

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

التسويق المصرفي وأثره علي تسويق
الإتمادات
المستندية بالمصارف التجارية السودانية
(دراسة تطبيقية)

Bank Marketing And It's Effect On The Marketing Of
Documentary Credits In Sudanese Commercial Banks

(Applied Study)

بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

إعداد الدارس:

طارق عوض علي محمد

إشراف الأستاذ:

الفاتح محمد سعيد

يوليو 2007

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الآية

قال تعالى :

بِأَوْزَانٍ غَيْرِ عِلِّيَّةٍ أَنِ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ عَلَيَّ
وَالَّذِي وَ أَنَّ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي
إِنِّي نُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ)

صدق الله العظيم

(الأحقاف : 15)

الإهداء

* دقة في الحضور أدهشتني أنا فيها روعة المعرفة , قارورة من العطر رقت اسمها علي لوح , مقدراً له ان يبقي ما بقي الرخام الذي رقم عليه. فاهدتني تلكم السيدة الكريمة امي الغالية قارورة اخرى من العطر, ولغما من الانسانية تعثرت انا به فتشظيت القا. فالي روح جدتي الروضة والي أمي أمال اهدي

* والي سيدة انت من خضم ازمنه يتكى المدي علي سحر اهدبها المياس, فاهدتني ذلكم الذي استمد انا من اعماقه النقية والطاهرة التي تورق عندها اللحظة اخضرار حياتي

فالي روح جدتي حرم والي ابي اهدي
* والي بديع بريع يكن لي كل الود والاحترام والحب, واكنها انا له اضعافا مضاعفة:

جراح ماهر يبتز بمبضعه الألم ليحيا الامل في الحياة
الي خالي الانسان الطيبب الوقور
البروفيسور عادل ابراهيم فضل الله
*والي اختي العزيزة لميا التي استدعيها في احلك الأوقات فتشكل وميضاً
ووشجه تتقاطع عندها كل الابعاد وتستبرق الضياء
اليها والى أخي الغالي محمد أهدى
فودى لهم لا اريد له سجن الكلم الرتيب حين لا يستطيع ان يبلغ مهما اجتهدت عمق
احساسى لاناس يسكنون اصلا فى دواخلى.

شكر وعرفان

يسدي الباحث أسمى آيات الشكر لكل من ساعد في اعداد هذا البحث مستشهداً بأن من لا يشكر الناس لا يشكر الله.

شكري الي استاذي الفاتح محمد سعيد فالرجل متعه الله بدوام الصحة والعافيه, كنزاً من المعرفة تشرفت انا بالنهل منه فقد تشرفت بان تتلمذة علي يديه مرتين, الأولي وانا طالب بكلاوريوس, والثانية باحث ماجستير في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا تلك البقعة التي تفوح علماً والقاء وضياء, وامتنانى له لا اريد له ايضا سجن الكلمة الرتيب حيث لا تستطيع ان تبلغ مهما ما بذلت من جهد ان تعبر عن ذلك الامتنان.

كما وأسدي شكري الي اسرة بنك التضامن الاسلامي والي السيد عاطف عثمان عبد الله نائب مدير الفرع الرئيسي, والي قسم الاعتمادات ببنك التضامن وكذلك الي اسرة بنك فيصل الاسلامي السوداني والي السيد عبد الله علي مدير المكتب التنفيذي, وكذلك الي اسرة بنك الخرطوم. لما ابده جميعاً معي من حسن وفادة ومساعدة في اتمام هذه الدراسة .

وكذلك الي الأخ سفيان الذي خط هذا البحث والي الاخوين العزيزين فتحي منصور والنذير . وكذلك الي اسرة اكااديمية السودان للعلوم الماليه والمصرفيه. فلهم اسمي آيات شكري وتقديري.

