

## الإستهلال

يقول تعالى :

(قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي

أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ)

صدق الله العظيم

سورة البقرة ، الآية (33)

## إهداء

إلى من ربنتي صغيرة ودعت لي كبيرة ... إلى والدتي العزيزة

برا واحسانا

إلى الذي أستلهم الشموخ والجرأة من النسور الضواري .. إلى والدي العزيز

إحتراما وتقديرا

إلى من علموني البذل والعطاء ..... إلى وأخواتي.....حنا وتثبيتا

إلى من دعا لي بظهر الغيب سرا... إلى أقاربي وأصدقائي إحتراما وتبجيلا

إلى الجميع ،، أهدي هذا الجهد المتواضع.

## الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين نبينا  
محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله الطيبين الطاهرين.

أولا الشكر لله الواحد الأحد الفرد الصمد من قبل ومن بعد علي جزيل نعمه  
علينا ونحن الفقراء إليه.

وأتوجه بخالص شكري وعظيم إمتناني لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
وإدارة مكتبة كلية علوم الإتصال علي حسن تعاونهم ، وأخص بالشكر الدكتور/ صالح  
موسى على موسى لتحمله عبء الإشراف علي هذا البحث وكان خير سند ومعين  
لي ولم يبخل علي بشيء من توجيهه ونصائح والشكر أيضا للعاملين ببنك فيصل  
الإسلامي السوداني ممثلة في الأستاذ /عبد الله علي محمد الذي أعانني بتقديم  
بعض المعلومات.

## المستخلص

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان (دور العلاقات العامة في تحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية متخذة بنك فيصل الإسلامي السوداني نموذجاً في الفترة مابين 2015-2016م) ، تهدف لمعرفة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة في تحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية، وكذلك التعرف على وسائل وأساليب الإتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في المصارف لمعرفة إتجاهات العملاء نحو كفاية ومستوى الخدمات التي يقدمها المصرف.

كما أن الدراسة تقوم بمساعدة إدارة المصارف بصورة عامة وإدارة العلاقات العامة بالمصارف علي وجه التخصيص في إتخاذ القرارات السليمة بناءً على دراسة موضوعية بما يؤدي إلى تحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية.

إتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولجمع البيانات اللازمة تم تصميم إستبانة لدراسة إتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية، وتمت معالجة البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS).

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: إهتمام إدارة العلاقات العامة في بنك فيصل الإسلامي السوداني بأراء ورغبات العملاء يؤدي الي تحسين إتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية، تتبع إدارة العلاقات العامة والإعلام ببنك فيصل الإسلامي السوداني نظام الدراسات والبحوث مما يؤدي الي تحسين إتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية .

ومن خلال النتائج السابقة تقدم الدراسة التوصيات التالية: علي إدارة العلاقات العامة مراعاة الفروق الفردية بين العملاء عند وضع السياسات التسويقية والإعلانية وخاصة فيما يتعلق بالنوع ومراعاة إحتياجات ذوي الإحتياجات الخاصة ، كما يجب مراعاة الفروق بين العملاء من حيث المستوي التعليمي والإجتماعي والوظيفي ومستوي دخل الفرد والأسر.

## **Abstract**

This study was conducted under the title "The Role of Public Relations in Improving Customer Attitudes Towards Banking Services", which was adopted by Faisal Islamic Bank of Sudan as a model between 2015 - 2016. The aim of this study is to identify the role of public relations management in improving customer attitudes towards banking services, The means and methods of communication used by the Department of Public Relations in the banks to know the trends of customers towards the adequacy and level of services provided by the bank.

The study also helps the management of banks in general and the management of public relations of banks in particular in making sound decisions based on an objective study, which leads to improving the attitudes of customers towards banking services.

The study followed the descriptive analytical approach, and to collect the necessary data, a questionnaire was designed to study customer attitudes towards banking services. The data were processed by the statistical program (SPSS).

The study reached a number of results, the most important of which are: The interest of the public relations department at Faisal Islamic Bank of Sudan in the views and desires of the customers leads to the improvement of customer attitudes towards the banking services. The Public Relations and Information Department of Faisal Islamic Bank of Sudan follows the system of studies and research leading to improved customer attitudes towards services Banking.

