

العوامل المؤثرة في اختيار البنك وفق وجهة نظر الزبون

"دراسة حالة على عينة من الافراد في كلية الادارة والاقتصاد في جامعة زاخو"

شيماء أمين سلمان *

قسم المالية والمصرفية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة زاخو، إقليم كردستان العراق. (Shaayma.salman@uoz.edu.krd)

تاريخ الاستلام: 2023/05 تاريخ القبول: 2023/08 تاريخ النشر: 2023/12 <https://doi.org/10.26436/hjuoz.2023.11.4.1266>

الملخص:

يتناول البحث احد اهم المواضيع الحيوية في الحقل المالي ويتمحور حول تشخيص اهمية العوامل المؤثرة في اختياره البنك من وجهة نظر الزبون، يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف حالة معينة ليتم بعدها تحليل الظاهرة، ويتضمن البحث تقديمًا نظريًا عن العمل المصرفي واهميته اضافة الى الاشارة لبعض العوامل المهمة بالنسبة للزبون في اتخاذ قراراته عند اختياره للتعامل مع احدى البنوك، ويهدف البحث الى التعرف على اهمية هذه العوامل ومستوى اهميتها. اعتمد البحث على استمارة الاستبيان التي اعدت لغرض جمع البيانات والمعلومات عن اراء العينة، وتم اختيار التدريسيين والموظفين في كلية الادارة والاقتصاد-جامعة زاخو كمجتمع للبحث وتم اختيار عينة عشوائية وبلغ عدد افراد العينة (80) فردًا، استنادًا الى عدد الاستثمارات المرجعة والصالحة للتحليل، تم استخدام بعض الادوات الاحصائية منها النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتوصل البحث الى مجموعة من النتائج منها وجود تباين في تأثير تلك العوامل على سلوك الزبون وان هناك عوامل اكثر اهمية بالنسبة للزبون مقارنة بالعوامل الاخرى، اذ اظهرت النتائج بان سمعة البنك كانت من الاكثر العوامل اهمية لدى الزبون في اختياره للبنك، بينما لم يظهر ل موقع البنك ووجود المستشارين الماليين والخدمات الاجتماعية التي تقدمها البنك اهمية عند اختيارهم البنك، وقدم البحث مجموعة من المقترحات التي من شأنها ان تكون مفيدة للبنوك في تعاملاتهم مع الزبائن بالاضافة الى اقتراح بعض الدراسات المستقبلية للعوامل التي لم يشملها البحث الحالي.

الكلمات المفتاحية: البنك، الزبون، العوامل المؤثرة في اختيار البنك.

المقدمة

يعد القطاع البنكي احد اهم القطاعات الحيوية والذي يعد الشريان الرئيسي للموارد المالية للمنظمات، ونتيجة لمنافسة والتغيرات السريعة في البيئة فان البنوك تحاول جاهدة في كسب المتعاملين الجدد والحفاظ على زبائنها مما فرضت على البنوك بضرورة التعرف على حاجات و رغبات الزبائن باستمرار والعمل على إشباعها بأقصى درجة ممكنة، ونظرا للمنافسة العالية بين البنوك في تقديم الخدمة من حيث التنوع والابداع فان الفهم الدقيق لتفضيلات الزبون ومعرفة ما يؤثر على سلوك الزبون في اختياره للبنك يعد اللبنة الاولى في صياغة الخدمة البنكية، ويعد نطاق الخدمات وجودة الخدمة التي يقدمها البنك عاملاً مهماً حيث يميل العملاء إلى تفضيل البنوك التي تقدم مجموعة واسعة من الخدمات والمتطورة، والتي بحد ذاتها يمكن ان تؤثر في الزبائن المرتقبين للتعامل مع البنوك من خلال فتح الحسابات واجراء التعاملات البنكية، وبناء على ما سبق، فان هذا البحث يحاول التعرف على اهم العوامل التي يمكن ان يكون ذات اهمية لدى الزبائن في اختيارهم للبنك، بالاستناد الى ما ورد في الادبيات من العوامل المؤثرة، فضلا عن محاولة تشخيص تباين الخصائص الديموغرافية في تحديد اهمية تلك العوامل بناء

على البيانات الميدانية حول اراء افراد العينة، والذين هم التدريسيين والموظفين في كلية الادارة والاقتصاد في جامعة زاخو. ومن اجل ذلك شرعت الباحثة بوضع خطة بحثية مكونة من اربعة مباحث يتناول المبحث الاول منهجية البحث اما المبحث الثاني فقد قدم فيه اهم الادبيات والمفاهيم حول العمل المصرفي والعوامل المؤثرة في اختيار البنوك، وفي المبحث الثالث تم عرض نتائج الجانب الميداني، اما المبحث الرابع والاخير فقد تم عرض اهم الاستنتاجات بناء على نتائج تحليل بيانات الجانب، فضلا عن عرض بعض التوصيات والمقترحات التي من شأنها ان تكون مفيدة للدراسات المستقبلية في نفس المجال.

المبحث الاول

(المنهجية والدراسات السابقة)

اولا: مشكلة البحث

تشهد صناعة الخدمات المصرفية منافسة شديدة اليوم الامر الذي يدفع بالبنوك الى الاستمرار في البحث عن طرق لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم. ويعد فهم العوامل التي تؤثر على اختيار

*الباحث المسؤل.

الفرضية الرئيسية الاولى: هناك اختلاف في مستويات الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار الزبون للبنك.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك يمكن ان تعزى لاختلاف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة وتفرع منها فرضيات فرعية كالاتي:

- 1- توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى الجنس
- 2- توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى العمر
- 3- توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى المؤهل العلمي
- 4- توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك.

خامسا: مصادر الحصول على البيانات

تم الحصول على البيانات والمعلومات من مصدرين النظري والميداني، تم الحصول على الجانب النظري من خلال مراجعة الادبيات والبحوث والدراسات وما متوفر في المواقع الرصينة في المستودعات الالكترونية في الشبكة العالمية ، اما بالنسبة للجانب الميداني فان استمارة الاستبيان هي الاداة الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات التي تخدم هدف البحث واعتمدت الباحثة في اعداد فقرات الاستبانة على الدراسات السابقة التي تناولت العوامل المؤثرة في اختيار الزبائن للبنك .

سادسا: اختبارات اداة البحث:

تم اخضاع الاستبانة لمجموعة من الاختبارات منها اختبارات الصدق الظاهري والشمولي من خلال عرض الاستبانة الاولية على السادة المحكمين من الاساتذة وذلك للوقوف على صحة الفقرات لقياس المتغير وتم اضافة فقرات وازيلت اخرى واجريت التعديلات بناء على اراء الخبراء المحكمين والملحق (1) يبين اسماء السادة المحكمين وعناوينهم ، كما تم اخضاع الاستبانة لاختبارات الاعتمادية وذلك لاختبار مدى امكانية وصلاحيه المقياس وتم استخدام مقياس (كرونباخ الفا) (Cronbach Alfa) ، وظهرت قيمة الفا للمؤشر الكلي نسبة (72%) وهي اكبر من النسبة المقبولة في الدراسات الانسانية البالغة (60%) ، فضلا عن اختبار الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة والتي ظهرت معنويتها من حيث الارتباطات الداخلية بين الفقرات ، كما هو مبين في الملحق (3) مما يعني صلاحية قياس المتغير من خلال الفقرات التي تم صياغتها كحزمة واحدة تعبر عن العوامل المؤثرة في اختيار المصرف ، ويبين الملحق (2) الاستبانة النهائية التي تم الاعتماد عليها في البحث.

