

أية

﴿يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات والله بما تعملون خبير﴾

صدق الله العظيم

سورة المجادلة - الآية 11

شكر وتقدير

الى كل باحث عن العلم في هذا الوطن

الى كل ساهم الي التطور والرقى والتكنولوجيا

الى كل من علمني حرفاً

الى اساتذتي الاجلاء

الى زملائي الكرام

الى اصدقائي

وفقني الله واياكم جميعاً

اهداء

اليها وحدها يكون الاهداء

اليها وحدها يرتفع البناء

اليها وحدها نشق السماء

اليها وحدها نتجشم العناء

اليها وحدها.. امي ..

ام الشم والكبرياء

اليها وحدها يكون الولاء

قائمة الموضوعات :

الصفحات	الموضوع
أ	آية قرآنية
ب	شكر وتقدير
ج	اهداء
د	قائمة الموضوعات
هـ	قائمة الأشكال والجداول
و	ملخص البحث باللغة العربية
ز	ملخص البحث باللغة الانجليزية "Abstract"
2	الفصل الاول :
2	المقدمة
2	مشكلة البحث
2	اسئلة البحث
3	اهداف البحث
3	اهمية البحث
3	فرضيات البحث
3	الدراسات السابقة
3	حدود البحث
	منهج الدراسة
6	الفصل الثاني :مقدمة ومفاهيم في التسويق
9	المبحث الاول :تعريف مفهوم التسويق المصرفي
11	المبحث الثاني : مراحل تطور التسويق المصرفي
	المبحث الثالث :خصائص الخدمات المصرفية
13	الفصل الثالث:البيئة التسويقية للبنوك
22	المبحث الاول:مكونات البيئة التسويقية
28	المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لادارة التسويق في المصارف
	المبحث الثالث: الاداء التسويقي في بنك البركة
57	الفصل الرابع :
65	اختبار الفرضيات
66	النتائج
68	التوصيات العامة والخاصة
	الخاتمة
69	الملاحق والمرفقات
73	المراجع العلمية

قائمة الأشكال والجداول :

الرقم	الشكل	الصفحة
1.	مفهوم التسويق المصرفي	5
2.	تنظيم ادارة التسويق المصرفي علي اساس وظيفي	23
3.	تنظيم ادارة التسويق المصرفي علي اساس المنتجات المصرفية	23
4.	تنظيم ادارة التسويق المصرفي علي اساس الخدمات المصرفية مع مركزية بعض الوظائف	24
5.	تنظيم أنشطة التسويق علي اساس العملاء	24
6.	تنظيم ادارة التسويق علي اساس جغرافي	25
7.	التنظيم المركب من عدة عوامل	26
8.	الهيكل التنظيمي التقليدي لادارة النشاط التسويقي بالبنك	27
9.	اطار عملية ادارة الانشطة التسويقية	50
10.	الهيكل الداخلي لادارة التسويق في المرحلة القادمة	55

قائمة الجداول :

الجداول تعكس معلومات عن عامي 2004/2003

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
1.	نصيب بنك البركة من أجمالي ودائع مجموعة البنوك المقارنة خلال العامين 2003- 2004	28
2.	معدلات نمو بنوك المجموعة خلال عام 2004م	29
3.	نسب الودائع الجارية إلي إجمالي الودائع وكذلك نسب تكلفة الودائع الاستثمارية إلي إيرادات الاستثمار خلال عام 2004 م .	30
4.	نسبة الودائع محلي واجمالي الودائع	30
5.	معدل نمو الودائع الجارية محلي ونسب المساهمة	31
6.	نسب المساهمة في الودائع محلي 2003- 2004م	32
7.	معدل نمو الودائع الادخارية محلي ونسب المساهمة	33
8.	نسب المساهمة في ودائع الادخار محلي 2003-2004م	34
9.	معدل نمو الودائع الاستثمارية محلي ونسب المساهمة	34
10.	نسب المساهمة في ودائع الاستثمار محلي 2003- 2004م	35
11.	معدل نمو الودائع الجارية أجنبي ونسب المساهمة 2003- 2004م	36
12.	نسب المساهمة في الودائع الجارية اجنبي 2003-2004م	37
13.	معدل النمو ونسب المساهمة في ودائع الادخار أجنبي 2003- 2004	37
14.	نسب المساهمة في ودائع الادخار اجنبي 2003-2004	38
15.	معدل نمو ودائع الاستثمار أجنبي ونسب المساهمة 2003-2004	39