Based on previous findings, the study makes the following recommendations: The Public Relations Department should take into account the individual differences between clients in developing marketing and advertising policies, especially with regard to gender and taking into account the needs of people with special needs. The differences between clients in terms of educational, social and occupational levels and the level of income of the individual and the family should be taken into account.

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
هـ	abstract
و	فهرس المحتويات
ح	فهرس الجداول
ل	فهرس الأشكال
<b>الفصل الأول : الإطار المنهجي للبحث</b>	
1	المقدمة
2	مشكلة البحث
2	أسئلة البحث
3	فرضيات البحث
3	أهمية البحث
4	أهداف البحث
5	منهج البحث
5	أدوات البحث
6	مجتمع البحث
8	هيكل البحث
9	الدراسات السابقة
<b>الفصل الثاني : العلاقات العامة</b>	
19	المبحث الأول: الوظيفة الإتصالية للعلاقات العامة
40	المبحث الثاني : العلاقات العامة وقياس الرأي العام.
62	المبحث الثالث : الصورة الذهنية وتكوين الإتجاهات

	<b>الفصل الثالث : الرأي العام واتجاهات العملاء</b>
76	المبحث الأول: الجمهور والرأي العام.
98	المبحث الثاني: اتجاهات العملاء.
122	المبحث الثالث: للرأي العام وتشكيل الاتجاهات.
	<b>الفصل الرابع : الدراسة الميدانية</b>
132	أولاً: معلومات عن المنشأة
163	ثانياً: تحليل البيانات واختبار الفرضيات.
243	ثالثاً: النتائج
245	رابعاً: التوصيات
247	خامساً: قائمة المصادر والمراجع
	سادساً: الملاحق

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول	رقم الجدول
163	الاستبيانات الموزعة والمعادة بعد تعبئتها	.1
166	الوزن والوسط المرجح لمقياس الدراسة	.2
168	معاملات الثبات لعبارات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ	.3
170	النوع	.4
171	العمر	.5
172	المستوى التعليمي	.6
173	المهنة	.7
174	مدة تعاملك مع البنك	.8
175	يعتبر التلغز من أفضل الوسائل في تزويد العملاء بمستجدات الخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.9
176	الإعلان عبر الإذاعة يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.10
177	استخدام النشرات والمطبقات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.11
178	توزيع الكتيبات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.12
179	قيام المعارض يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.13
180	استخدام اللوحات الإرشادية يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.14
181	استخدام المجلات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.15
182	إجراء المسابقات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.16
183	عقد الندوات العامة والمؤتمرات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.17
184	استخدام الإذاعة الداخلية للبنك يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	.18
185	الرد على استفسارات العملاء يحسن العلاقة بين العميل وبنك فيصل الإسلامي السوداني	.19