سابعا: منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف الميدان، ويتضمن تشخيص مستوى اهمية العوامل المؤثرة في قرار الزبون في اختيار البنك ، اذ تم توزيع الاستمارة على العينة التي تتضمن التدريسيين والموظفين في كلية الادارة والاقتصاد في جامعة زاخو، ليعبروا عن ارائهم بخصوص اهمية العوامل المؤثرة عند اختيارهم المصرف تلك العوامل تم صياغتها بفقرات ضمن الاستبانة، وقد تم جمع البيانات الاولية

البنك الركيزة الاولى لادارة البنوك في سعيهم لمعرفة تفضيلات الفرد بهدف كسبهم، اذ انه من الضروري ان تستمر البنوك وبشكل دوري في التعرف على العوامل الاكثر اهمية حسب وجهة نظر الزبائن في اختيارهم للبنك ، وذلك عن طريق دراسة وتحليل العوامل التي تؤدي إلى استجابة من البنك وتميزه عن منافسيه، من خلال تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة تلبي حاجات ورغبات الزبائن المستقبليين. يأتي هذا البحث في سياق التنافسية الحاصلة بين المصارف في الإقليم، حيث انبثقت فكرة البحث عن ورشة عمل نُظمت في كلية الإدارة والاقتصاد بالتعاون مع مدراء التسويق لأربعة بنوك رئيسية بتاريخ 2022/7/4. وقد تبلورت من تلك الورشة البحثية محتوى الدراسة الحالية، وهذا يأتي بالتزامن مع وجود رغبة لدى الأفراد في فتح حسابات مصرفية، مما أدى إلى نقاشات حول أهمية العوامل التي تؤثر في اختيار البنك، وبناء على ماسبق فان مشكلة البحث تتمحور حول التساؤلات التالية:

- 1- ماهي اهم العوامل التي يمكن ان تؤثر في اختيار البنك من وجهة نظر الزبون؟
- 2- هل هناك اختلاف في الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك من وجهة نظر الزبون ؟
- 3- ماهو التباين في اهمية العوامل من وجهة نظر الزبون استنادا الى الخصائص الديموغرافية؟

ثانيا: اهمية البحث

يستمد البحث اهميته من جانبيه النظري والميداني، اذ ان تقديم مضمون نظري للعوامل المؤثرة على سلوك الزبون في اختيار المصرف تعد مساهمة علمية متواضعة من خلال تقديم لاهم المؤشرات التي تعبر عن الفقرات التي تقيس تلك العوامل والتي تعد من المواضيع التي مازالت تحتاج للنقاش وعلى المستويات المحلية والاقليمية والعالمية وتبرز اهمية الدراسة الميدانية في محاولتها لتشخيص تلك العوامل في واقع الميدان، اذ يمكن الاستفادة من تلك نتائج في تعزيز اداء المصارف ، فضلا عن ان تشخيص نقاط القوة والضعف في الحانب الميداني لهذا البحث يمكن ان يساهم كدليل للفائمين في المصارف في الاستناد اليها والاستفادة من استنتاجاتها مقترحاتها.

ثالثا:اهداف البحث

يهدف البحث الى التعرف على اهم العوامل التي يؤثر في قرار الفرد في اختياره للبنك من خلال الاطلاع على الأدبيات فضلا عن سعي لتحقيق الاهداف التالية:

1. تحديد العوامل الأكثر اهمية في قرار اختيار البنك من وجهة نظر الزبون؟
2. التعرف على مستويات الاختلاف في الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك في الميدان من وجهة نظر الزبون ؟
3. تشخيص مستويات الاهمية النسبية من وجهة نظر الزبون استنادا الى الخصائص الديموغرافية لدى افراد العينة؟

رابعا: فرضيات البحث

من اجل الوصول الى اهداف البحث اعتمدت الباحثة على فرضيتين رئيسيتين واربع فرضيات فرعية:-

والراحة هي العوامل الرئيسية التي تؤثر على سلوك المستهلك في اختيار البنك.

ومن خلال مقارنة البحث الحالي مع الدراسات السابقة يلاحظ ان هناك تشابه وتميز البحث الحالي مع الدراسات السابقة ، اذ ان التشابه يتبلور من الاسلوب المتبع لجمع البيانات، اذ يلاحظ ان استمارة الاستبيان هي الاداة الرئيسية لجمع البيانات فضلا عن وجود مؤشرات عامة تدل على تشابه نتائج البحث الحالي مع ما توصلت اليها الدراسات السابقة، وخاصة فيما يخص سمعة البنك والتي اظهرت بانها من العوامل الرئيسية التي تؤثر على سلوك الزبون في اختيار البنك، بينما هناك جوانب تميز البحث الحالي عن سابقتها، اذ ان الاختلاف تكمن في ان بعض العوامل منها موقع المصرف وجودة الخدمة لم تظهر لها اهمية كبيرة في هذا البحث وهي بخلاف الدراسات السابقة، كما ان هناك اختلاف في البيئة اضافة الى اختلاف المجتمع والعينة فضلا عن اختلاف في الفترة الزمنية التي اجريت فيها هذه الدراسات.

المبحث الثاني

الاطار النظري

اولا: نبذة عن العمل المصرفي

ان الدور الذي تقوم به المصارف بكافة انواعها لا يقل اهمية عن ما تقوم به القطاعات الاخرى في الدولة وتأثيرها في تنمية اقتصادها، نظرا لما تقوم به بالمصارف. فهي تعمل كاوعية تجمع المدخرات من ذوي اصحاب المدخرات وتقوم باستثمارها او اقتراضها للجهات التي تعاني من العجز المالي ، وبذلك فهي تقوم بدور كبير في تنشيط عمليات الاستثمار وبالتالي تنشيط الاقتصاد. يمكن تنفيذ أنشطة الإقراض مباشرة من قبل البنك أو بشكل غير مباشر من خلال أسواق رأس المال. حيث تلعب البنوك دوراً مهماً في الاستقرار المالي والاقتصادي لأي بلد، فإن معظم البلدان قامت بإضفاء الطابع المؤسسي على نظام يعرف باسم النظام المصرفي الاحتياطي الجزئي ، والذي تحتفظ بموجبه البنوك بأصول سائلة تساوي جزءاً فقط من التزاماتها المتداولة. بالإضافة إلى اللوائح الأخرى التي تهدف إلى ضمان السيولة ، تخضع البنوك عموماً لمتطلبات الحد الأدنى من رأس المال بناءً على مجموعة دولية من معايير رأس المال، وقد تطورت الخدمات المصرفية بمعناها الحديث في القرن الرابع عشر في المدن المزدهرة في عصر النهضة، لكنها عملت من نواح عديدة على أنها استمرار لأفكار ومفاهيم الائتمان والإقراض التي تعود جذورها إلى العالم القديم في تاريخ العمل المصرفي ، لعب عدد من السلالات المصرفية دوراً مركزياً على مدى قرون عديدة . وقد اشار(المرعاني وآخرون، 2014: 17) انه أصبح الإصلاح المصرفي من ضمن الأهداف الرئيسية لحكومة الاقليم نظرا لما تتمتع به المصارف من مميزات فهي تعتبر الاوعية الدموية التي تنبض بالتدفقات النقدية للقطاعات الاخرى ، فهي الجهة التي تنظم التدفقات النقدية لكافة الأنشطة الاقتصادية وبالتالي يجب ان تكون حركتها وادائها متناسبا مع حاجة الاقتصاد في الاقليم.