39	نسب مساهمة ودائع الاستثمار أجنبي في إجمالي الودائع أجنبي 2003-2004م	16.
40	نسب السيولة إلى إجمالي الودائع خلال عامي 2003-2004م - نسب السيولة إلى الودائع خلال عامي 2003-2004م	17.
41	نسب استخدام الودائع في التمويل والاستثمار خلال عامي 2003-2004م . نسب استخدام الودائع في التمويل والاستثمار خلال عامي 2003-2004م	18.
42	صيب بنك البركة من التمويل والاستثمار مقارناً مع المجموعة المختارة من البنوك خلال عامي 2003-2004م	19.
42	معدل النمو والمساهمة في عمليات التمويل الاستثمار	20.
43	التوسع في شهامة وارتفاع نسب التمويل والاستثمار الي اجمالي الودائع	21.
44	التوسع في شهامة وارتفاع نسب التمويل	22.
45	العائد علي الاستثمار خلال عامي 2003-2004م	23.
45	العائد علي الاستثمار وكذلك نسبة صافي ايرادات الاستثمار إلى إجمالي الايرادات خلال عامي 2003-2004م .	24.
46	نصيب بنك البركة من الخدمات المصرفية من إجمالي بنوك المقارنة خلال عامي 2003-2004م	25.
46	نصيب البنك من التكلفة التشغيلية ومعدل نموها خلال عامي 2003-2004م	26.
47	نسب الايرادات والمصروفات خلال عامي 2003-2004م	27.
47	نصيب بنك البركة من الارباح قبل الزكاة والضرائب	28.
48	معدل نمو الارباح ونسب المساهمة الارباح قبل الزكاة والضرائب	29.
49	نسب تركيبة حقوق المساهمين خلال العامين 2003-2004م	30.
50	العائد علي حقوق الملكية واجمالي النشاط خلال عامي 2003-2004م العائد علي حقوق الملكية واجمالي النشاط	31.
60	يوضح النتائج الاحصائية ودرجات موافقة عينة البحث على فقرات والمجموع الكلى للفرضية الاولى	32.
61	يوضح النتائج الاحصائية ودرجات موافقة عينة البحث على فقرات والمجموع الكلى للفرضية الثانية	33.
62	يوضح النتائج الاحصائية ودرجات موافقة عينة البحث على فقرات والمجموع الكلى للفرضية الثالثة	34.
63	يوضح النتائج الاحصائية ودرجات موافقة عينة البحث على فقرات والمجموع الكلى للفرضية الرابعة	35.
64	يوضح النتائج الاحصائية ودرجات موافقة عينة البحث على فقرات والمجموع الكلى للفرضية الخامسة	36.

ملخص البحث باللغة العربية :

تهدف هذه الدراسة الي الوصول الي بيانات ونتائج تساعد في التعامل مع المؤثرات العامة المحيطة بالمصرف وبصورة خاصة المؤثرات الداخلية – والتي تؤثر علي عملية تسويق الخدمات المصرفية . كما تهدف الي ايجاد آلية فاعلة وذات كفاءة في متابعة اداء الخدمات المصرفية مما يساعد في التعامل المبكر مع المظاهر السالبة والانحرافات التي قد تحدث وتتبع اهمية البحث من الحاجة الي تفسير العديد من الظواهر التي قد تقود سلباً او ايجاباً علي اداء التسويق المصرفي خاصة مظاهر البيئة الداخلية .مما سوف ينعكس علي الاداء العام للمصرف وزيادة نطاق السوق المتاحة له من خلال تقديم خدمات مصرفية متميزة .