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
ب	الآية
ج	الاهداء
د	شكر و عرفان
هـ	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الأشكال
ي	ملخص البحث
ك	Abstract
1	الاطار العام للدراسة والدراسات السابقة
1	مقترح البحث
1	المقدمة
2	مشكلة البحث
3	أهمية البحث
3	اهداف البحث
4	فرضيات البحث
4	مجتمع البحث
4	منهج البحث
5	ادوات البحث
5	الدراسات السابقة
الفصل الأول التسويق المصرفي	
7	المقدمة
9	المبحث الأول- تعريف وتطور مراحل التسويق المصرفي
9	المطلب الأول : تعريف وتطور التسويق المصرفي
19	المطلب الثاني : خصائص الخدمات المصرفية والدلالات التسويقية المترتبة عليها
24	المبحث الثاني- البنوك السودانية ومفهوم التسويق المصرفي
24	المطلب الأول : مراحل تكوين الجهاز المصرفي السوداني ومفهوم التسويق المصرفي

33	المطلب الثاني: دور وأهمية التخطيط التسويقي المصرفي
36	المبحث الثالث- مزيج وجودة الخدمات المصرفية
36	المطلب الأول : مزيج التسويق المصرفي
44	المطلب الثاني : جودة الخدمة المصرفية
الفصل الثاني: الاعتمادات المستندية	
56	المقدمة
57	المبحث الاول-الإعتمادات المستنديه(المفهوم,التعريف والإطراف)
57	المطلب الأول : مفهوم ، تعريف ومنافع الاعتماد المستندي
62	المطلب الثاني : اطراف الاعتماد المستندي
71	المبحث الثاني-انواع الاعتمادات المستنديه
79	المبحث الثالث-الخطوات العمليه لإصدار خطاب الاعتماد المستندي
الفصل الثالث: كيفية تسويق الإعتمادات المستندية	
82	مقدمة
84	المبحث الاول: السوق المصرفية
84	المطلب الأول : مفهوم وتجزئة السوق المصرفية
100	المطلب الثاني : اختيار موقع فروع البنك
113	المبحث الثاني: تطبيقات الإعتمادات المستنديه المعمول بها فى البنوك السودانيه.
121	المبحث الثالث: الاستفادة من خدمات شبكة السوفت مع المقارنة بين طرق الدفع الاخرى.
121	المطلب الاول : السويقت
126	المطلب الثاني : طرق الدفع الأخرى في التجارة الخارجية
الفصل الرابع : شبكة المراسلين والمخاطر المصرفية	
129	المقدمة
130	المبحث الأول: توسيع شبكة المراسلين
135	المبحث الثاني: المخاطر المصرفية
135	المطلب الأول : خلفية عن أنشطة البنوك وبيئتها وتطور المخاطر
138	المطلب الثاني : مخاطر الاعتمادات المستندية

الفصل الخامس : الدراسة التطبيقية	
144	المبحث الاول: بنك التضامن الاسلامى السودانى.
144	المطلب الأول : النشأة والتأسيس والتطور
148	المطلب الثانى : قسم الاعتمادات المستندية
152	المبحث الثانى: بنك الخرطوم النشأة والتأسيس والتطور
156	المبحث الثالث : بنك فيصل الاسلامي السوداني النشأة والتطور
161	المبحث الرابع : الاستبيان
161	المطلب الأول : وصف مقررات الدراسة
165	المطلب الثانى : اختبار صحة الفروض
175	المطلب الثالث : النتائج والتوصيات والمقترحات لدراسات مستقبلية
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الاسم	
68	شروط التسليم الدولية	1
97	تجزئة السوق المصرفية وفقاً للأس الديمغرافية	2
162	استبيان الإدارة العليا	3
163	استبيان رؤساء وموظفي قسم الإعتمادات المستندية	4
164	استبيان عملاء قسم الإعتمادات المستندية	5
166	اختبار مربع كاي للفرضية الأولى	6
168	اختبار مربع كاي للفرضية الثابتة	7
173	اختبار مربع كاي للفرضية الثالثة	8

فهرس الأشكال والرسومات

الصفحة	الاسم	
3	أهمية ادارة التسويق المصرفي من حيث التساوي مع الإدارات الأخرى	1
3	ادارة التسويق المصرفي من حيث الأهمية	2
10	مضامين تعريف الجمعية الامريكية للتسويق	3
11	التسويق كعملية تبادل	4
18	خصائص الخدمات المصرفية	5
23	الدور التسويقي المزدوج للبنك	6
28	عناصر التسويق المصرفي	7
30	مراحل تخطيط التسويق المصرفي	8
34	كيفية بناء ميزة التفرد	9
37	العناصر الأساسية لمزيج التسويق المصرفي	10
43	العلاقة التكاملية بين المزيج التسويقي وعملية تخطيط الإستراتيجية التسويقية للبنك	11
46	مفهوم جودة الخدمة	12
51	ابعاد جودة الخدمة	13
55	الوزن النسبي لابعادة جودة الخدمة	14
75	Transferable Credit	15
77	Back to Back Credit	16
82	مفهوم التسويق	17
88	استراتيجيات السوق المستهدف	18
110	الانطباع الايجابي عن فروع البنك	19
137	المخاطر المصرفية الرئيسية	20
150	هيكل قسم الاعتمادات المستنديه	21