ثانيا/ العوامل المؤثرة على الزبون

شهدت القطاعات المصرفية تغيرات كبيرة على مر السنين والناجئة عن التغييرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية والبيئة الاقتصادية والسياسية بحيث انعكست على سلوك افراد المجتمع والتغير في متطلباتهم وتوجهاتهم وحاجاتهم و رغباتهم فضلا عن

وتم تشخيص مستوياتها بالاستناد الى اهم الادوات الاحصائية من حيث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية استنادا الى المتوسطات الحسابية لاجابات افراد العينة مقارنة بالمؤشر الكلي للمتوسطات (المتوسطات المعيارية- متوسط المتوسطات) وهو اختبار بسيط يمكن ان تعبر عن مدى الاهمية النسبية لكل فقرة ضمن الاسئلة التي تعبر عن العوامل المؤثرة في اختيارهم للبنك من وجهة نظر الزبون.

ثامنا:مجتمع البحث

تم اختيار مجتمع البحث ليتضمن التدريسيين والموظفين في كلية الادارة والاقتصاد في جامعة زاخو، اذ استطاعت الباحثة من توزيع (85) استمارة، وتم الاعتماد على(80) استمارة مرجعة وصالحة لتكون عينة للبحث ، بلغ عدد التدريسيين فيها (52) فردا من العينة والبقية كانوا من الموظفين والذين بلغ عددهم(28) فردا.

تاسعا : الدراسات السابقة

1- العوامل المؤثرة في اختيار البنك: دراسة المستهلكين الباكستانيين" قدمت هذه الدراسة من قبل (Aram, et al; 2013) وتبحث هذه الدراسة في العوامل التي تؤثر على اختيار البنك من قبل الزبائن الباكستانيين. جمعت الدراسة البيانات من 200 مستجيب باستخدام استبيان منظم وحللت البيانات باستخدام تحليل العوامل وتحليل الانحدار. تشير النتائج إلى أن جودة الخدمة والسمعة والملاءمة هي العوامل الرئيسية التي تؤثر على اختيار البنك.

2-العوامل المؤثرة في اختيار الزبون للخدمات المصرفية: دراسة للبنوك التجارية في كينيا" Gichira, R. K., & Mburu, B. (2015) K'Obonyo, P., & Mburu, B. (2015) : تبحث هذه الدراسة في العوامل التي تؤثر على اختيار الزبون للخدمات المصرفية في كينيا. جمعت الدراسة بيانات من 300 مستجيب باستخدام استبيان منظم وحللت البيانات باستخدام تحليل العوامل وتحليل الانحدار. وقد اشارت النتائج إلى أن الراحة وجودة الخدمة والسمعة هي العوامل الرئيسية التي تؤثر على اختيار الزبون للخدمات المصرفية.

3- دراسة العوامل المؤثرة على سلوك التحول لدى الزبائن في القطاع المصرفي السوري : أديب يوسف سلطانة(2015)

هدف الدراسة الى دراسة العوامل المؤثرة على الزبون في اختيار البنك ، وقد تم الحصول على البيانات من خلال توزيع الاستبيان على عينة بلغ عددها(81) شخصا من زبائن البنك وتم تحليل بياناتها باستخدام الاساليب الحصائية وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها ان موقع البنك من اكثر العوامل اهمية وتأثرا بالنسبة للزبون في اختيار البنك

4- دراسة تجريبية حول العوامل التي تؤثر على سلوك الزبون في اختيار البنك: بنغلادش Rshed, M. M., Talukder, & Mia, M. A (2018): الغرض من هذه الدراسة هو فحص العوامل التي تؤثر على سلوك الزبون في اختيارالبنك في بنغلاديش. جمعت الدراسة البيانات من 200 مستجيب باستخدام استبيان منظم وحللت البيانات باستخدام تحليل العوامل وتحليل الانحدار، وتوصل البحث إلى عدة نتائج من بين اهمها أن السمعة

وهذا حسب ما اشارو اليه كل من (Rshed et al,2019:13) و (سلطانة،2015: 6) و (Wang et al ,2003:9).

4- خدمات الانترنت

بعد التطورات التكنولوجية التي طرأت على الواقع العملي نجد ان الكثير من الافراد يميلون الى الحصول على خدماتهم عبر الوسائل الالكترونية وهذا ما ادى الى ان تصبح التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول مهمًا بشكل متزايد في السنوات الأخيرة ، حيث يعتمد الزبائن بشكل متزايد على القنوات الرقمية للخدمات المصرفية، وان مايقدمه المواقع الالكترونية عبر الانترنت يسهل ويعزز من كفاءة وفاعلية الخدمات المصرفية بالشكل الذي يجذب اليه الزبون ، وهذا ما اكد عليه كل من (الباهي،2016: 22) (Gichira et al, 2016: 34) و (Zeithaml et al: 2002) و (النابلسي وآخرون،2015: 499) وقد اوضح كل من (الحمداني، 2003: 94) و(العلي،2013: 228) بان الصيرفة الالكترونية تؤدي الى كسب قاعدة اوسع من الزبائن للمصرف.

5- الامان

اشار كل من (Akram et al, 2019:13) و (Rashed et al,2019:13) و (Gyaase et al,2018:17) و (الطاهر،2019: 84) ان مستوى الامان والخصوصية التي يوفرها البنك للزبائن عند تعاملاتهم ومنحه الشعور بالمحافظة على سرية تعاملاتهم وتأمين اموالهم وحفظها من الضياع والسرقة من العوامل التي تجذب الزبون للتعامل مع البنك واختيارها.

6- الخدمات الاجتماعية وخدمات الاستثمار

كما ان الخدمات الاجتماعية وخدمات الاستثمار اعتبره (الخصر وآخرون،2021: 350) بانها تعتبر بديلا منافسا لخدمات البنوك التقليدية،بالاضافة الى وجود المستشاريين الماليين ومستوى الشفافية والإفصاح ، ومستوى الملاءمة وسهولة الاستخدام، ومجموعة برامج المكافآت والولاء تكون مهمة بالنسبة لبعض الزبائن نظرا لعدم وجود الخبرة الكافية في التعاملات البنكية وقلة وجود الثقافة المصرفية لديهم وعدم الالمام بمجرى المعاملات البنكية ، (Akram et al, 2019:13) و (Rshed et al,2019:13) (2013: 23).

بالنظر الى ماسبق يمكن القول ان العوامل التي تؤثر في اختيار البنك متعددة الأوجه وتختلف حسب تفضيلات الزبون واحتياجاته، وان عامل (سمعة البنك وموقعه والامان) فقد اظهرت غالبية الدراسات والبحوث انها من اكثر العوامل التي لها اهمية لدى الزبون عند اختياره البنك. لذا تحتاج البنوك الى تقييم خدماتها وتحسينها والبحث عن سبل ومحفزات مؤثرة وجذابة ومقبولة بشكل مستمر لتلبية التوقعات المتغيرة لزبائنها ، وتكون قادرة على المنافسة في السوق لان نجاح اي مؤسسة مالية او غير مالية سواء تقدم خدمات او منتجات سلبية تتوقف على رضا الزبون، فالزبون يعتبر المصدر الرئيسي لاعطائها الديمومة والاستمرارية في العمل.

