي من خلال إعطاء التسهيلات والإعفاءات للمصارف التجارية الوطنية ، وإلزام المصارف باستثمار 50% من حجم الودائع كحد أدنى داخل الأراضي الفلسطينية .

ب- إلزام المصارف باستحداث إدارات لتقديم الخدمات الفنية للعملاء وخاصة في مجال دراسات الجدوى والتسهيلات المصرفية والفنية .

3. نظراً لأن حجم الودائع يتأثر بالوضع الاقتصادي والسياسي فإن على سلطة النقد الفلسطينية أن تعمل على نشر الثقة بالمستقبل السياسي والاقتصادي ، عن طريق إيجاد مشاريع تنموية، والعمل على استتباب الأمن والطمأنينة بين المتعاملين مع المصارف التجارية الوطنية ، والعمل على فرض سرية الودائع .

4. محاولة تهيئة المناخ الملائم لبدء العمل المصرفي على أساس من الثقة المتبادلة بين المصارف الوطنية والعملاء من خلال نشر الوعي المصرفي ، بعقد الندوات والمؤتمرات بين رجال الأعمال والمصارف من ناحية وبين المسؤولين في وزارة المالية وسلطة النقد الفلسطينية من ناحية أخرى .

5. إصدار تعليمات تنفيذية تفصيلية بشأن مختلف مخططات الإيداع والخدمات المتصلة تصدر من وقت لآخر ضمن مبادئ توجيهية من سلطة النقد تحت عنوان " اعرف عميلك " .

سادساً : المراجع العلمي : _____

أولاً : الكتب العربية :

1. أحمد ، عبد الرحمن يسرى ، النقود والفوائد والبنوك ، الإسكندرية ، 2000م .
2. آل علي، رضا صاحب أبو حمد ، إدارة المصارف: مدخل تحليلي كمي معاصر ، الطبعة الأولى ، عمان : دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، 2002م .
3. هندي ، منير إبراهيم ، إدارة الأسواق والمنشآت المالية ، الإسكندرية : منشأة المعارف ، 1999م .
4. هندي ، منير إبراهيم ، الفكر الحديث في مجال مصادر التمويل ، الإسكندرية : منشأة المعارف ، 1998م .
5. هندي، منير إبراهيم ، إدارة البنوك التجارية : مدخل اتخاذ القرارات، الطبعة الثالثة، الإسكندرية: المكتب العربي الحديث ، 1996م .
6. الحداد ، عوض بدير ، تسويق الخدمات المصرفية ، القاهرة :البيان للطباعة والنشر ، الطبعة الأولى ، 1999م .
7. الحمزاوي ، محمد ، اقتصاديات الائتمان المصرفي : دراسة تطبيقية للنشاط الائتماني وأهم محدداته ، الإسكندرية ، منشأة المعارف بالإسكندرية ، 1997م .
8. الحناوي ، محمد ، وسلطان ، إبراهيم ، الإدارة المالية والتمويل ، الدار الجامعية ، 1999م .
9. الحناوي و عبد السلام ، محمد والسيدة عبد الفتاح ، المؤسسات المالية : البورصة والبنوك التجارية ، الإسكندرية :الدار الجامعية ، 2001م .

10. حنفي ، عبد الغفار ، إدارة المصارف: السياسات المصرفية - تحليل القوائم المالية - الجوانب التنظيمية - البنوك الإسلامية والتجارية ، الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة للنشر ، 2002م .
11. حنفي وأبو قحف ، عبد الغفار وعبد السلام ، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية ، الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2004م .
12. حنفي ، عبد الغفار ، إدارة المصارف : في البنوك في مصر ولبنان ، الإسكندرية :الدار الجامعية للنشر والطباعة ، 1997م .
13. حميد ، محمد عثمان ، التمويل والإدارة المالية في منظمات الأعمال : تقييم الأداء والتخطيط المالي وتقييم الأصول وأسواق رأس المال ومصادر التمويل ، القاهرة: دار النهضة العربية ، 1998م .
14. طه ، طارق ، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، الإسكندرية : بدون ناشر ، 2000م .
15. الأمين ، حسن عبد الله ، الودائع المصرفية النقدية واستثمارها في الإسلام ، الطبعة الأولى ، جدة :دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة ، 1983م.
16. عبد الله ، عقيل جاسم ، النقود والبنوك ، منهج نقدي ومصرفي ، الطبعة الأولى ، عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع ، 1999م .
17. عاشور ، يوسف حسين محمود ، آفاق الجهاز المصرفي الفلسطيني ، غزة ، 1995م .
18. عاشور ، يوسف ، آفاق النظام المصرفي الفلسطيني ، الطبعة الثانية ، غزة :الرننتيسي للطباعة والنشر ، 2003م .

