

سياسات التسعير وأثرها على قرار تسعير الخدمات المصرفية

دراسة تطبيقية على مصرف الجمهورية فرع الميدان بمدينة طرابلس - ليبيا

أ. أحمد إمام جليان ، أ. عادل عياد ميلاد ناجي ، أ. مسعود محمد مسعود الحراري

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تحديد أسعار الخدمات المصرفية. وكذلك التعرف على أولويات الأهداف التي يرغب المصرف في تحقيقها من وضع سياساته السعرية واتخاذ قرارات التسعير. وأجريت هذه الدراسة على عينة عمدية (قصديه) منمثلة في (31) مفردة من العاملين بمصرف الجمهورية تحديداً (فرع الميدان) حصراً بمدينة طرابلس- ليبيا. وذلك لمعرفة ما مدى تأثير سياسات التسعير على قرار تسعير الخدمات المصرفية للمصرف محل الدراسة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، باستخدام قائمة الاستبيان تم توزيعها على عينة الدراسة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، تعتبر السيولة في المرتبة الأولى حسب آراء أفراد عينة الدراسة من حيث تأثيرها في قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى المصرف محل الدراسة، وتعتبر التكلفة في المرتبة الثانية حسب آراء أفراد عينة الدراسة من حيث تأثيرها في قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى المصرف محل الدراسة. وإن أفراد عينة الدراسة أنفق على أن نقص السيولة لدى المصرف محل الدراسة أدى إلى قيام المصرف بزيادة أسعار خدماته المصرفية وذلك لتحقيق الربح، وبذلك توصي الدراسة إلى الاهتمام بإنشاء وحدة متخصصة للتسعير، حيث أظهرت الدراسة أنه لا يوجد لدى المصرف وحدة لتسعير الخدمات المصرفية وإجراء أبحاث السوق.

المقدمة :-

الأموال الأزمة لتسهيل عمليات نقل الأموال لمزاولة جميع الأنشطة. وبسبب المنافسة بين المصارف في الحصول على أكبر عدد ممكن من العملاء والمحافظة عليهم كعملاء دائمين أصبح من الضروري الاهتمام بعملية التسويق لما له من أهمية في رفع قدرة المصرف على تحقيق أهدافه. حيث تمثل سياسات التسعير جميع الإجراءات التي يتم من خلالها التأثير على الأسعار، فهي تؤثر على حجم الإيرادات وبالتبعية على ربحية المصرف. ويعتبر قرار تسعير الخدمات المصرفية من أهم القرارات المؤثرة في ربحية المصرف، وقرار التسعير ليس

تحتل المصارف مكان الصدارة في توجيه اقتصاديات الدول مهما اختلفت أنظمتها السياسية، لما لها أثر على الاقتصاد الوطني، وأن درجة تقدم الأمم أصبحت تقاس بمدى تغلغل واتساع النظم المصرفية فيها. وقد شهدت السنوات الأخيرة تطوراً في طبيعة ونوع الخدمات التي تقدمها المصارف حيث انتقلت في عملها من تقديم الخدمات التقليدية إلى الخدمات الالكترونية، بالإضافة إلى التطور في كيفية تقديم الخدمات التقليدية، خاصة في مجال الائتمان وقبول الودائع ومنح القروض عدا عن زيادة ارتباط القطاعات المختلفة بالقطاع المصرفي من خلال ما يوفره هذا القطاع من