المبحث الثالث

وصف وتحليل وتشخيص البحث

تفضيلاتهم ، اذ اصبح الزبون أكثر فهما و دراية ولديه المزيد من التوقعات والخيارات للاختيار من بينها أكثر من أي وقت مضى،لذا ينبغي على البنوك العمل على وفق مبدأ اعرف زبونك وذلك عن طريق معرفة احتياجاته والقيم والثقافة التي يتمتع بها وتشخيص وضع واهتماماته(الشمري،2015: 10) ، وكلما زاد وعي الزبون كلما كثرت طلباته وقيل تسامحه للاخطاء البنكية وصعب ارضائه(جاسم،2021: 194)، وهناك الكثير من العوامل التي تؤثر في اختيار البنك من وجهة نظر الزبائن وتمت دراستها على نطاق واسع في الأدبيات، من بين اهم تلك العوامل اعتمد البحث على تلك العوامل التي اتفقت عليها غالبية الكتاب والباحثين وحسب اطلاع الباحثة ، منها دراسة (Zeithaml et al,2002: 33) و (wang et al,2003:9) ،(خنساء،2006: 42) ،(Ghoury et al , 2010) (Rehman Khan et al,2010: 19) ،(النابلسي وآخرون،2015: 497) و(سلطانة،2015: 5-11)،(نورالهدى وآخرون،2016: 70-71) ،(Rshed et al,2019:14).

1- سمعة البنك

تعد السمعة البنك ومصداقيتها أحد الاصول الرئيسية للمؤسسات لانها تعطي قيمة كبيرة تميزها عن غيرها وتعطيها القوة على منافسة الغير والديمومة في العمل وهذا ما اتفق عليه كل من (Wang et al ,2003:9) و (Wang et al ,2015: 24) و (Mburu و(النابلسي وآخرون،2015: 497) و(سلطانة،2015: 7) و(نورالهدى وآخرون،2016: 70) حيث اشاروا انه يميل الزبائن إلى اختيار البنوك ذات السمعة الطيبة من حيث الاستقرار والموثوقية والممارسات الأخلاقية وبان السمعة تعزز من ثقة الزبائن بالمصرف وتنطوي هذه الثقة على ثلاثة أركان : إمكانية توقع ردود أفعال الطرف الآخر، إمكانية الاعتماد على الطرف الآخر، وا إمكانية وضع الثقة الكاملة في الطرف الأخر وهذا يعني أنه عدم وجود هذه الثقة او تقليلها قد يدفع الزبون بأن يقوم بسحب ودائع.

2- موقع البنك

اشارت دراسة كل من (Rshed et al,2019:14) و (نورالهدى وآخرون،2016: 70) و (43:1996) و (McDougall & Levesque, 2015: 11) بان موقع البنك ومكان تواجد الفروع التابعة لها عامل مهم يمكن أن يؤثر على راحة الزبون وسرعة الوصول إلى الخدمات المصرفية وهي من العوامل التي لها اثر على سلوك الزبون بشكل مباشر خاصة بالنسبة للزبائن المتصلين بالبنك بشكل منتظم، وواضحوا ان الموقع يعتبر من العوامل المهمة بالنسبة للزبون لانه يحدد زيارات الزبون للبنك بشكل منتظم.

3- الاسعار

من العوامل المهمة التي تؤثر في قرار اختيار المصرف هي الاسعار والرسوم التي تتقاضاه البنك مقابل معاملاتها واسعار الفائدة على قروضها هي أيضاً عوامل مهمة في سلوك العملاء. يميل العملاء إلى اختيار البنوك ذات الرسوم ومعدلات الفائدة المنخفضة لتوفير التكاليف و بالإضافة إلى ذلك انه وفي قطاع الخدمات المالية فان السعر يكون اكثر تأثيرا مقارنة مع القطاعات الخدمية الأخرى فهو يتضمن كل من رسوم التنفيذ، الرسوم المصرفية، معدلات الفائدة التي تدفعها وتتقاضها البنوك

اولا: وصف خصائص افراد عينة البحث:

المتعلقة بالمؤهل العلمي بان حاملي شهادة الدكتوراه والبيكالوريوس جاءو بنسب متساوية والتي بلغت 35% لكل واحد منهم، والنسبة المتبقية كانت لحاملي شهادة الماجستير والتي بلغت 30% من العينة، وفيما يخص بسنوات التعامل مع البنوك فقد كانت غالبية العينة هم ممن يتعاملون مع البنوك لاكثر من (10) سنوات وبلغ نسبتهم 37.5% وكان عددهم 30 فرداً، ويظهر بان 32.5% من العينة هم ممن يتعاملون مع البنوك لفترات تتراوح ما بين (5-10) سنوات بواقع (26) فرداً، اما النسبة المتبقية من العينة والتي تبلغ نسبتها 30% فكانوا ممن يتعاملون مع البنوك لاقل من (5) سنوات وبلغ عددهم (24) فرداً فقط.

يبين الجدول (1) الخصائص الديموغرافية لافراد عينة البحث ويتضح ان 55% من العينة كانوا من الذكور وبلغ عددهم (44) من مجموع (80) فرد والبقية كانوا اناثاً بنسبته 45% وبلغ عددهم (36) من مجموع افراد العينة، وبالنسبة للفئة العمرية فقد كانت غالبية العينة تقع اعمارهم بين (31-40) وبلغ نسبتهم 31.2% بواقع (21) فرداً، ويظهر من الجدول المذكور ان 38.8% يقعون ضمن الفئة العمرية اكثر من (40) سنة، اما النسبة المتبقية والتي هي 30% فقد كانت ضمن الفئة العمرية التي تقع اعمارهم بين (25-30) من مجموع عينة البحث، ويلاحظ من البيانات

جدول(1) توزيع الديموغرافي لافراد عينة البحث

ت	خصائص العينة	فئات	التكرارات	النسبة المئوية
1	الجنس	ذكر	44	55%
		انثى	36	45%
		المجموع	80	100.0
2	العمر	من 25-30	24	30
		من 31-40	25	31.2
		اكثر من 40	31	38.8
		المجموع	80	100.0
3	المؤهل العلمي	بكالوريوس	28	35
		ماجستير	24	30
		دكتوراه	28	35
		المجموع	80	100.0
		سنوات التعامل مع البنوك	اقل من 5 سنوات	24
10-5 سنوات	26	32.5		
10 سنوات فمل فوق	30	37.5		
المجموع	80	100.0		

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من نتائج الجدول (2) الموضح اعلاه بأن 44.32% من العينة يعتبرون ان العوامل التي شملتها الدراسة لها اهمية كبيرة في قراراتهم لاختيار البنك وان مانسبته 39.02% من العينة المبحوثة يعتبرون ان هذه العوامل لها اهمية الى حد ما، مما يعني ان هذه العوامل يمكن ان تؤثر في قرار اختيار البنك للتعامل معه بنسبة 83%.

ثانيا: تشخيص النتائج واختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية الاولى : (هناك اختلاف في مستويات الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار الزبون للبنك).

الجدول(2) مستويات اهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك

نسبة الاتفاق	انحراف معياري	متوسط حسابي	غير مهم	مهم الى حد ما	مهم جدا	المؤشرات	الفرق
			Fi	Fi	Fi		
			%	%	%		

