

الآية

قال تعالى :

ز

{اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا
مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ
يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ
زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ
لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ
عَلِيمٌ}{النور35}

{صدق الله العظيم}

الإهداء

إلى روح والدي الذي علمني
الصبر والطموح والمثابرة
إلى والدتي الرائعة التي تبث
في أوصالي المحبة والصدق
ونبل الأخلاق متعتها الله بالصحة
والعافية

** قال تعالى: ربى ارحمهما
كما ربياني صغيراً **
إلى إخوتي الأحباء
والى أساتذتي في كل مراحل
التعليم ...

إلى زميلاتي وزملائي في
درب العلم والحياة والمعرفة
اهدي هذا الجهد المتواضع
مع خالص حبي وتقديري

الشكر و العرفان

الحمد لله الذي به تتم الصالحات والسلام على قائد الهداة .

الشكر والثناء لله الواحد الأحد الذي به الاستعانة وعليه التكلان ، ثم أتقدم لكل من أسهم في إخراج هذا البحث بصورته المرجوة واخص الدكتورة الجليلة/ هبه الزبير التي لولا ملاحظاتها القيمة وإرشاداتها المفيدة ما استطعت انجاز ما أنجزت .

ثم شكري مقدم إلى أسرة مكتبة الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التي تمثل العلم والمعرفة ، ثم شكري موصولاً إلى أساتذتي بكلية الدراسات العليا الذين أناروا الطريق أمامي.

،،، الباحثة

المستخلص

تناول البحث عوامل البيئة الداخلية والخارجية وأثرها على أداء المصارف التجارية السودانية بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني ، وتأتي أهمية البحث في أن معرفة عوامل البيئة التسويقية سواء كانت داخلية أو خارجية تساعد في الاستفادة من الجوانب الإيجابية و السيطرة على السلبيات وتحويلها إلى مصلحة المصرف حتى يستطيع تقديم أفضل الخدمات المصرفية والحيازة على أكبر نصيب في السوق المصرفي الكلى ولتحقيق أهداف البحث تمت صياغة الفرضيات التالية :

- التطور التكنولوجي يحافظ على العملاء الحاليين ويستقطب عملاء جدد .
- دراسة وتحليل المنافسين يؤثر إيجاباً على حصة المصرف السوقية .
- تحليل النتائج الماضية للمصرف يؤثر إيجاباً على ربحية المصرف .

وكانت أهم النتائج :

- هناك علاقة طردية بين الاهتمام بعوامل البيئة التسويقية وأداء المصارف
- جمع وتحليل البيانات عن النتائج الفعلية لإيرادات الخدمات المصرفية وأداء الفروع للفترات السابقة يؤدي إلى زيادة أرباح المصرف .
- دراسة وتحليل المنافسين المصرف في جوانب القوة والضعف والفرص والتهديدات يعزز من موقفه التنافسي ويزيد نصيبه في السوق المصرفي .

وكانت أهم التوصيات :

- إنشاء إدارة التسويق المصرفي في بنك فيصل الإسلامي السوداني حيث أن واقع الحال يقول انه لا توجد إدارة للتسويق المصرفي وإنها وحدة تسويق مصرفي .
- على المصارف التجارية السودانية تفعيل وإنشاء إدارات التسويق لتقوم بالمهام الآتية :
- تدريب وتأهيل الموظفين للتعامل مع التقنية الحديثة وتوعية العملاء بالتنسيق مع إدارة التدريب .
- تخصيص موازنات ضخمة لإدارة التقنية للمحافظة على العملاء الحاليين وإستقطاب جدد بالتنسيق مع إدارة التقنية .

Abstract

The research tackled the internal and external factors of the environment and their impact on the performance of commercial banks in Sudan. The study applied on Faisal Islamic Bank (Sudan). The importance of the research lies on that knowing of the marketing environment factors, whether internal or external helps to take advantage of the positive aspects, to control the negative ones, transferring them into the interest of the bank so that it can provide better banking services and to tenure on the largest share in the overall banking market. To achieve the objectives of the research, some hypotheses have been formulated as the follows:

- The technological development keeps the existing customers and attracts new ones.
- Studying and analyzing of the competitors have a positive impact on the bank's market share.
- Analysis of past results of the bank has a positive impact on the profitability of the bank.

The most important results as the following:

- There is a direct correlation between taking an interest in marketing environment factors and the performance of banks.
- Collecting and analyzing of data on the actual results of revenue of banking services and the performance of branches for previous periods increase the profits of the bank.
- Studying and analyzing the competitors of the bank concerning the factors of strengths, weaknesses, opportunities, and threats enhance the competitive position and increase its share in the banking market.