تغيير واضح في معظم أسعار الخدمات المصرفية منذ سنة (2015) وذلك في زيادة أسعار الخدمات المصرفية بنسبة 47%. ومثال على ذلك، عمولة إصدار دفاتر صكوك فئة (25) ورقة في سنة (2015) كان (7) ديناراً، أما في السنوات التي تليها أصبح (15) ديناراً، عمولة إصدار دفتر الصكوك. وكذلك عمولة إصدار الصك المصدق يتم خصم قيمة (10) دينار من صاحب الحساب وكذلك يتم خصم قيمة (10) دينار من المستفيد عند إيداعه في الحساب، وغيرها من العمولات التي قامت المصارف التجارية في زيادة أسعارها وبصفة عامة في جميع خدماتها المصرفية التي تقدمها للعملاء. ومن خلال ما تقدم ركزت هذه الدراسة على التعرف على أساليب وأهداف وسياسات التسعير لدى المصرف محل الدراسة، وذلك لفهم وتوضيح العوامل التي توضع في الاعتبار عند تحديد سعر الخدمات المصرفية، وما هي العوامل المؤثرة في تحديد أسعار الخدمات المصرفية. وبهذا فإن مشكلة الدراسة تكمن في الإجابة على التساؤل التالي: ما مدى تأثير سياسات التسعير على قرار تسعير الخدمات المصرفية؟.

فرضيات الدراسة :-

الفرضية الرئيسية للدراسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) و قرار تسعير الخدمات المصرفية.

قرارا تسويقيا فحسب بل أنه يمس كل أوجه نشاط المصرف.

حيث تشكل الأسعار التي يدفعها العملاء للمصرف لقاء الخدمة المصرفية المصدر الرئيسي لدخل المصرف، وكذلك تؤثر أسعار الخدمات المصرفية على حجم أعمال المصرف، بالإضافة إلى أن أسعار الخدمات المصرفية تؤثر على حجم الودائع التي تعتبر المصدر الرئيسي لتمويل عمليات المصرف، وبالتالي تؤثر على أرباح المصرف.

مشكلة الدراسة :-

يعتبر التسعير من أهم العوامل ذات التأثير على جانب الإيرادات والأرباح، فهو العنصر الوحيد بين عناصر المزيج التسويقي الذي يولد الإيرادات. ونظراً لأهمية سياسات التسعير في تحقيق التكامل مع العوامل الأخرى التسويقية، وذلك لإنجاح العملية التجارية بالمصرف، وبالتالي يتم تحقيق أهداف المستثمر (العميل) والأهداف التنموية للمصرف.

ونظراً لأزمة السيولة التي تمر بها المصارف التجارية العاملة في ليبيا منذ سنة (2015) اتجهت معظم المصارف التجارية في ليبيا إلى تغيير أسعار خدماتها المصرفية لتحقيق أهدافها التنموية، وبهذا فقد تم اختيار مصرف الجمهورية والذي يعتبر احد أكبر المصارف التجارية العاملة في ليبيا، وتحديداً مصرف الجمهورية فرع الميدان كنموذجاً لهذه الدراسة بمدينة طرابلس- ليبيا. حيث أتضح أن هناك

وينبثق من هذه الفرضية الرئيسية خمسة فرضيات فرعية وتم صياغة هذه الفرضيات بالشكل التالي :

1. تستمد الدراسة أهميتها من أهمية القطاع المصرفي فهو من أكبر القطاعات الاقتصادية في ليبيا.

2. تتبع أهمية الدراسة من أهمية تسعير الخدمات المصرفية بشقيها الائتماني وغير الائتماني المصرفي، فبالرغم من تزايد الخدمات المصرفية فإن الخدمات الائتمانية لازالت أساس العمل المصرفي الليبي، ويتضح ذلك من حصة أرباح الفوائد إلى إجمالي أرباح المصارف الليبية.

3. تسعى هذه الدراسة من خلال النتائج التي تتوصل إليها إلى تسليط الضوء على سياسات التسعير لدى المصارف الليبية استناداً على أسس علمية سليمة.

الدراسات السابقة :-

1- دراسة البيحاني (1999) بعنوان: (العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة).