65	0.84	1.95	30 37.5	24 30.0	26 32.5	ما مدى أهمية موقع فرع البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X1
90	0.56	2.7	4 5.0	16 20.0	60 75.0	ما هي أهمية سمعة البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X2
75	0.63	2.25	8 10.0	44 55.0	28 35.0	ما مدى أهمية تنوع الخدمات التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X3
84	0.67	2.53	8 10.0	24 30.0	48 60.0	ما هي أهمية الرسوم التي يتقاضاها البنك لقاء خدماته في قرارك لاختيار البنك؟	X4
82	0.64	2.47	6 7.5	30 37.5	44 55.0	ما هي أهمية مصداقية البنك بالنسبة لك؟	X5
74	0.80	2.22	18 22.5	26 32.5	36 45.0	ما مدى أهمية منصة خدمات عبر الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول في قرار اختيارك البنك؟	X6
79	0.77	2.37	14 17.5	22 27.5	44 55.0	ما مدى أهمية توافر أجهزة الصراف الآلي الأخرى التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X7
79	0.77	2.37	14 17.5	22 27.5	44 55.0	ما مدى أهمية مستوى الأمان والخصوصية الذي يوفره البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X8
74	0.67	2.27	10 12.5	38 47.5	32 40.0	ما مدى أهمية نطاق خيارات الائتمان والقروض التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X9
73	0.68	2.2	12 15.0	40 50.0	28 35.0	ما مدى أهمية مستوى أسعار الفائدة التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X10
65	0.59	1.95	14 17.5	50 62.5	14 17.5	ما مدى أهمية توفر المستشارين الماليين والخدمات الاستثمارية التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X11
85	0.63	2.55	6 7.5	24 30.0	50 62.5	ما مدى أهمية مستوى الشفافية والإفصاح الذي يقدمه البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X12
74	0.67	2.27	12 15.0	34 42.5	34 42.5	ما مدى أهمية مستوى الملاءمة وسهولة الاستخدام التي يوفرها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X13
72	0.74	2.17	16 20.0	34 42.5	30 37.5	ما مدى أهمية مستوى الابتكار ودمج التكنولوجيا الذي يقدمه البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X14
65	0.71	1.95	22 27.5	40 50.0	18 22.5	ما مدى أهمية مجموعة خدمات التأمين التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟	X15
70	0.75	2.12	18 22.5	34 42.5	28 35.0	ما مدى أهمية مجموعة برامج المكافآت في قرارك لاختيار البنك؟	X16
81	0.71	2.45	10 12.5	24 30.0	46 57.5	ما مدى أهمية جودة خدمة الزبائن في قرارك لاختيار البنك؟	X17
69	0.76	2.07	20 25.0	34 42.5	26 32.5	ما هي أهمية المسؤولية الاجتماعية للبنك بالنسبة لك؟	X18
	0.699	2.14	16.66	39.02	44.32	المؤشر الكلي	

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج spss

ومن الجدول المذكور يتضح بان **16.66%** من افراد العينة يرون بان هذه العوامل ليست مهمة في اتخاذ قرارهم لاختيار البنك للعمل معه ، بالرغم من ان هذه النسبة قليلة مقارنة بالعينة التي يهتمون بهذه العوامل الا انها تعطي مؤشرا بان هناك عوامل اخرى غير هذه قد تكون اكثر اهمية.

اما بالنسبة لمستوى اهمية هذه العوامل حسب وجهة نظر العينة فانه يتضح من نتائج الجدول ان سمعة البنك هي الأكثر أهمية بالنسبة للزبائن اذ حققت اعلى متوسط حسابي بلغ قيمته (2.7) ويتبين بانها حققت نسبة الاتفاق (90%) وهي اعلى نسبة مقارنة بالعوامل الاخرى ويلاحظ من قيم الانحراف المعياري بانها ظهرت (0.56) وهي اقل من واحد الصحيح ، مما يدل على تجانس الاجابات لدى العينة وعدم تشتتهم. وجاء أن مستوى الشفافية والافصاح الذي يقدمه البنك يأتي بمرتبة الثانية بعد سمعة البنك بمتوسط حسابي (2.55) وبمستوى اتفاق بلغ (85%) اي ان 85% من افراد العينة يؤكدون على اهمية هذا العامل وبانحراف معياري بلغ (0.63) يليه الرسوم والاسعار التي تتقاضاه البنك حيث ظهرت بمتوسط حسابي بلغ (2.53) ، ويلاحظ ان 84% من افراد العينة يتفقون على اهمية هذا العامل ، ثم جاء بعدها عنصر مصداقية البنك التي حققت نسبة اتفاق 82% وهي نسبة عالية ايضا مقارنة بالعوامل الاخرى .بالنسبة لاهمية الابتكار والتكنولوجيا التي تقدمها البنك فقد ظهر بمتوسط حسابي (2.17) وانحراف معياري (0.74) يليه برامج المكافآت التي تقدمها البنك بحيث ظهر بمتوسط حسابي (2.12) وانحراف معياري بلق قيمته (0.75) وظهرت المؤشرات (X1,X11,X15) بادنى درجة اتفاق، اذ حققت نسبة اتفاق لم تتجاوز 65% وهي اقل نسبة مقارنة بالعوامل الاخرى وتشير هذه العوامل الى مدى أهمية موقع فرع البنك و توفر المستشارين

الماليين والخدمات الاستثمارية وخدمات التأمين التي تقدمها البنك ، ويلاحظ من المتوسطات الحسابية بانها حققت (1.95) لكل عامل وبانحراف معياري لم يبلغ واحد الصحيح لجميع العوامل ، مما يعني تجانس الاجابات وعدم تشتتها، ويتضح من البيانات بان هناك تباين واختلاف في اهمية هذه العوامل لدى الزبائن وتختلف من زبون الى اخر، وبهذا تتحقق الفرضية الاولى والتي تنص هناك اختلاف في مستويات الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار الزبون للبنك.

الفرضية الرئيسية الثانية : توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى الخصائص الديموغرافية.

1- **اهمية العوامل استنادا الى الجنس:** يبين الجدول (3) تباين في اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى الجنس، وبالاعتماد على قيم المتوسطات الحسابية يظهر من الجدول المذكور بان الذكور قد حققوا اعلى متوسط حسابي مقارنة بالاناث ، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاجابات افراد العينة من الذكور (2.4) وهي اكبر من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) الموضح في الجدول (2) والبالغ (2.14) ، بينما يلاحظ بان المتوسط الحسابي لاجابات الاناث ضمن العينة بانها بلغت (2.0) وهي اقل من المتوسط المعياري في هذه البحث. ويؤكد ذلك قيم P.value التي جاءت باقل من 0.05 . مما يعني ان هذه العوامل بعد اكثر اهمية لدى الذكور مقارنة بالاناث، وبناء على هذه النتائج فانه يمكن قبول الفرضية الاولى ضمن الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على انه هناك فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى الجنس.

الجدول (3) اهمية العوامل استنادا الى الجنس

ت	خصائص العينة	الفئات	المتوسط الحسابي	المتوسط المعياري *	P.value
1	الجنس	ذكر	2.4	2.14	0.01
		انثى	2.0		0.00

الجدول من اعداد الباحثة بالاستناد الى مخرجات Spss * المؤشر الكلي (متوسط المتوسطات)

المعياري (المؤشر الكلي) والذي بلغ (2.18) بينما حققت الفئة العمرية (25-30) اقل متوسط حسابي بلغ قيمته (1.98) وهي اقل من المتوسط المعياري البالغ (2.14). ويؤكد ذلك قيم P.value التي جاءت باقل من (0.05). وهنا يلاحظ بان هذه العوامل ذات اهمية كبيرة لدى الفئات العمرية الكبيرة، وبهذا يتم قبول الفرضية الثانية للفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على انه وجود فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى العمر.