ملخص البحث :

ان ديناميكية الحاجات المالية والائتمانية للأفراد الناتجة عن سرعة معدلات التطور الحضاري، قد دعت الإدارة المصرفية إلى التفكير الجاد في الكيفية التي يمكن بها مواجهة التحديات الجديدة، التي بدأت كثير من المفاهيم والأساليب التسويقية التقليدية تتلاشي أمامها . وقد تناولت الدراسة الدور الحيوي الذي يقوم به التسويق في البنك علي مستوى دعم كيانه وبقائه، خاصة مع ما تتصف به الخدمات المصرفية من خصائص تكاد تتفرد بها دون سواها من الخدمات الأخرى.

وقد تناولت الدراسة تسويق الإعتمادات المستندية باعتبارها عصب العمل المصرفي وان اتباع الأساليب التسويقية الحديثة في تسويق خدمة الإعتمادات المستندية يجعل البنك مميزاً دون غيره من البنوك، هذا وقد تم اثبات صحة جميع فرضيات الدراسة والتي نصت على:

- الإعتمادات المستندية هي عصب العمل المصرفي
- استخدام اسلوب التسويق المصرفي للإعتمادات المستندية يساعد على استقطاب عملاء مميزين للبنك.
- وجود قسم مميز للإعتمادات المستندية، يساهم في تميز البنك عن غيره من البنوك. هذا وقد توصل الباحث الى مجموعة مقدره من النتائج منها:-
- أكدت الدراسة ان البنوك (مجتمع البحث) وخلال الاعوام التي شملتها الدراسة قد احتلت موقع طليعي ومميز على خارطة الجهاز المصرفي السوداني، نتيجة لاستخدام الية التسويق المصرفي .وتفعيل هذه الالية بخصوصية في تسويق خدمة الإعتمادات المستندية .
- أثبتت الدراسة ان قسم الإعتمادات المستندية يمثل اكبر مورد للعمولات، وقد ثبت ذلك عملياً من خلال الميزانيات التي اوردها البحث. وذلك من خلال اضطلاع كل مسؤوليه باداء المهام والواجبات التي تقع على عاتقه.
- ضعف ثقافة المستورد السوداني فهو لا يقوم بابرام عقد مع المصدر مما قد يفتح عليه بابا لضياع حقوقه.خصوصا وان البنوك في الاعتمادات المستندية تتعامل من خلال المستندات فقط. لذلك فان عمل الورش الثقافيه للعملاء عن ماهية الإعتمادات المستندية من الاشياء التي تميز البنك عن غيره من البنوك .
- هذا وقد اكدت الدراسة تميز ادارة التسويق المصرفي على بقية الادارات في البنك وتفوقها عليها من حيث الاهمية.

Abstract

The dynamic financial and credit needs for individuals, which result from the speed in the rates of civilization development, have made the banking management think seriously about how to face the new challenges before which many of the traditional marketing concepts and styles have begun to fade away.

This research has dealt with the vital role achieved through marketing in the bank at the level of supporting its well – being and its existence, especially with the unique qualities which distinguish banking services from other ones.

The study has dealt with the marketing of documentary credits which is considered to be the Core of banking work, and that the following of the modern marketing styles in marketing the documented credits makes the bank unique and distinguished. All the research assumptions are proved time .

The assumptions provide for :

The documented credits are the nerves of the banking work.

Using the style of banking marketing of the documentary credits help polarize distinguished clients .

A distinguished department in a bank contributes to its being unique among other ones.

The researcher has come to a considerable number of results such as :

- The study has confirmed that, throughout the years of the study, the banks involved in the research have occupied a

progressive rank on the map of the Sudanese banking body as a result of using the mechanism of the banking marketing and operationalizing it in marketing the service of the documentary credit.

The study has proved that the department of the documentary credits represent the greatest resource of brokerages (commissions) through responsibly shouldering its functions and duties .