186	حل مشاكل و شكاوي العملاء يعكس الصورة الحضارية لتعامل البنك مع عملائه الكرام	20.
187	اهتمام إدارة البنك بالتعامل المباشر مع العملاء يؤدي إلى معرفة نقاط القصور وتحسينها	21.
188	اهتمام إدارة البنك بمقترحات العملاء يخلق انطباع جيد عن البنك لدى العملاء	22.
189	تسهيل صعوبات التكنولوجيا التقنية للعملاء يترك انطباع جيد عند العملاء عن البنك.	23.
190	يوضح التعرف على رغبات العملاء يحسن العلاقة بين البنك والعملاء.	24.
191	يوضح معرفة احتياجات العملاء تساعد الإدارة في اتخاذ القرارات التي تزيد من ولاء العملاء للبنك	25.
192	وضع صناديق الاقتراحات والشكاوي للعملاء بالبنك يخلق صورة ايجابية عند العملاء عن البنك.	26.
193	تعامل البنك مع شكاوي ومقترحات العملاء يطور العلاقة بين البنك والعملاء مما يزيد من عملاء البنك	27.
194	سهولة توصيل الشكاوي والمقترحات للمسؤولين بالبنك يزيد من ثقة العملاء بالبنك	28.
195	استخدام بنك فيصل للفيس يسهل التواصل بين العميل والبنك يحسن صورة البنك عند لعملاء	29.
196	استخدام بنك فيصل للتطبيقات الالكترونية الحديثة يوفر للعميل الزمن مما يحسن صورة البنك للعملاء.	30.
197	استخدام بنك فيصل للتطبيقات الالكترونية الحديثة يوفر للعميل التكاليف المالية يحسن صورة البنك لدى لعملاء	31.
198	استخدام بنك فيصل لصفحته عبر الانترنت يوفر للعميل الذهاب للبنك وفروعه مما يحسن صورة البنك للعملاء.	32.
199	استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية تسهل للعميل التواصل مع البنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	33.
200	استخدام بنك فيصل للتطبيق للاستغرام يسهل التواصل بين العميل والبنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	34.
201	استخدام بنك فيصل للتطبيق تويتر يسهل التواصل بين العميل والبنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	35.
202	استخدام بنك فيصل للصحف الالكترونية يسهل المعلومات للعملاء مما يحسن صورة البنك للعملاء	36.
203	استخدام بنك فيصل لليوتيوب يسهل للعملاء كيفية التعامل مع الخدمات الجديدة مما يحسن صورة البنك للعملاء	37.

204	استخدام بنك فيصل للمدونات على النت يزود العملاء بالمعلومات ومستجدات خدمات البنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	.38
205	الشروط العامة والخاصة للتعامل بين العميل والبنك يحسن آراء العملاء حول البنك.	.39
206	توفر الشاشات الالكترونية التي تنظم حركة العمل اليومي وانتظار العميل لخدمه يحسن من صورة البنك لدى العملاء.	.40
207	وضع اللوائح العامة في الأماكن البارزة بالبنك حتى يسهل رؤيتها يعزز من تعامل العملاء مع البنك	.41
208	توفير شاشات أسعار العملات الأجنبية بالبنك مقابل العملة السودانية يحسن اتجاهات العملاء تجاه خدمات البنك	.42
209	توضيح أسعار الخدمات المصرفية على البوسترات بالبنك يحسن اتجاهات العملاء.	.43
210	أسعار الفوائد والرسوم والعملات للعملاء يحسن اتجاهات العملاء	.44
211	طرق استخدام التقنيات الالكترونية للعملاء يحسن اتجاهات العملاء.	.45
212	فترات العمل الصباحية والمسائية للعملاء يحسن اتجاهات العملاء	.46
213	الامتيازات التي يقدمها البنك للعملاء يحسن اتجاهات العملاء.	.47
214	يوضح توضيح للعملاء مساهمة البنك نحو المسؤولية المجتمعية يحسن اتجاهات العملاء	.48
215	استطلاعات رأي العملاء البحوث العلمية تؤدي إلى تحسين اتجاهات العملاء تجاه البنك.	.49
216	إجراء البنك للبحوث العلمية يوفر المعلومات عن العملاء واحتياجاتهم مما يحسن اتجاهات العملاء المصرفية	.50
217	إجراء البحوث العلمية يعكس حركة السوق واحتياجاته مما يحسن أداء البنك وبالتالي تحسين اتجاهات العملاء	.51
218	إعداد البنك للدراسات وأوراق العمل يحسن من اتجاهات العملاء	.52
219	استخدام البحوث العلمية يوضح مدى رضا العملاء عن خدمات البنك مما يحسن اتجاهات العملاء	.53
220	استخدام البحوث والدراسات العلمية يبين المشاكل التي يعاني منها عملاء البنك مما يحسن اتجاهات العملاء.	.54
221	البحوث والدراسات العلمية التي يجريها البنك تعزز من اتجاهات العملاء نحو البنك.	.55
222	البحوث والدراسات العلمية تستقطب العملاء للبنك من خلال معرفة أرائهم ومقترحاتهم	.56
223	البحوث والدراسات العلمية توفر التقارير التي تحسن من اتجاهات العملاء	.57