من فرضيات البحث ان الاهتمام بتطوير العاملين وتنمية مهاراتهم ووضع الرجل المناسب في المكان المناسب يساعد في تقديم خدمات مصرفية متميزة . كما ان الاساليب المتبعة حالياً لمعالجة مشاكل ومعوقات التسويق المصرفي غير كافية ، ومن الفرضيات ايضاً ان توفر المؤهلات الاكاديمية بجانب الخبرات العملية والمهارات الشخصية لدي افراد الادارة العليا ينعكس ايجاباً علي تسويق الخدمة المصرفية – كما نفترض وجود علاقة بين التخطيط الاستراتيجي السليم وفعالية التسويق المصرفي .

ومن اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة من خلال اختبار الفرضيات وبعد البحث والتحليل – ان هنالك علاقة قوية بين التخطيط الاستراتيجي السليم وفعالية التسويق المصرفي – كما ان من الضرورة توفر المؤهلات الاكاديمية والخبرات العملية لدي افراد الادارة العليا – خاصة في ظل التطورات التكنولوجية والمستحدثات في مجال العمل المصرفي في عالم اليوم .

ومن اهم التوصيات التي خرجت بها الدراسة ضرورة الاهتمام بالتدريب المستمر والمتواصل للموظفين بالبنك ومدهم بكل المستجدات في العمل المصرفي حتي يستطيعوا مواكبة مما يؤهلهم علي تقديم خدمات مصرفية متميزة لعملاء البنك ، كما يجب وضع الرجل المناسب في المكان المناسب خاصة ان العمل المصرفي في عالم اليوم اصبح علي مستوي عالمي مما يستوجب المام الموظف التام بمهام وظيفته والتأكد من علاقة هذه الوظيفة مع المؤهلات الاكاديمية والخبرة العملية المتاحة للموظف ، كما يجب الاهتمام باوضاع العاملين المادية والاجتماعية والسلوكية علي جميع مستوياتهم حتي ضمن تقديمهم لخدمات مصرفية متميزة .

Abstract:

This study targets to reach data and results that assist in dealing with the general effects surrounding the bank, specially the internal effects, which affects the banking services marketing operations.

Also it targets to find active mechanisms capable of following up the banking services performance which help in the early dealing with the negative phenomenon and the deviations which may occur. Also to the need for the interpretation of many phenomenon's which may affect positively or negatively the performance of the banking marketing services, specially the internal environment phenomenon's , which will be reflected on the general performance of the bank and the increase of the available market domain , through provision of distinguished banking services .

From the research hypothesis are that ; the undertaking of the workers capacity building , development of their skills and putting of the suitable man in the right place , assist in the provision of distinguished banking services . The presently followed styles for the treatment of the marketing problems and obstacles is insufficient.. Also the availability of the academic qualifications beside the work experience and personal capabilities for the higher administrative individuals will be positively reflected on the banking service marketing. Also there is a correlation between the safe strategic planning and the efficiency of the banking marketing.

From the most important reached results are; Through the test of the research hypothesis and after the research and analysis it became obvious that there is close correlation between the safe strategic planning and efficiency of the banking marketing. Also it is very necessary to provide the academic qualifications and the work experience for the higher administrative individuals, especially within the today's technological developments and inventions in the banking work field.

From the most important recommendations are; The necessity of having full concern of continuous training of the officers in the bank, and their supply by all innovations in the banking business so as to be able to escort what is new and qualify them to deliver distinguish banking services to the bank customers. Also it is a must to put the suitable man in the suitable place, specially that, the banking business became international business which necessitate for the officer to know his job duties, and to be sure of the correlation of this job with the academic qualifications and the work experience available of the officer. Also it is a must to have full concern with the financial, social and behavioral positions of the workers at their all levels so as to guarantee distinguished banking services.