19. علي ، عبد المنعم السيد وآخرون ، النقود والمصارف والأسواق المالية ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2004م .
20. مكّي ، محمد فخري ، مدخل إلي نظم المعلومات المصرفية ، بدون ناشر ، 1996م .
21. ناصر ، الغريب ، أصول المصرفية الإسلامية وقضايا التشغيل ، القاهرة : دار أبوللو للطباعة والنشر ، 1996م .
22. نجيب ، نعمة الله وآخرون ، مقدمة في اقتصاديات النقود والصيرفة والسياسات النقدية ، الدار الجامعية ، 2001م .
23. النقاش ، غازي عبد الرزاق ، التمويل الدولي والعمليات المصرفية الدولية ، الطبعة الثانية ، عمان : دار وائل للنشر والتوزيع ، 2001م .
24. السيسي ، صلاح الدين حسن ، الإدارة العلمية للمصارف التجارية وفلسفة العمل المصرفي المعاصر : دراسات نظرية وتطبيقية ، الطبعة الأولى ، بيروت : دار الوسام للطباعة والنشر ، 1997م .
25. سلطان ، محمد سعيد ، إدارة البنوك ، الإسكندرية : الدار الجامعية ، 1993م .
26. سويلم ، محمد ، إدارة المصارف التقليدية والمصارف الإسلامية : مدخل مقارنة ، المعمورة : مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 1998م .
27. سليمان ، محمد جلال ، الودائع الاستثمارية في البنوك الإسلامية ، الطبعة الأولى القاهرة : المعهد العالمي للفكر الإسلامي ، 1996م .
28. السهموري ، محمد ، اقتصاديات النقود والبنوك ، الطبعة الثانية ، غزة : بدون ناشر ، سبتمبر 2000م .

29. عبد الله ، عقيل جاسم ، النقود والبنوك : منهج نقدي ومصرفي ، عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع ، 1999م .
30. العمار ، رضوان وليد ، أساسيات في الإدارة المالية : مدخل إلى قرارات الاستثمار وسياسات التمويل ، الطبعة الأولى ، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 1997م
31. صادق ، مدحت ، أدوات وتقنيات مصرفية ، القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة ، 2001م .
31. رمضان وجودة ، زياد سليم ومحفوظ أحمد ، إدارة البنوك ، الطبعة الثانية ، عمان : دار للمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، 1996م .
32. شيحة ، مصطفى ، الاقتصاد النقدي والمصرفي ، الإسكندرية :الدار الجامعية ، 1995م .
33. شيحة ، مصطفى ، الاقتصاد النقدي والمصرفي ، الإسكندرية : الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، 1982م .
34. شيحة ، مصطفى ، اقتصاديات النقود والمصارف والمال ، الطبعة السادسة ، 1996م
35. شيحة ، مصطفى رشدي ، الاقتصاد النقدي والمصرفي ، الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، 1995م .
36. شيحة ، مصطفى ، الاقتصاد النقدي والمصرفي ، الإسكندرية : الدار الجامعية ، 1982م.
37. شاهين ، علي عبد الله ، محاسبة العمليات المصرفية في المصارف والمصارف الإسلامية ، غزة ، 2006م .