224	يوضح البحوث والدراسات العلمية توفر القرارات الإدارية الرشيدة التي تحسن من اتجاهات العملاء نحو البنك	.58
225	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الأولى (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية).	.59
227	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثانية (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام العلاقات العامة ببنك فيصل بآراء ورغبات وحل مشكلات العملاء وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية).	.60
229	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثالثة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائط الإلكترونية الحديثة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية).	.61
231	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الرابعة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإرشادات العامة التي تضعها إدارة العلاقات العامة ببنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية).	.62
233	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الخامسة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البحوث والدراسات التي تجريها العلاقات العامة وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية).	.63
235	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الأولى (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	.64
236	يوضح إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الثانية (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام العلاقات العامة ببنك فيصل بآراء ورغبات وحل مشكلات العملاء وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	.65
237	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الثالثة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائط الإلكترونية الحديثة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	.66
238	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الرابعة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإرشادات العامة التي تضعها إدارة العلاقات العامة ببنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	.67
239	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الخامسة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البحوث والدراسات التي تجريها العلاقات العامة وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	.68
240	يوضح اختبار فرضيات الدراسة ككل	.69

## فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الشكل	رقم الشكل
170	النوع من هنا الأشكال	1
171	العمر	2
172	المستوى التعليمي	3
173	المهنة	4
174	مدة تعامل العميل مع بنك فيصل الإسلامي السوداني	5
175	يعتبر التلغاف من أفضل الوسائل في تزويد العملاء بمستجدات الخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	6
176	الإعلان عبر الإذاعة يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	7
177	استخدام النشرات والمطبقات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	8
178	توزيع الكتيبات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	9
179	قيام المعارض يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	10
180	استخدام اللوحات الإرشادية يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	11
181	استخدام المجلات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	12
182	إجراء المسابقات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	13
183	عقد الندوات العامة والمؤتمرات يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	14
184	يوضح استخدام الإذاعة الداخلية للبنك يؤدي إلى تعريف العملاء بالخدمات التي يقدمها بنك فيصل الإسلامي السوداني	15
185	الرد على استفسارات العملاء يحسن العلاقة بين العميل وبنك فيصل الإسلامي السوداني	16
186	حل مشاكل و شكاوي العملاء يعكس الصورة الحضارية لتعامل البنك مع عملائه الكرام	17
187	اهتمام إدارة البنك بالتعامل المباشر مع العملاء يؤدي إلى معرفة نقاط القصور وتحسينها	18

188	اهتمام إدارة البنك بمقترحات العملاء يخلق انطباع جيد عن البنك لدى العملاء	19
189	تسهيل صعوبات التكنولوجيا التقنية للعملاء يترك انطباع جيد عند العملاء عن البنك.	20
190	التعرف على رغبات العملاء يحسن العلاقة بين البنك والعملاء.	21
191	معرفة احتياجات العملاء تساعد الإدارة في اتخاذ القرارات التي تزيد من ولاء العملاء للبنك	22
192	وضع صناديق الاقتراحات والشكاوي للعملاء بالبنك يخلق صورة ايجابية عند العملاء عن البنك.	23
193	تعامل البنك مع شكاوي ومقترحات العملاء يطور العلاقة بين البنك والعملاء مما يزيد من عملاء البنك	24
194	سهولة توصيل الشكاوي والمقترحات للمسؤولين بالبنك يزيد من ثقة العملاء بالبنك	25
195	استخدام بنك فيصل للفيصل يسهل التواصل بين العميل والبنك يحسن صورة البنك عند لعملاء	26
196	استخدام بنك فيصل للتطبيقات الالكترونية الحديثة يوفر للعميل الزمن مما يحسن صورة البنك للعملاء.	27
197	استخدام بنك فيصل للتطبيقات الالكترونية الحديثة يوفر للعميل التكاليف المالية يحسن صورة البنك لدى لعملاء	28
198	استخدام بنك فيصل لصفحته عبر الانترنت يوفر للعميل الذهاب للبنك وفروعه مما يحسن صورة البنك للعملاء.	29
199	استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية تسهل للعميل التواصل مع البنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	30
200	استخدام بنك فيصل للتطبيق للانستغرام يسهل التواصل بين العميل والبنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	31
201	استخدام بنك فيصل للتطبيق تويتر يسهل التواصل بين العميل والبنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	32
202	استخدام بنك فيصل للصحف الالكترونية يسهل المعلومات للعملاء مما يحسن صورة البنك للعملاء	33
203	استخدام بنك فيصل لليوتيوب يسهل للعملاء كيفية التعامل مع الخدمات الجديدة مما يحسن صورة البنك للعملاء	34
204	استخدام بنك فيصل للمدونات على النت يزود العملاء بالمعلومات ومستجدات خدمات البنك مما يحسن صورة البنك للعملاء	35
205	الشروط العامة والخاصة للتعامل بين العميل والبنك يحسن آراء العملاء حول البنك.	36
206	توفر الشاشات الالكترونية التي تنظم حركة العمل اليومي وانتظار العميل لخدمه يحسن من صورة البنك لدى العملاء.	37