2- **اهمية العوامل استنادا الى العمر:** يبين الجدول (4) اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى العمر، وبالاعتماد على قيم المتوسطات الحسابية يظهر من الجدول المذكور بان الفئة العمرية الاكبر من (40) حققت اكبر متوسط حسابي مقارنة بالفئات العمرية الاخرى ، اذ بلغ المتوسط لحسابي لاجاباتهم (2.35) وهي اكبر من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) لاجابات افراد العينة، يليه الفئة العمرية التي تقع ما بين (31-40) وحققت ايضا متوسط حسابي اكبر من المتوسط

الجدول (4) اهمية العوامل استنادا الى العمر

ت	خصائص العينة	الفئات	المتوسط الحسابي	المتوسط المعياري *	P.value
2	العمر	من 25-30	1.98	2.14	0.02
		من 31-40	2.18		0.00
		اكثر من 40	2.35		0.00

الجدول من اعداد الباحثة بالاستناد الى مخرجات Spss

* المؤشر الكلي (متوسط المتوسطات)

حسابي مقارنة بالمؤهلات الاخرى وهي اقل من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) والذي يبلغ (2.14). ويؤكد معنوية المتوسطات الحسابية المتحققة قيم P.value التي جاءت باقل من (0.05). ويلاحظ بان هذه العوامل تكون اكبر اهمية لدى اصحاب الشهادات العليا، ويمكن ان يعزى ذلك الى زيادة وعيهم وامتلاكهم للثقافة المصرفية، مما يعني قبول الفرضية الثالثة للفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على انه توجد فروقات مهنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى المؤهل العلمي .

3-اهمية العوامل استنادا الى المؤهل العلمي: يبين الجدول (5) تباين اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى المؤهل العلمي، واستنادا الى قيم المتوسطات الحسابية التي ظهرت في الجدول ادناه، بان اكبر قيمة حققته حاملي شهادة الدكتوراه، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الفئة (2.46) وهي اكبر من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) البالغ (2.14) وبالنسبة لبقية افراد العينة من حاملي شهادة الماجستير فقد حققوا متوسط حسابي مقداره (2.20) وهي ايضا لاتعد قليلة كونها جاءت بقيمة اكبر من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) ، ويلاحظ بان حاملي شهادة البكالوريوس (1.9) حققوا اقل متوسط

الجدول (5) اهمية العوامل استنادا الى المؤهل العلمي

ت	خصائص العينة	الفئات	المتوسط الحسابي	المتوسط المعياري *	P.value
3	المؤهل العلمي	بكالوريوس	1.9	2.14	0.03
		ماجستير	2.20		0.04
		دكتوراه	2.46		0.00

* المؤشر الكلي (متوسط المتوسطات)

الجدول من اعداد الباحثة بالاستناد الى مخرجات Spss

عالية ايضاً وهي اكبر من المتوسط المعياري البالغ (2.14) ، ويلاحظ بان الفئة الذين لديهم حسابات بنكية لاقل من (5) سنوات بانها حققت اقل متوسط حسابي وبمقدار (1.95) ، وهي اقل من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي). ويؤكد معنوية المتوسطات الحسابية قيم P.value التي جاءت باقل من 0.05 . مما يعني ان هذه العوامل تعد اكثر اهمية لدى افراد العينة الذين يتعاملون مع البنوك لسنوات ويمكن ان يعزى الى الخبرة والمعرفة في التعاملات البنكية، وبهذا يتحقق الفرضية الرابعة التابعة لفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على انه توجد فروقات معنوية في تحديد الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك.

4- اهمية العوامل استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك: يبين الجدول (6) تباين اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك استنادا الى سنوات التعامل مع البنك، وبالاعتماد على قيم المتوسطات الحسابية يظهر من الجدول المذكور بان افراد العينة الذين يقعون ضمن الفئة الذين لديهم حسابات بنكية او يتعاملون مع البنوك لاكثر من (10) سنوات قد حققوا اعلى متوسط حسابي مقارنة بالفئات الاخرى، اذ بلغ المتوسط الحسابي لاجابات افراد العينة ضمن هذه الفئة (2.5) وهي اكبر من المتوسط المعياري (المؤشر الكلي) لاجابات افراد العينة ، بينما يلاحظ بان المتوسط الحسابي لاجابات الفئة الذين يتعاملون مع البنوك لمدة تتراوح بين(5-10) سنوات بانها بلغت (2.4) وهي ايضا جاءت بنسبة

الجدول (6) اهمية العوامل استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك

ت	خصائص العينة	الفئات	المتوسط الحسابي	المتوسط المعياري *	P.value
4	سنوات التعامل مع البنوك	اقل من 5 سنوات	1.95	2.14	0.00
		10-5 سنوات	2.4		0.02
		10 سنوات فما فوق	2.5		0.03

* المؤشر الكلي (متوسط المتوسطات)

الجدول من اعداد الباحثة بالاستناد الى مخرجات Spss

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

2. يستنتج من المؤشرات الميدانية التي اظهرت مستويات عالية من الاتفاق لدى العينة بان اختيار البنك يعتمد الى حد كبير على اهمية سمعة ومصداقية البنك والأسعار والرسوم التي يفرضها وجودة خدمة العملاء ومستوى الشفافية والإفصاح التي تقدمها البنك .

3. يستنتج من مقارنة مستويات الاتفاق على اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك لدى افراد العينة بان هناك تباين لدى الافراد في مستوى اهمية العوامل وان هذه العوامل واهميتها تختلف من زبون الى اخر استنادا الى الخصائص الديموغرافية.

1. تدل نتائج البحث المستندة الى البيانات الميدانية والتي اظهرت اهمية العوامل لدى افراد العينة بان هذه العوامل يمكن ان تؤثر في قرار الفرد في اختيار احدى البنوك للتعامل معه من خلال فتح الحساب واعتماد خدماتها البنكية.

نقاط الضعف التي لديها بناء على التباين في اهمية العوامل التي توصلت اليها نتائج هذه الدراسة والبحث عن اسبابها وسبل معالجتها.

5. توصي الباحثة بضرورة تركيز البنوك على وضع سياسات تسعيرية للخدمة المصرفية بحيث تكون ملائمة لافراد المجتمع فضلا عن البحث عن الاليات التي يمكن ان تحافظ على سمعة البنك وتعززها كونها من اكثر العوامل المهمة عند اختياره البنك.
6. على الرغم من تدني الاهمية النسبية لموقع البنك من حيث اهميتها لدى الفرد عند اتخاذه القرار في اختيار البنك، الا انه ينبغي على البنوك الاهتمام بالموقع وذلك نظرا لتباين نتائج الدراسات حول اهمية الموقع في اختيار البنك بالنسبة للزبون.
7. بناء على الاستنتاجات التي توصلت اليه البحث فان الباحثة تقترح عدد من الدراسات المستقبلية منها:-

- تحديد تباين الاهمية النسبية للعوامل المؤثرة في اختيار البنوك من وجهة نظر ادارة البنوك في البلدان التي تشهدها المنافسة في القطاع البنكي.
- دور تقضيلات الزبون في صياغة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية .
- تحديد العوامل المؤثرة في تعزيز ثقة الزبون بالبنك.

المصادر

اولا/ رسائل الماجستير واطاريح

- 1- سلطانة، اديب يوسف، 2015، العوامل المؤثرة على سلوك التحول لدى الزبائن، رسالة ماجستير، جامعة الفخرانية السورية، كلية الادارة والاقتصاد، سورية.
- 2- خنساء، سعادي، 2006، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.
- 3- زهران، اباد ذيب، 2013، أثر تنوع الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء في المصارف الإسلامية، جامعة عمان العربية، كلية الاعمال، الاردن.
- 4- الباهي، صلاح الدين مفتاح سعد، 2016، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط، الاردن.
- 5- نورالهدى، بوجلطي، بهتاني يوسف اسلام، 2016، دراسة العوامل المؤثرة على المستهلك لاختيار البنك التجاري، كلية العلوم التجارية والاقتصادية، جامعة ابن خلدون.