وهدفت الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة في القرارات السعرية وأنماط السياسات السعرية والمعوقات التي تواجه القائمين عليها بالمصانع السعودية بمحافظة جدة، كما هدفت الدراسة للتعرف على مدى إدراك الإدارة العليا والمسؤولين لأهمية سياسات التسعير وأهمية إتباع أساليب علمية عند وضعها أو تطويرها والمتغيرات المؤثرة في ذلك، والتعرف على سياسات التسعير الأكثر إتباعاً بالمصانع

1. الفرضية الفرعية الأولى/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السيولة وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

2. الفرضية الفرعية الثانية / توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكاليف الخدمات وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

3. الفرضية الفرعية الثالثة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد الخدمات المباعة وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

4. الفرضية الفرعية الرابعة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الأرباح المحصلة من العميل وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

5. الفرضية الفرعية الخامسة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

أهداف الدراسة :-

• التعرف على العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند وضع السياسة السعرية في المصرف .

• التعرف على أولويات الأهداف التي يرغب المصرف في تحقيقها من وضع سياساته السعرية واتخاذ قرارات التسعير.

• التعرف على العوامل المؤثرة في تحديد أسعار الخدمات المصرفية.

المصرفية : دراسة تطبيقية على المصارف التجارية في زيمبابوي).

تقدم هذه الدراسة تقريرا عن نتائج دراسة أجريت لتحديد العوامل التي تؤثر على أسعار المنتجات والخدمات المصرفية والتحقيق في استراتيجيات التسعير التي تستخدمها المصارف التجارية في زيمبابوي، وكان الهدف من البحث أيضا تحديد التحديات التي تواجهها المصارف في زيمبابوي. وتوصلت الدراسة أن تسعير المنتجات المصرفية يتأثر بشكل رئيسي بدافع الربح والمنافسة والحاجة إلى الالتزام باللوائح، وكانت الاستراتيجيات المستخدمة لتحديد الأسعار قائمة على التكلفة والمنافسة وكذلك الاستراتيجيات التي تمليها اتجاهات السوق، كما توصل من الدراسة أن التحديات التي تواجهها المصارف تتمثل في فقدان ثقة العملاء والمنافسة الشديدة وفشل المصرف المركزي في أداء دور المقرض كملاد أخير، وأوصت الدراسة بأن هناك حاجة إلى مراعاة العوامل المختلفة في تسعير المنتجات المصرفية من أجل كارتير لكل من العملاء من المؤسسات والأفراد، يعد التسعير الأمثل أمرا محوريا في ضمان بقاء المصارف في أعمالها وتحقيق الأهداف المحددة (2011). (Mutengezanwa, et. al).

الإطار النظري للدراسة :-

سياسات التسعير:

تعبر السياسة التسعيرية بأنها مجموعة الإجراءات التي يتم من خلالها التأثير على الأسعار، لذا تعد هذه السياسات من أهم ما

السعودية بجدة وأولويات الأهداف التي ترغب المصانع في تحقيقها والوصول إلى المعوقات التي تواجه ذلك. وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : أن معظم المسؤولين بالشركات الصناعية يؤكدون على إدراك وأهمية إتباع الأساليب العلمية عند وضع وصياغة سياسات التسعير.

(البيحاني : 1999، 212)

2-دراسة الطراونة (2002) بعنوان (سياسة تسعير الفوائد المقبوضة من القروض في البنوك التجارية العاملة في الأردن دراسة قياسية).

وهدفت الدراسة للتعرف على السياسة المتبعة في البنوك التجارية العاملة في الأردن في تسعير فوائد القروض الممنوحة للعملاء. وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : أن المصارف الأردنية تعاني من فائض في السيولة وأن المستغل منها 60% فقط . وكذلك إن المصارف تقوم بتحميل عملائها تكاليف الفوائد المشفوعة والمصاريف الإدارية من خلال رفع معدلات الفوائد المقبوضة.

بالإضافة إلى أن للبنوك القدرة على تخفيض الفوائد من خلال ضبط النفقات الإدارية وبالتالي تخفيض العبئ الذي يتحمله العملاء (الطراونة : 2002 ، 77).