ثانياً : المجالات والدوريات والمؤتمرات والرسائل العلمية :

1. أبو زيد الدسوقي حامد " مدى تطبيق المبدأ التسويقي الحديث بواسطة البنوك التجارية السعودية "، مجلة الإدارة العامة : الموصل ، العدد 52 ، ديسمبر 1986م .
2. أبو زعيتر باسل جبر " العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين "، بحث غير منشور ، 2006 م .
3. أبو معمر فارس " دور البنوك في الاستثمار في فلسطين للفترة 1990-2000م " ، مجلة الجامعة الإسلامية ، المجلد 10، ع 1، (نسخة الكترونية) ، 2001م ، من <http://www.iugaza.edu.ps/ara/research/articles/volume10-%20Issue1-%20Human%207.pdf>
4. أبو معمر ، فارس " تقييم التسهيلات الائتمانية في فلسطين : من وجهة نظر أصحاب ومدراء الشركات "، مؤتمر : تنمية وتطوير قطاع غزة بعد الانسحاب الإسرائيلي ، (نسخة الكترونية) ، 2006م، من <http://www.iugaza.edu.ps/ara/research/conf/commerce/articles.asp>
5. بامخرمة أحمد سعيد " قياس الهيكل المصرفي في المملكة العربية السعودية وتأثيره على مؤشرات الأداء المصرفية " (دراسة باللغة الانجليزية) ،مجلة جامعة الملك عبد العزيز : الاقتصاد والإدارة ، العدد الخامس ، (نسخة الكترونية) ، 1992م ، من http://www.economics.kaau.edu.sa/faculty_mag/Magallat/A05_PDF/05-Bamakhramah_6666.pdf
6. بيانات الميزانية المجمعة للمصارف العاملة في فلسطين لشهر ديسمبر/2006م ، إدارة مراقبة المصارف، سلطة النقد الفلسطينية ، فلسطين.
7. نشرة أعداد فروع ومكاتب المصارف العاملة في فلسطين حتى تاريخ 2006/6/30م ، إدارة مراقبة المصارف، سلطة النقد، فلسطين.

8. سلطة النقد الفلسطينية: إدارة الأبحاث والسياسات النقدية ، التقرير السنوي الحادي عشر ، لعام 2005 م ، آيار 2006م .
9. سلطة النقد الفلسطينية : إدارة الأبحاث والسياسات النقدية ،النشرة الإحصائية ، العدد 96 رام الله ، 2006م .
10. عامر جمعة محمد "تحليل وقياس المقدرة الانتمانية للبنوك التجارية السعودية" ، مجلة الإدارة العامة ، العدد 61، فبراير 1989 م .
11. عاشور ، يوسف محمود " تحليل دوافع الأفراد في استثمار مدخراتهم خارج الجهاز المصرفي في قطاع غزة "، 2004م .
12. عاشور ، يوسف حسين محمود، الجهاز المصرفي ، مجلة المحاسب الفلسطيني ، العدد السابع ، أغسطس ، 1994م .
13. الصائغ ناصر بن محمد "دوافع المستثمر السعودي نحو الاستثمار في الخارج " ، الإدارة العامة ، العدد 80 ، سبتمبر 1993م .
14. الرواشدة مفيد وآخرون " دور البنك الإسلامي الأردني في جذب المدخرات المكتنزة : دراسة تحليلية قياسية ، مجلة أبحاث اليرموك " سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 15 ، العدد 1 ، 1999م .
15. شاهين ، علي ، دور القطاع المصرفي في تنمية الاقتصاد الفلسطيني ، مؤتمر تنمية وتطوير قطاع غزة بعد الانسحاب الإسرائيلي ، 2006 م .

ثالثاً : مواقع الانترنت :

1. إسلام أون لاين www.islam-online
2. البنك التجاري الفلسطيني <http://www.cbpal.com>
3. البنك الدولي www.worldbank.org
4. بنك فلسطين المحدود : <http://www.bankofpalestine.com>
5. الهيئة العامة للاستعلامات ، السلطة الوطنية الفلسطينية
<http://www.pnic.gov.ps/arabic/economy/banker1.html>
6. موقع سلطة النقد الفلسطينية www.pma-palestine.org
7. موقع وزارة التخطيط www.mop.gov.ps
8. موقع مركز الرئيس للتخطيط www.sisgov.ps
9. موقع مركز المعلومات الوطني الفلسطيني ، (نسخة الكترونية) ، 2007 ، من
www.pnic.ps
10. موقع وزارة المالية www.mof.gov.ps
11. مركز المعلومات الوطني الفلسطيني "الجهاز المصرفي في فلسطين " ، (نسخة الكترونية
(، 2006 م ، من
<http://www.pnic.gov.ps/arabic/economy/banker1.htm>
12. مركز إيداع الرسائل في الجامعة الأردنية www.ju.edu/library/ these
13. مركز الملك فيصل _ السعودية للأبحاث www.kfcris.com