ثانيا/ بحوث ودوريات

- 1- النابلسي، زينب حسان، الشعار، اسحق محمود، 2015، أثر سلوك العاملين في المصارف على ثقة العملاء، جامعة البلقاء التطبيقية، كلية الاعمال، الاردن، مجلة البحث العلمي، العدد 2.
- 2- الطاهر، عمر علي بابكر، بن عبدالله، نزار، 2019، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، عدد 14، السعودية.
- 3- لخضر، عمارة، يونس مصطفى، 2021، أثر تنوع الخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد: 11/العدد: 02، الجزائر.
- 4- جاسم، نبراس مخلف، م.د.وفاء حسين سلمان الحيدر، 2021، التحرر المصرفي واثره في جذب الزبائن، مجلة الدراسات محاسبية ومالية، لمجلد (61) العدد (75)، جامعة بغداد.
- 5- المرعاني، بيار محمدرشيد، د.زيرفان عبد المحسن اسعد، 2014، تحليل قدرة المصارف على الإيفاء بقانون الاستثمار العاملة في اقليم كوردستان العراق، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة دهوك.

4. يستنتج من نتائج البحث التي اظهرت التباين في اهمية العوامل استنادا الى الجنس لدى افراد العينة بان العوامل المبحوثة تعد اكثر اهمية لدى الذكور مقارنة بالاناث.

5. يستنتج من نتائج البحث التي اظهرت التباين في اهمية العوامل استنادا الى العمر لدى افراد العينة بان العوامل المبحوثة تعد اكثر اهمية لدى المتقدمين في العمر اكثر من الفئات الشابة.
6. يستنتج من نتائج البحث التي اظهرت التباين في اهمية العوامل استنادا الى المؤهل العلمي لدى افراد العينة بان العوامل المؤثرة في اختيار البنك ذات اهمية اكبر لدى الشهادات العليا.
7. يستنتج من نتائج الميدانية التي اظهرت التباين في اهمية العوامل استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك لدى افراد العينة بان هذه العوامل تعد اكثر اهمية لدى الافراد الذين لديهم سنوات طويلة في تعاملهم مع البنوك.
8. يستنتج من نتائج الجانب الميداني التي اظهر اهمية سمعة البنك في اختيار البنك لدى الافراد بانها جاءت متفقة مع نتائج دراسة كل من (Rshed et al, 2019) و (Aram, et al; 2013) و (Gichira et al: 2016) الذين استنتجوا بان سمعة البنك والراحة التي يشعر به الزبون عند تعامله مع البنك من اكثر العوامل المهمة عند اختياره البنك.

9. بناءً على النتائج الميدانية التي اثبتت تدني النسبي لاهمية موقع البنك لدى العينة المبحوثة يستنتج بان موقع البنك لا يشكل اهمية لدى الفرد عند اتخاذه القرار في اختيار البنك، وتباين هذه النتيجة مع ماتوصلت اليه دراسة (سلطانة، 2015) التي توصلت الى ان الموقع هو من اكثر العوامل اهمية في اختيار المصرف بالنسبة للزبون.

10. بناء على الاستنتاجات التي توصلت اليه البحث بانه على الرغم من الكم المتزايد من الدراسات، الا انه لا يزال هناك عدم توافق في الآراء بشأن العوامل الأكثر اهمية لدى الزبائن لاختيار البنك، وهذا يقودونا الى استنتاج بان هذه اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك يمكن ان تتباين بمرور الفترات الزمنية فضلا عن اختلاف افراد المجتمع .

ثانيا/ المقترحات

بناء على ماتوصل اليه البحث من الاستنتاجات تقترح الباحثة مايلي:

1. بناء على الاستنتاج التي توصل اليه البحث والتي تؤكد الاتفاق لدى العينة على اهمية العوامل المؤثر في اختيار البنك لدى الافراد فانه ينبغي التركيز على الاديبيات التي تتناول المفاهيم والعوامل التي تعزز من سمعة ومصداقية المنظمات بشكل عام والبنك تحديدا فضلا عن اليات الأسعار والرسوم والمداخل التي تهدف الى جودة خدمة العملاء ومستوى الشفافية والإفصاح التي تقدمها البنوك .
2. توصي الباحثة البنوك بضرورة التركيز على تقسيم السوق عند صياغة السياسات البنكية بناءً على الخصائص الديموغرافية للمجتمع وهذا بناء على الاستنتاج التي اثبتت التباين في اهمية العوامل المؤثرة في اختيار البنك لدى افراد العينة.
3. يستنتج من نتائج الميدانية التي اظهرت التباين في اهمية العوامل استنادا الى سنوات التعامل مع البنوك لدى افراد العينة بان هذه العوامل تعد اكثر اهمية لدى الافراد الذين لديهم سنوات طويلة في تعاملهم مع البنوك.
4. ينبغي على ادارة البنوك المبحوثة بضرورة التركيز على نقاط القوة التي استنتجها الدراسة الحالية وان تعمل على تعزيز

ثالثا/ الكتب

- International Journal of Economics, Commerce and Management.
4. Akram, M. U., & Raza, A. (2013). Factors affecting bank selection: A study of Pakistani consumers. International Journal of Business and Social Science..
 5. Wang, Y. G., Lo, H. P., & Hui, Y. V. (2003). "The antecedents of service quality and product reputation: Evidence from the bank industry in China". Managing Service Quality.
 6. . Levesque, & McDougall, G3 "Determinants of customer satisfaction in retail banking, (1996) , International Journal of Bank Marketing.
 7. Naveed Ur Rehman Khan, Arsalan Mujahid Ghouri, Usman Ali Siddqui, Asif Shaikh and Imran Alam,(2010) "Determinants Analysis of Customer Switching Behavior in Private Banking Sector of Pakistan", Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol. 2, No. 7, , p. 96
- 1- الشمري، صادق راشد، 2015، ادارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، دار صفاء للنشر، عمان.
 - 2- العلي، اسعد حميد، 2013، ادارة المصارف التجارية، ادارة الاعمال والتسويق، جامعة مؤتة.
- رابعاً/ المصادر الاجنبية
1. Rashid, M. M., Talukder, M. M. H., & Mia, M. A. H. (2018). An Empirical Study on the Factors Affecting Consumer Behavior in Choosing a Bank: Evidence from Bangladesh. Journal of Business Studies Quarterly.
 2. Gyaase, P. O., & Appiah, E. O. (2018). Factors affecting customer satisfaction and loyalty in the banking industry: Evidence from Ghana. Cogent Business & Management.
 3. Gichira, R. K., K'Obonyo, P., & Mburu, B. (2015). Factors influencing customer's choice of banking services: A study of commercial banks in Kenya.

الملحق (1)

قائمة باسماء السادة المحكمين

أولاً: تخصص إدارة الأعمال:

ت	اللقب العلمي والشهادة	الاسم	الكلية	الجامعة
1.	الأستاذ الدكتور	درمان سليمان صادق	الإدارة والاقتصاد	دهوك
2.	الأستاذ الدكتور	معن وعد الله المعاضيدي	الإدارة والاقتصاد	الموصل
3.	الأستاذ الدكتور	هادي خليل إسماعيل	الإدارة والاقتصاد	دهوك
4.	الأستاذ الدكتور	خير علي اوسو	المعهد الفني	دهوك
5.	الأستاذ المساعد الدكتور	ره نج محمد نوري	الإدارة والاقتصاد	زاخو
6.	الأستاذ المساعد الدكتور	محمد سعيد دوسكي	كلية التربية الاساس- علم النفس	دهوك
7.	الأستاذ المساعد الدكتور	عمار عصام محمد	المعهد التقني- احصاء	تقنية دهوك

الملحق (2)

استمارة الاستبيان



اقليم كردستان - العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة زاخو
كلية الإدارة والاقتصاد

الاستبانة

السادة المحترمون

تحية طيبة وبعد،،،

تسر الباحثة أن تضع بين أيديكم هذا الاستبيان، بهدف الحصول على آرائكم ومقترحاتكم فيما يتضمنه من محاور لاستيفاء البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث حول (العوامل المؤثرة في اختيار البنك وفق وجهة نظر الزبون) لذا نرجو من سيادتكم قراءة فقرات الاستبانة بكل دقة و وضع علامة (/) امام العبارة التي تعكس وجهة نظركم.