- The weakness of the Sudanese importers culture A Sudanese importer doesn't conclude a contract with the exporter a thing which opens a door for losing rights, especially because the bank deal only with documents in the matter of credits.

So, the conducting of cultural workshops for clients make a bank unique among other ones the study has confirmed that the department of marketing is the most distinguished among the other departments in a bank because of its superiority in the matter of importance.

ملحق رقم (1) الاستبيان إستبيان الإدارة العليا

- 1- أي وسائل الدفع يفضل عملاؤك؟.
دفع مقدم ، إعتداد مستندي ، حساب مفتوح
- 2-هل تعرض مصرفك لأي خسائر مادية من جراء خطأ عند الاعتماد؟
نعم ، لا ، احياناً
- 3- عند استلامك مستندات الشحن من البنك الخارجي هل تقوم بمراجعتها والتأكد من انها مطابقة لشروط الاعتماد قبل تسليمه؟
نعم ، لا ، احياناً
- 4- هل اتبعت لك دورة تدريبية في الاعتماد المستندي أو طرق تسويقها داخل او خارج السودان؟
نعم ، لا ، احياناً
- 5- هل لديك نسخة من الأعراف وهل تجعلها مرجعك دائماً؟
نعم ، لا ، احياناً
- 6- هل تجيد اللغة الانجليزية؟
نعم ، لا ، وسط
- 7- هل تتسرع في خصم الهامش والعمولات البنكية ام تهتم بالمخاطر التي تنشأ عند تنفيذ عمليات الاعتمادات المستندية؟
اهتم بخصم الهامش اولاً بالمخاطر اولاً ، احياناً بالمخاطر
- 8- هل تهتم بدراسة جدوي السلعة موضوع الاعتماد؟
نعم ، لا ، احياناً
- 9- هل تمثل عمولة الاعتمادات اعلي نسبة في ارباح البنك؟
نعم ، لا ، احياناً
- 10 - هل يقوم المستورد السوداني بابرام عقد مع المصدر قبل فتح الاعتماد؟
نعم يقوم بابرام عقد ، لا يقوم بابرام عقد ، احياناً يقوم بابرام عقد
- 11- هل لديكم خطة لتسويق الاعتمادات المستندية؟
نعم ، لا ، احياناً
- 12- هل تهتمون بتغذية حساباتكم طرف مراسليكم؟
نعم ، لا ، احياناً

استبيان رؤساء وموظفي قسم الاعتمادات المستندية

- 1- أي من وسائل الدفع في التجارة الخارجية يفضلها عملاؤك ؟
دفع مقدم ، إعتداد مستندي ، حساب مفتوح
- 2- هل تقدم لعميلك النصح والمشورة في ملئ استمارة فتح الاعتماد ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 3- هل تعرض مصرفك لأي خسائر مادية من جراء خطأ عند فتح الاعتماد ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 4- هل تراجع رسائل SWIFT فور استلامها ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 5- عند استلامك مستندات الشحن من البنك الخارجي هل تقوم بمراجعتها والتأكد من انها مطابقة لشروط الاعتماد قبل تسليمها للعميل ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 6- هل تتوفر لدي المستورد او المصدر السوداني الثقافة الاستيرادية ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 7- هل شاركت في دورات خاصة عن الإعتادات المستندية وطرق تسويقها داخل او خارج السودان ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 8- هل لديك نسخة من الاعراف وهل تجعلها مرجعك دائماً ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 9- هل تجيد اللغة الانجليزية ؟
نعم ، لا ، وسط
- 10- هل لديكم خطة لتسويق الاعتمادات المستندية ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 11- اذا كانت الاجابة بلا هل تعتمدون علي اسلوب التسويق الميداني ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 12- هل قمتم باصدار كتيبات تعريفية عن ماهية الاعتمادات المستندية ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 13- هل العملاء يتميزون عن غيرهم من حيث ضخامة مركزهم المالي ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 14- هل تقومون بتغذية حساباتكم طرف مراسليكم ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 15- هل تقومون بتحليل المركز المالي للعميل ودراسة جدوي السلعة موضوع الاعتماد قبل فتح الاعتماد
نعم ، لا ، أحياناً