14. مركز المعلومات الوطني الفلسطيني

<http://www.pnic.gov.ps/arabic/economy/bank.htm>

15. السياسة الائتمانية للبنوك العاملة في فلسطين"، مجلة رؤية ، (نسخة الكترونية)، 2006م

، من :

<http://www.sis.gov.ps/arabic/roya/27/page9.html>

16. مركز المعلومات الفلسطيني " الجهاز المصرفي الفلسطيني " ، 2006 م ، نسخة

الالكترونية من : <http://www.bankofpalestine.com>

17. الاستثمار وسياسة الودائع " Investment and Deposits Policy " ، (نسخة الكترونية) ، 2006 م ، من

http://www.co.hanover.va.us/finance/default_invest_dep_policy.pdf

8. سامي مقداد "السياسة الائتمانية" ، مجلة رؤية ، السلطة الوطنية الفلسطينية ، الهيئة العامة

للاستعلامات SiS ، (نسخة الكترونية) ، 2006م ، من :

<http://www.sis.gov.ps/arabic/roya/27/page9.html>

9. العسلي ، خليل " تراجع حجم الودائع في البنوك الفلسطينية " ، أمين : شبكة الانترنت

للإعلام العربي القدس : 25 نيسان 2005 ، (نسخة الكترونية) من :

<http://www.amin.org/look/amin/article.tpl?IdLanguage=17&IdPublication=7&NrArticle=35945&NrIssue=1&NrSection=1>

10. قاعدة معلومات قانونية عربية متعلقة بالمهنة المصرفية ، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ،

اتحاد المصارف العربية، الإصدار التمهيدي 2003م، (نسخة الكترونية) ، من:

<http://www.pogar.org>

رابعاً: المراجع الأجنبية :

1. Camphell , Colin and Rosemhell , An Introduction to money and banking , second edition .
2. Compbell , Colin and Rosemary , An Introduction To Money & Banking , Dryden Press , second edition , 1975.
3. Chung Pham , Money Banking & Income : theory & policy , International textbook company , 1970.
4. E.D &Cotter, R.V, Commercial banking , New Jersey , Prentice – Hall,INC, Englewood Cliffs , 1980.
5. Georyge H.Hempel , Donald G.Simonson , Bank management : text and Cases ,5th ed., John Wiley & Sons , 1999.
6. Georyge H.Hempel and others ,Bank management : text and Cases , 4th ed.,John Wiley & Sons ,1994.
7. Mark Saunders , Philip lewis, andrian thornhill , Research Methods For Business Students , third edition ,Perntice Hell,2003.
8. Pritchard , Leland J , Money &Banking : Pritichard , Houghton Mifflin Company , 1964.
9. Policy on Bank Deposits,2006, from <http://www.indian-bank.com/DEP-POLICY.pdf>
10. Read , Edward W.,& Cotter, R.V, Commercial banking, Prentice hall , Inc, Englewood chliffs, New Jersey, 1980.
11. Sam , Srnivasulu " ALN straregy: seeing the big picture" , balance sheet , vol06, no.1,1997 .
12. UTI Bank" Policy on Bank Deposits", 2006, from <http://www.utibank.com/aboutus/policyonbankdeposits/Policy-On-Bank-Deposits.asp>

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم



الجامعة الإسلامية
الدراسات العليا _ كلية التجارة
برنامج : ماجستير محاسبة وتمويل .