اولا/الخصائص الشخصية لأفراد العينة

1- الجنس

ذكور () انثى ()

2- العمر

من 25-30 () من 31-40 () اكثر من 40 ()

3- المؤهل العلمي

بكالوريوس () ماجستير () دكتورا ()

4- سنوات التعامل مع البنوك

اقل من 5 سنوات () 5-10 سنوات () 10 سنوات وما فوق ()

ثانيا/ عوامل المؤثرة في اختيار البنك

الفقرات	المؤشرات	مهم	مهم الى حد ما	غير مهم
X1	ما مدى أهمية موقع فرع البنك في قرارك لاختيار البنك؟			
X2	ما هي أهمية سمعة البنك في قرارك لاختيار البنك؟			
X3	ما مدى أهمية تنوع الخدمات التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟			
X4	ما هي أهمية الأسعار والرسوم التي يتقاضاها البنك في قرارك لاختيار البنك؟			
X5	ما هي أهمية مصداقية البنك بالنسبة لك؟			
X6	ما مدى أهمية منصة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الذي يقدمه البنك في قرارك لاختيار البنك؟			

X7	ما مدى أهمية توافر أجهزة الصراف الآلي والتسهيلات المصرفية الأخرى التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X8	ما مدى أهمية مستوى الأمان والخصوصية الذي يوفره البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X9	ما مدى أهمية نطاق خيارات الائتمان والقروض التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X10	ما مدى أهمية مستوى أسعار الفائدة التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X11	ما مدى أهمية توفر المستشارين الماليين والخدمات الاستثمارية التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X12	ما مدى أهمية مستوى الشفافية والإفصاح الذي يقدمه البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X13	ما مدى أهمية مستوى الملاءمة وسهولة الاستخدام التي يوفرها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X14	ما مدى أهمية مستوى الابتكار ودمج التكنولوجيا الذي يقدمه البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X15	ما مدى أهمية مجموعة خدمات التأمين التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X16	ما مدى أهمية مجموعة برامج المكافآت والولاء التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X17	ما مدى أهمية جودة خدمة الزبائن التي يقدمها البنك في قرارك لاختيار البنك؟
X18	ما هي أهمية المسؤولية الاجتماعية للبنك بالنسبة لك؟

الملحق (3)

الانتساق الداخلي لفقرات الاستبانة

الفقرات	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18
X1	1																	
X2	.45	1																
X3	.42	.38	1															
X4	.48	.51	.39	1														
X5	.50	.05	.48	.39	1													
X6	.60	.58	.67	.61	.62	1												
X7	.54	.54	.56	.51	.53	.55	1											
X8	.60	.65	.59	.57	.63	.64	.58	1										
X9	.61	.57	.65	.59	.64	.66	.52	.53	1									
X10	.59	.60	.65	.55	.66	.63	.62	.68	.38	1								
X11	.39	.41	.38	.53	.45	.49	.55	.42	.56	.56	1							

						1	.42	.49	.48	.36	.68	.54	.53	.51	.56	.54	.54	X12
					1	.44	.51	.56	.54	.53	.51	.65	.63	.57	.59	.65	.62	X13
				1	.60	.43	.57	.59	.65	.65	.60	.44	.47	.45	.57	.47	X14	
			1	.59	.57	.45	.45	.59	.36	.49	.49	.58	.63	.65	.60	.61	X15	
		1	.60	.57	.47	.45	.60	.55	.60	.60	.51	.43	.49	.39	.38	.47	X16	
	1	.54	.53	.51	.45	.54	.55	.38	.41	.66	.43	.53	.51	.56	.54	.38	X17	
1	.39	.44	.41	.56	.55	.43	.42	.34	.38	.47	.55	.51	.44	.42	.39	.40	X18	

Significant at 0.05

کورتی:

نه فقهكولينه نيك ژباختين گرننگ بخوفه دگريت ديواری دارایی دا، بابه تی فقهكولینی لدور دهستنیشانکرنا وان هوکارانه کو گرگی لدهف بکری ل دهمی ههلبژارتنا بنکی، ژبو دیارکرنا فی دیاردی ودهستنیشانکرنا ناستی گرننگیا فان هوکارا لدهف بکرا ، فقهکولمر رابویه ب دابه شکرنا فورما راپرسی دناقف زانکوی زاخو وکولیزا کارگیری وناپوری وک نمونه وهرگرتیه کو هه ژماراوان پیک هاتبو ژ (80) نمونا ژماموستاو فهرمانبهریت ههلبگريت باورنامین جودا جودا، وژبو دهستنهینا نهنجاما نامیرین ناماری هاتینه بکارنینان ژ وان ریژا سهدی وریژا ناقهندی وپقهمرین لادانی، فقهکولین لدوماهی گه هشتیه کومهکا ده نهنجاما ژوان نهنجاما کو گرننگیا وان هوکارا جوداهی باههی ژبکرهکی بوئیکی دی وههروسادیاربوه کوهندهک هوکار گرننگیاوان پتره ژباهوکارهکی دی، وهه د نهجماندا دیاربو کو ناقف ودهنگیا بانکی ژ هه می هوکارن بتر گرننگیاخو باههی ،ول هه مان ده مدا دیاربویه کو جهی به نکی چ گرننگیاخو نینه لده ف بکری ددهمی دانا بریاری ،ول دوماهی فقهكولینی هندهک خال پیشینبارکرینه کو فقهكولین لسهر وان هوکاربیته کرن نمیرین دفی فقهكولیندا نامازه پی نه هاتیه دان وههروسا دگهل پیشینبارکرنا هندهک بابتهتان کول جهی مفابین بو فقهكولینان ل پاشهروژی.

په یقین دهسپیکی: بانک، بکر، هوکارین کاریگهر لسهر بکری، کار فهدانیت بکری.

Factors affecting the selection of a bank according to customers viewpoint

An exploratory study among a sample of individuals in the administration and economics college at the university of zakho

ABSTRACT:

The study sheds light on one of the most vital topics in the financial field, focusing on diagnosing the importance of factors influencing a customer's choice of a bank. The study relies on the descriptive-analytical method, where a specific case is described, and then the phenomenon is analyzed. It includes a theoretical presentation of banking and its significance, in addition to highlighting some important factors for customers when making decisions about choosing a bank. The aim of the study is to identify the importance of these factors and their level of significance. The study relied on a questionnaire prepared for the purpose of collecting data and information about the opinions of the samples. Academics and employees at the College of Administration and Economics - University of Zakho were chosen as the study community and a random sample of 80 individuals was selected based on the number of usable and valid questionnaires for analysis. Several statistical tools were used, including percentages, means, and standard deviations. The study arrived at several results, including the existence of variations in the impact of these factors on customer behavior. Some factors were found to be more important to customers compared to others. The results showed that the bank's reputation was among the most important factors for customers when choosing a bank. On the other hand, the bank's location, the presence of financial advisors, and the social services provided by the bank did not show significant importance to customers in their bank selection. The study provided a set of suggestions that could be useful for banks in their dealings with customers, in addition to proposing some future studies on factors not covered in the current study.

KEYWORDS: Bank, Customer, Factors influencing bank selection.