3- دراسة موتنغيزانوا وآخرون (2011) بعنوان (تسعير المنتجات والخدمات

الخدمات المصرفية : أن نجاح المصرف يعتمد على تحديد أسعار خدماته المصرفية بالشكل الذي يتم خلق التوازن بين قيمة الخدمة وما يتوقعه العميل من منافع من هذه الخدمة، ومن ناحية أخرى فإن السعر يعتبر محددًا أساسيًا لربحية المصرف. حيث إن الاهتمام المتزايد بالخدمات المصرفية أدى إلى إعطاء مفاهيم متعددة ومتنوعة لها، حيث إن بعض الخدمات المصرفية يرتبط بشكل كامل أو جزئي مع الخدمة المقدم للعميل. فسعر الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل يمثل إجمالي المنافع التي يتوقع الحصول عليها عند استخدامه الخدمة المصرفية (الصميدعي، و يوسف : 2001، 19،28).

ويشير مفهوم السعر المصرفي إلى معدل الفائدة على الودائع والقروض والرسوم والمصروفات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمات المصرفية أو العمولات التي يتلقاها المصرف نتيجة تقديمه للخدمات للغير (معلاء : 1994، 153).

قرارات تسعير الخدمات المصرفية: يعتبر قرار تسعير الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف للعملاء من أهم القرارات المؤثرة في ربحية المصرف، حيث يعبر قرار تحديد الأسعار الذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة محدد رئيسي لربحية المصرف، وكذلك على قدرة المصرف على التكيف والبقاء في السوق، وقرار التسعير ليس قرارا تسويقيا فحسب بل أنه يمس كل أوجه نشاط المصرف فهو يقرر

تمارسه المصارف التجارية من قرارات والتي يتحدد بناء عليها حجم الإيرادات مما يؤثر على ربحية المصرف. ولا يمكن تحديد السعر قبل أن يتم مقارنته بالمنفعة، فهي مفاهيم متفاوتة وذات علاقة ببعضها البعض، فالمتعة هي خاصية الخدمة التي تجعلها قادرة على إشباع الحاجات وتحقيق الرغبات. حيث يمثل السعر قيمة المنتج الذي يمكن تعديله صعوداً أو هبوطاً وفقاً لمتغيرات داخلية وخارجية تحيط بعمل المؤسسة وبما يتفق وإمكانيات الشراء لدى المنتفعين ووفق أدواقهم. إذا يراعي المرونة في تحديد السعر بجانب الظروف البيئية الداخلية والخارجية التي تعمل فيها المؤسسة بالإضافة لمراعاته للقوة الشرائية للمستهلكين ومدى توافق السعر مع أدواقهم. ويعتبر السعر بالنسبة للمستهلك تلك القيمة النقدية أو العينية التي تحدد من قبل منتج السلعة أو الخدمة، وما يمثله من منافع أو فوائد. وينظر للسعر على أنه تلك القوة الشرائية التي بظهرها المستهلك للحصول على السلعة أو الخدمة المطلوبة (عبيدات : 2004، 20).

فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على الأرباح من جانب، وأسعار منخفضة بما يكفي لاجتذاب الزبائن من جانب آخر، والتسعير الأمثل ليس طريقة لتغطية التكاليف وأحداث غطاء إيجابي فحسب بل أنه يجب أن يأخذ في الاعتبار كل الأهداف التسويقية خلال عملية التسويق (البكري : 2005، 56).

5.800 موظف وموظفة بعدد فروع على مستوى ليبيا وقد وصل عدد الفروع إلى 146 فرعاً ووكالة، وبحصة سوقية وصلت إلى 33% وذلك عند عملية الدمج. حيث يقدم مصرف الجمهورية العديد من الخدمات المصرفية للعملاء ومن بين هذه الخدمات المصرفية التي يقدمها مصرف الجمهورية ما يلي: الحوالات المصرفية، الشيكات، الاعتمادات المستندية، بوليصة التحصيل، السحوبات، خطابات الضمان، بطاقات الائتمان، الصراف الآلي، الكمبيالات، التسهيلات الائتمانية.