رقم الاستبانة			
---------------	--	--	--

استبانة حول :

تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم
دراسة تطبيقية على المصارف الوطنية التجارية العاملة في فلسطين

الأخ الفاضل: مديري العموم / الفروع / الدوائر ورؤساء الأقسام والنواب في المصارف
التجارية الوطنية العاملة في فلسطين :
حفظه/ها الله

تحية طيبة وبعد :

أنا طالبة في برنامج ماجستير المحاسبة والتمويل في الجامعة الإسلامية _ غزة أقوم بإعداد رسالة الماجستير بعنوان : تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية إدارة الخصوم وهي دراسة تطبيقية .
لذلك أضع بين أيديكم هذه الاستبانة وكلي إيمان بأنكم خير مصدر للوصول إلى المعلومات المطلوبة لأنكم أهل الخبرة والاختصاص .
كما أرجو منكم منحي دقائق معدودة من وقتكم الثمين، لتعبئة هذا الاستبيان المرفق، وأمل أن تتم الإجابة عليها بدقة وموضوعية، حيث أن صحة نتائج هذا البحث تعتمد بالدرجة الأولى على صحة الإجابة.
مؤكد لكم بأن كل ما تقدمونه من معلومات سوف يعامل بمنتهى السرية ، ولن يستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .
وحرصكم على تقديم المعلومات سوف يؤدي _ بدون شك _ لتقييم أفضل لموضوع الدراسة بما يعود بالفائدة .

وتقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير

أ - معلومات شخصية:

1. الاسم (لمن يرغب) : _____
2. المركز الوظيفي : _____
3. العمر بالسنوات : _____
4. الجنس :
أ - ذكر
ب - أنثى
5. المؤهل العلمي :
أ- دبلوم
ب- بكالوريوس
ج- ماجستير
ع- دكتوراة
6. التخصص :
أ- محاسبة
ب - إدارة أعمال
ج - علوم مالية ومصرفية
ع- آخر اذكره _____
7. الخبرة العملية في مجال إدارة الودائع المصرفية :
أ- أقل من 3 سنوات
ب- من 3-6 سنوات
ج - أكثر من 6 سنوات .
8. عدد سنوات العمل في هذا المنصب الحالي :
أ- أقل من 3 سنوات
ب- من 3-10 سنوات
ج - أكثر من 10 سنوات
- ب - معلومات عن سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف :
9. يوجد دائرة خاصة لإدارة الودائع المصرفية كالإدارات الرئيسية في المصرف :
أ- نعم بالمسمى نفسه
ب- لا يوجد
ج - يوجد ولكن بمسمى آخر _____
10. ماهي أهم السياسات المتبعة لديكم لإدارة الودائع المصرفية في المصرف :

11. أنواع الاستراتيجيات المتبعة الأساسية لجذب الودائع :
 1. استراتيجية المنافسة السعرية (دفع معدلات أعلى للمودعين) .
 2. استراتيجية المنافسة غير السعرية (تقديم خدمات جيدة بأسعار تنافسية) .
 3. أخرى : اذكرها _____

12. ماهي عناصر الاستراتيجية المقترحة لزيادة الودائع :

13. تقييمك الشخصي للسياسة المتبعة في المصرف هل هي في نظرك :
أ- ممتازة ب- جيدة جدا ج- جيدة ع- مقبولة نوعا ما وتحتاج لتطوير .

14. كيف تقيم مجهوداتكم للمحافظة على عملاء فرعكم واجتذاب عملاء جدد :
أ - ضعيفة ب - وسط ج - جيدة ع - مقبولة
تعليل ذلك :

1. السمات المادية والشخصية للمصرف وموقعه وحجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
15	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تواجد المصرف في الأحياء الراقية.					
16	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سمعة المصرف الحسنة.					
17	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين توسيع دائرة انتشار المصرف بإنشاء فروع جديدة في مواقع ملائمة.					