استبيان عملاء قسم الاعتمادات المستندية

- 1- أي من وسائل الدفع تفضلها عند التعامل في الاستيراد والتصدير ؟
دفع مقدم ، إعتداد مستندي ، حساب مفتوح
- 2- هل تجد مساعدة من البنك في ملئ الفورم؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 3- هل اطلعت علي الاعراف الدولية ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 4- هل يجيب موظف قسم الاعتمادات علي جميع استفساراتك اثناء فتح خطاب الاعتماد ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 5- هل تعرضت لاي خسائر مادية (الحوالات البنكية - ارضيات - بضائع غير مرغوبة) من الاعتماد؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 6- اذا كانت الاجابة بنعم هل الاخفاق من جانبكم ام من جانب البنك؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 7- هل تثق في كفاءة موظفي قسم الاعتمادات؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 8- اذا كانت الاجابة بنعم هل تتوفر فيهم السرعة والدقة؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 9- بالمقارنة مع البنوك الأخرى هل سعر الهامش مناسب
نعم ، لا ، أحياناً
- 10- هل تشعر بنشاط ترويجي لقسم الاعتمادات؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 11- هل موقع الفرع مناسب من حيث سهولة الوصول ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 12- هل يوجد موقف للسيارات ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 13- هل يمكن ان تدير عملك من داخل قسم الاعتمادات ؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 14- هل تتوفر في قسم الإعتمادات خدمات (ماء - المكيفات - تلفون - فاكس - كراسي وثيرة)؟
نعم ، لا ، أحياناً
- 15- هل تحتاج الي دورة تثقيفية في الثقافة الاستيرادية وماهية خطابات الاعتماد ؟
نعم ، لا ، أحياناً

الملاحق

الفصل الأول التسويق المصرفي

المقدمة

المبحث الأول- تعريف وتطور مراحل التسويق المصرفي

المطلب الأول : تعريف وتطور التسويق المصرفي

المطلب الثاني : خصائص الخدمات المصرفية والدلالات التسويقية المترتبة عليها

المبحث الثاني- البنوك السودانية ومفهوم التسويق المصرفي

المطلب الأول : مراحل تكوين الجهاز المصرفي السوداني ومفهوم التسويق المصرفي

المطلب الثاني: دور وأهمية التخطيط التسويقي المصرفي

المبحث الثالث- مزيج وجودة الخدمات المصرفية

المطلب الأول : مزيج التسويق المصرفي

المطلب الثاني : جودة الخدمة المصرفية

الفصل الثاني: الاعتمادات المستندية

المقدمة

المبحث الأول-الإتمادات المستندية(المفهوم,التعريف والإطراف)

المطلب الأول : مفهوم ، تعريف ومنافع الاعتماد المستندي

المطلب الثاني : اطراف الاعتماد المستندي

المبحث الثاني-انواع الاعتمادات المستندية

المبحث الثالث-الخطوات العمليه لإصدار خطاب الاعتماد المستندي

الفصل الثالث: كيفية تسويق الإتمادات المستندية

مقدمة

المبحث الأول: السوق المصرفية

المطلب الأول : مفهوم وتجزئة السوق المصرفية

المطلب الثاني : اختيار موقع فروع البنك

المبحث الثاني: تطبيقات الإتمادات المستندية المعمول بها في البنوك السودانيه.

المبحث الثالث: الاستفادة من خدمات شبكة السوفت مع المقارنة بين طرق الدفع الاخرى.

المطلب الاول : السويقت

المطلب الثاني : طرق الدفع الأخرى في التجارة الخارجية

الفصل الرابع : شبكة المراسلين والمخاطر المصرفية

المقدمة

المبحث الأول: توسيع شبكة المراسلين

المبحث الثاني: المخاطر المصرفية

المطلب الأول : خلفية عن أنشطة البنوك وبيئتها وتطور المخاطر

المطلب الثاني : مخاطر الاعتمادات المستندية

الفصل الخامس : الدراسة التطبيقية

المبحث الاول: بنك التضامن الاسلامى السودانى.

المطلب الأول : النشأة والتأسيس والتطور

المطلب الثانى : قسم الاعتمادات المستندية

المبحث الثانى: بنك الخرطوم النشأة والتأسيس والتطور

المبحث الثالث : بنك فيصل الاسلامى السودانى النشأة والتطور

المبحث الرابع : الاستبيان

المطلب الأول : وصف مقررات الدراسة

المطلب الثانى : اختبار صحة الفروض

المطلب الثالث : النتائج والتوصيات والمقترحات لدراسات مستقبلية

الملاحق