The most important recommendations are:

- Establishment of bank marketing administration in Faisal Islamic Bank (Sudan), where the reality is that there is no bank-marketing department, but it is bank-marketing unit.
- Sudanese Commercial Banks should activate and establish marketing departments to achieve the following tasks:
 - Training and qualifying of staff to deal with modern technology and educate customers in coordination with the Training Department.
 - Allocation of huge budgets for the information technology management to maintain the existing customers and attracting new ones in coordination with the I.T Department.

الفهــــــــــــــــرس

رقم الصفحة	العنوان
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	فهرس المحتويات
ز	فهرس الجداول
ح	فهرس الأشكال
1	الفصل الأول
2	المبحث الأول : الإطار العام للبحث
5	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
8	الفصل الثاني : الإطار النظري للتسويق المصرفي
9	المبحث الأول : مفهوم التسويق المصرفي وأهميته
16	المبحث الثاني : مزيج التسويق المصرفي
27	المبحث الثالث : دور إدارات التسويق في المصارف
33	الفصل الثالث : البيئة التسويقية للمصرف
34	المبحث الأول : عوامل البيئة الداخلية والخارجية للمصرف
46	المبحث الثاني : تحليل البيئة التسويقية للمصرف
54	المبحث الثالث : إستراتيجيات التسويق المصرفي
65	الفصل الرابع : دراسة الحالة
66	المبحث الأول : نشأة وتطور بنك فيصل الإسلامي السوداني
73	المبحث الثاني : إجراءات الدراسة الميدانية وتحليل البيانات
89	المبحث الثالث : اختبار فرضيات الدراسة
97	المبحث الرابع النتائج والتوصيات والمقترحات لبحوث مستقبلية
100	المصادر والمراجع
103	الملاحق

فــــــــــــــــهــــــــــــــــرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
(1)	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغيرات النوع	74
(2)	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق العمر	75
(3)	يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي .	76
(4)	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص العلمي	77
(5)	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق سنوات الخبرة	78
(6)	التوزيع التكراري للعبارة الأولى	81
(7)	التوزيع التكراري للعبارة الثانية	81
(8)	التوزيع التكراري للعبارة الثالثة	82
(9)	التوزيع التكراري للعبارة الرابعة	82
(10)	التوزيع التكراري للعبارة الخامسة	83
(11)	التوزيع التكراري للعبارة السادسة	83
(12)	التوزيع التكراري للعبارة السابعة	84
(13)	التوزيع التكراري للعبارة الثامنة	84
(14)	التوزيع التكراري للعبارة التاسعة	85
(15)	التوزيع التكراري للعبارة العاشرة	85
(16)	التوزيع التكراري للعبارة الحادية عشر	87
(17)	التوزيع التكراري للعبارة الثانية عشر	87
(18)	التوزيع التكراري للعبارة الثالثة عشر	88
(19)	التوزيع التكراري للعبارة الرابعة عشر	89
(20)	التوزيع التكراري للعبارة الخامسة عشر	90
(21)	الوسيط وقيم مربع كاي لاجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الاولى	92
(22)	الوسيط وقيم مربع كاي لاجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية	94
(23)	الوسيط وقيم مربع كاي لاجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة	96

فهرس الأشكال

الصفحة	البيان	رقم الشكل
26	شكل يوضح عناصر المزيج التسويقي	1
45	شكل يوضح عناصر المزيج التسويقي وعلاقتها بالبيئة الداخلية والخارجية.	2
48	شكل يوضح أهم مجالات الاختلافات بين العملاء من قطاع الافراد والعملاء من قطاع المنظمات	3
74	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغيرات النوع	4
75	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق العمر	5
76	يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي .	6
77	التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق التخصص العلمي	7
78	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق سنوات الخبرة	8

ز

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية

بعنوان :

البيئة التسويقية وأثرها على أداء المصارف التجارية في السودان
دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي السوداني

(السودان)

في الفترة من 2005-2009م

MARKETING ENVIRONMENT AND IT'S IMPACT ON THE
PERFORMANCE OF COMMERCIAL BANKS IN SUDAN (SUDAN)

CASE STUDY FAISAL ISLAMIC BANK (SUDAN)

2005-2009

إعداد الطالبة :

علوه أحمد على مكاي

إشراف الدكتورة :

هبة الزبير عبد المجيد

سبتمبر 2010م