2. العلاقة بين مستوى وحجم الخدمات التي يقدمها المصرف وحجم الودائع المصرفية فيه

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
18	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تحصيل مستحقات المودعين، وتحصيل الشيكات، أو التحصيل بوسائل أخرى.					
19	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التوسع في سياسة فتح الاعتمادات وإصدار خطابات الضمان .					
20	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين استحداث أنواع جديدة من الودائع .					
21	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين توفير مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين .					
22	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سداد المدفوعات نيابة عن العميل .					
23	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين وجود نظام الإيداع، والسحب عند الشباك، أو السحب الآلي .					
24	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين السحب في أيام العطلات وبعد انتهاء مواعيد العمل الرسمية .					
25	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة إدارة المصرف لمحفظه الأوراق المالية للعميل وتخصصه.					
26	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين توفر أماكن انتظار السيارات في الأماكن المزدهمة .					

3. العلاقة بين السياسات الرئيسية وقوة المركز المالي للمصرف وحجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
27	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين كفاءة سياسات القروض والاستثمارات .					
28	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين وجود سيولة مناسبة وخاصة في أوقات الأزمات القومية، أو المحلية.					
29	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التقارير المالية المنشورة للجمهور العام وبين جذب ودائع العملاء.					
30	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء. السياسات النقدية والضريبية للحكومة وبين جذب ودائع العملاء.					
31	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سياسة الإنفاق العام.					
32	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين عدد السكان.					
33	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الميل الحدي للاستهلاك.					
34	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سعر الصرف.					
35	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الدخل الشخصي المتاح.					
36	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين تخصص المصرف في منح أنواع معينة من القروض .					

4. العلاقة بين مستوى النشاط الاقتصادي وحجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
37	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين فترة الرواج من الفترة التجارية .					
38	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين فترة الكساد من الدورة التجارية.					

5. العلاقة بين الأولوية في التعامل مع المصارف العريقة والمألوف التعامل معها وبين حجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
39	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التعامل مع المصرف العريق.					
40	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين التعامل مع المصرف المألوف التعامل معه .					

6. العلاقة بين انتشار العادة المصرفية وحجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
41	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين نمو الوعي المصرفي .					
42	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين إدراك الجمهور والمؤسسات بأهمية التعامل مع النظام المصرفي.					
43	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء طول فترة تعامل العميل مع المصرف وبين جذب ودائع العملاء .					

7. العلاقة بين الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي وحجم الودائع المصرفية:

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
44	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين الاستقرار السياسي في المنطقة .					
45	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء ، وبين الاستقرار الاقتصادي في المنطقة .					
46	توجد علاقة بين جذب ودائع العملاء الاستقرار التشريعي وبين جذب ودائع العملاء.					

8. العلاقة بين دفع معدلات أعلى للفوائد على الودائع وحجم الودائع المصرفية :

الرقم	العامل المؤثر	غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة
47	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سعر الفائدة المدفوعة على الودائع.					
48	توجد علاقة بين قدرة المصرف على جذب ودائع العملاء، وبين سعر الفائدة المقبوضة .					

49. بالمقارنة مع أسعار السوق ، هل تعتبر مستوى الأسعار المدفوعة :

أعلى	مماثلة	أدنى	أعلى بكثير
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

تعليلاً ذلك :

50. بالمقارنة مع أسعار السوق ، هل تعتبر مستوى أسعار الفوائد المقبوضة :

أعلى	مماثلة	أدنى
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

تعليلاً ذلك :

51. ماهي اقتراحاتك لحل مشكلة انخفاض حجم الودائع المصرفية لدى المصرف ؟

52. ✨ من خلال اعتمادك على سياسة الودائع المصرفية المتبعة في المصرف هل ترى ان هناك عيوباً فيها :

أ- نعم
ب - لا
إذا كانت إجابتك بنعم اذكر هذه العيوب :

1. _____
2. _____
3. _____

53. ✨ هل تتوقع أن يتم تطوير هذه السياسة في المصرف مستقبلاً :
أ- نعم
ب - لا
وفي كلا الإجابتين الرجاء ذكر السبب :

54. ✨ عفوا ، يرجى ذكر أي ملاحظات تريد إضافتها والتي قد أغفلتها الاستبانة أو لم تعطيها الباحثة حقها من وجهة نظرك .

واسمحوا لي بأن أتقدم بجزيل الشكر ووافر التحية لكم