207	وضع اللوائح العامة في الأماكن البارزة بالبنك حتى يسهل رؤيتها يعزز من تعامل العملاء مع البنك	38
208	توفير شاشات أسعار العملات الأجنبية بالبنك مقابل العملة السودانية يحسن اتجاهات العملاء تجاه خدمات البنك	39
209	يوضح توضيح أسعار الخدمات المصرفية على البوسترات بالبنك يحسن اتجاهات العملاء.	40
210	أسعار الفوائد والرسوم والعملات للعملاء يحسن اتجاهات العملاء	41
211	طرق استخدام التقنيات الالكترونية للعملاء يحسن اتجاهات العملاء.	42
212	فترات العمل الصباحية والمسائية للعملاء يحسن اتجاهات العملاء	43
213	الامتيازات التي يقدمها البنك للعملاء يحسن اتجاهات العملاء.	44
214	للملاء مساهمة البنك نحو المسؤولية المجتمعية يحسن اتجاهات العملاء	45
215	استطلاعات رأي العملاء البحوث العلمية تؤدي إلى تحسين اتجاهات العملاء تجاه البنك.	46
216	إجراء البنك للبحوث العلمية يوفر المعلومات عن العملاء واحتياجاتهم مما يحسن اتجاهات العملاء المصرفية	47
217	إجراء البحوث العلمية يعكس حركة السوق واحتياجاته مما يحسن أداء البنك وبالتالي تحسين اتجاهات العملاء	48
218	إعداد البنك للدراسات وأوراق العمل يحسن من اتجاهات العملاء	49
219	استخدام البحوث العلمية يوضح مدى رضا العملاء عن خدمات البنك مما يحسن اتجاهات العملاء	50
220	استخدام البحوث والدراسات العلمية يبين المشاكل التي يعاني منها عملاء البنك مما يحسن اتجاهات العملاء.	51
221	البحوث والدراسات العلمية التي يجريها البنك تعزز من اتجاهات العملاء نحو البنك.	52
222	البحوث والدراسات العلمية تستقطب العملاء للبنك من خلال معرفة أرائهم ومقترحاتهم	53
223	البحوث والدراسات العلمية توفر التقارير التي تحسن من اتجاهات العملاء	54
224	البحوث والدراسات العلمية توفر القرارات الإدارية الرشيدة التي تحسن من اتجاهات العملاء نحو البنك	55
235	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الأولى (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال التي تستخدمها العلاقات العامة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	56
236	يوضح إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الثانية (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اهتمام العلاقات العامة ببنك فيصل بأراء ورغبات وحل مشكلات العملاء وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	57

237	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الثالثة (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسائط الإلكترونية الحديثة في بنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	58
238	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الرابعة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإرشادات العامة التي تضعها إدارة العلاقات العامة ببنك فيصل وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	59
239	إجمالي إجابات المبحوثين عن الفرضية الخامسة (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البحوث والدراسات التي تجريها العلاقات العامة وتحسين اتجاهات العملاء نحو الخدمات المصرفية)	60

## الإطار المنهجي للبحث

يشتمل على:

- خطة البحث.
- الدراسات السابقة.