الإطار العملي للدراسة :- أولاً / منهجية الدراسة :-

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلات الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي، في وصف طبيعة المشكلة موضوع الدراسة والتعرف على أسبابها بالإضافة للمنهج التحليلي في تحديد وتحليل سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) وتأثيرها على قرار تسعير الخدمات المصرفية التي يمكن أن يكون لها تأثير على حجم المشكلة وذلك في محاولة لوضع بعض المقترحات التي تساعد في حل للمشكلة قيد الدراسة. حيث تم تركيز الدراسة في الجانب النظري بالاستعانة بالكتب والمراجع العربية والأجنبية والمقالات والمواقع الإلكترونية وحركة الإدارة بالمصرف محل الدراسة ذات العلاقة بموضوع الدراسة. أما الجانب الميداني من الدراسة فقد تم استخدام صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، في هذه الدراسة على غرار

لدرجة كبيرة قيمة الإيرادات السنوية للمصرف التي لا بد أن تقابل مصروفاته، وتؤدي محصلة ذلك إلى ربح صاف كاف لمواجهة متطلبات كفاية رأس المال. بالإضافة إلى أن سياسة التسعير المشبعة تعكس الأهداف العامة للمصرف ومكانة المصرف في السوق، حيث يتفاعل السعر مع تركيبة السوق بوجه عام ومع المنافسة بين المصارف بشكل خاص.

(جهماني، والعمرى : 2002، 696).

حيث تشكل الأسعار التي يدفعها العملاء للمصرف لقاء الخدمة المصرفية المصدر الرئيسي لدخل المصرف، وكذلك تؤثر أسعار الخدمات المصرفية على حجم أعمال المصرف، بالإضافة إلى أن أسعار الخدمات المصرفية تؤثر على حجم الودائع التي تعتبر المصدر الرئيسي لتمويل عمليات المصرف، كما تؤثر أسعار الفوائد على القروض على حجم التسهيلات الائتمانية، وبالتالي تؤثر على أرباح المصرف (جبر : 2007، 110).

مصرف الجمهورية : يعتبر مصرف الجمهورية أحد أكبر المصارف التجارية العاملة في ليبيا، ففي سنة 2008 صدر قرار عن مصرف ليبيا المركزي بدمج مصرف الجمهورية ومصرف الأمة في مصرف واحد تحت أسم مصرف الجمهورية، بميزانية تلامس 20 مليار دينار ليبي، ليصبح مصرف الجمهورية ثاني أكبر المصارف الليبية بعد المصرف الليبي الخارجي، وبعدهم موظفين بلغ أثناء الدمج ما يزيد عن

خمس درجات، موافق (4) أربع درجات، محايد (3) ثلاث درجات، غير موافق (2) درجتان، غير موافق بشدة (1) درجة واحدة. وبالتالي سوف يتم اختبار ما إذا كانت درجة الموافقة تختلف معنويًا عن 3 أم لا. رابعاً / الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :-

1. المتوسط الحسابي : وهو أحد مقاييس النزعة المركزية، ويستخدم لتقدير معلميات المجتمع، أو اختبار الفرضيات الإحصائية.
2. الانحراف المعياري : وهو أحد مقاييس التشتت، ويستخدم لمعرفة مدى تقارب أو تباعد إجابات مفردات العينة حول خيار معين (عطفة : 1996، 260).
3. معامل ارتباط سبيرمان (Spearman) : لاختبار فرضيات الدراسة و ذلك لمعرفة مدى فاعلية كل متغير مستقل على المتغير التابع و ذلك عند مستوى المعنوية (0.05).
4. معامل ألفا كرونباخ : يتم احتساب معامل كرونباخ ألفا لمتغيرات الدراسة والبالغ عددها 23 فقرة، لتوضيح قيم معاملات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الدراسة.
5. معامل ارتباط بيرسون : يعتمد على طريقة التجزئة النصفية في تجزئة فقرات الاختبار إلى مجموعتين، ومن ثم إيجاد معامل ارتباط بيرسون.
6. اختبار t لعينة واحدة كأحد أساليب الإحصاء الاستدلالي، لإمكانية تعميم النتائج من العينة إلى المجتمع.

الدراسات السابقة، والتي تم توزيعها على عينة عمدية (قصديه) موجهة لإدارة مصرف الجمهورية. ثم تم جمع وتنظيم البيانات وتحليلها التي تم الحصول عليها من صحائف الاستبيان.

ثانياً / مجتمع و عينة الدراسة :-

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين بمصرف الجمهورية. أما عينة الدراسة فكانت عينة عمدية (قصديه) متمثلة في العاملين بمصرف الجمهورية تحديداً (فرع الميدان) طرابلس- ليبيا. والمتمثلة في إدارة مصرف الجمهورية، قسم الحسابات الجارية، قسم المحاسبة، قسم الائتمان بالمصرف.

وذلك لمعرفة ما مدى تأثير سياسات التسعير على قرار تسعير الخدمات المصرفية للمصرف محل الدراسة. وتم اختيار عينة عمدية متمثلة في (31) مفردة من العاملين بمصرف الجمهورية تحديداً (فرع الميدان) حصراً بمدينة طرابلس، وذلك من سنة 2015 إلى سنة 2021.

ثالثاً / ترميز بيانات الدراسة :-

بعد تجميع استمارات الاستبيان تم استخدام برمجية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروفة اختصاراً ببرنامج (SPSS)، حيث تم إدخال البيانات للحاسوب بإعطائها أرقاماً معينة، أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية. وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي من خلال منح كل مقياس درجة معينة لتتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي : موافق بشدة (5)

أولاً : تحليل البيانات المجمعة من صحائف الاستبيان المتعلقة بالبيانات الشخصية :
 خصائص عينة الدراسة :

جدول رقم (01) خصائص مفردات عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة	الخصائص
87.1	27	ذكر	الجنس
12.9	4	أنثى	
100.0	31	المجموع	
9.7	3	اقل من 30 سنة	العمر
54.8	17	من 30 - 40 سنة	
35.5	11	من 45 سنة فأكثر	
100.0	31	المجموع	
9.7	3	اقل من بكالوريوس	المؤهل العلمي
80.6	25	بكالوريوس	
9.7	3	دراسات عليا	
100.0	31	المجموع	
45.2	14	محاسبة	التخصص
32.3	10	ادارة	
22.6	7	علوم مصرفية	
100.0	31	المجموع	
3.2	1	مدير	المركز الوظيفي
9.7	3	مدير ادارة	
19.4	6	رئيس قسم	
67.7	21	موظف	
100.0	31	المجموع	
22.6	7	محاسبة	القسم
6.5	2	الشؤون الإدارية	
16.1	5	حوالات خارجية	
9.7	3	الأتمان	
25.8	8	الاعتمادات	

3.2	1	البطاقات	
9.7	3	مستندات	
3.2	1	التحويل	
3.2	1	الحسابات الجارية	
100.0	31	المجموع	
6.5	2	اقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
19.4	6	من 5 - 10 سنوات	
74.2	23	من 10 سنوات فأكثر	
100.0	31	المجموع	

وأن نسبة 67.7% موظفين، 19.4% رؤساء أقسام. وأن نسبة 25.8% تابعين لقسم الاعتمادات، و22.6% تابعين لقسم المحاسبة. وأن نسبة 74.2% سنوات خبرتهم (من 10 سنوات فأكثر)، ونسبة 19.4% سنوات خبرتهم (من 5 - 10 سنوات). مما يدل على أن معظمهم أفراد عينة الدراسة ذوي مؤهلات علمية و ذوي خبرة في مجال العمل المصرفي.

1- تؤثر السيولة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية :

من خلال الجدول رقم (01) الذي يوضح خصائص عينة الدراسة يتبين الآتي: أن نسبة الذكور 87.1% ونسبة الإناث 12.9%. وأن نسبة 54.8% أعمارهم تتراوح (من 30 - 40 سنة)، ونسبة 35.5% أعمارهم تتراوح (من 45 سنة فأكثر). وأن نسبة 80.6% مؤهلهم بكالوريوس، ونسبة 9.7% مؤهلهم دراسات عليا. وأن نسبة 45.2% تخصصهم محاسبة، ونسبة 32.3% تخصصهم إدارة.

ثانياً : تحليل البيانات المجمعة من صحائف الاستبيان المتعلقة بالدراسة :

جدول رقم (02) نتائج تحليل محور تأثير السيولة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية

الترتيب	مستوى المعنوية p-value	قيمة اختبار t	الانحراف المعياري S.D	المتوسط الحسابي \bar{x}	درجة الموافقة					الفترة	محتوى الفقرة	ت
					غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
2	0.000	40.888	5.620	4.129	00	00	03	21	07	ت	توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة.	1
					00.0	00.0	9.7	67.7	22.6	%		
1	0.000	44.334	5.230	4.161	00	00	02	22	07	ت	توجد لدى المصرف جهة مختصة	2
					00.0	00.0	6.5	71.0	22.6	%		

الدرجة الكلية حول محور تأثير السيولة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية											
											لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار.
					02	08	06	11	04	ت	نقص السيولة لدى المصرف أدى إلى زيادة أسعار الخدمات المصرفية وذلك لتحقيق الأرباح.
4	0.000	15.285	1.175	3.226	6.0	25.8	19.4	36.0	12.9	%	3
					01	02	06	14	08	ت	يقوم المصرف باستقطاب ودائع جديدة للحصول على سيولة إضافية.
3	0.000	21.304	1.003	3.839	3.2	6.5	19.4	45.2	25.8	%	4
	0.000	38.609	5.5350	3.838							

لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.129)، بانحراف معياري (5.620). وجاءت عبارة (يقوم المصرف باستقطاب ودائع جديدة للحصول على سيولة إضافية) في المرتبة الثالثة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (45.2 %)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.839)، بانحراف معياري (1.003). وجاءت عبارة (نقص السيولة لدى المصرف أدى إلى زيادة أسعار الخدمات المصرفية وذلك لتحقيق الأرباح) في المرتبة الرابعة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (36.00 %)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.226)،

من خلال الجدول رقم (02) يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير السيولة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية. حيث نلاحظ من الجدول أن عبارة (توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة الأموال المتاحة للاستثمار) جاءت في المرتبة الأولى و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق و تساوي (71.0 %)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.161)، بانحراف معياري (5.230). وجاءت عبارة (توجد لدى المصرف جهة مختصة لإدارة السيولة) في المرتبة الثانية، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (67.7 %)، وان المتوسط الحسابي

و تعبر عن درجة موافقة فوق المتوسط وفق مقياس ليكرت الخماسي. وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يرون أن السيولة تؤثر على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية، وبما أن مستوى المعنوية لاختبار (t) أقل من 0.05 مما يتيح تعميم النتائج المتحصل عليها من العينة على مجتمع الدراسة.

بانحراف معياري (1.175). وبما أن قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير السيولة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية يساوي (3.838)، بانحراف معياري (5.5350). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من (3) حيث تشير هذه النقطة إلى مستوى جيد 2- تؤثر تكاليف الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية :

جدول رقم (03) نتائج تحليل محور تأثير تكاليف الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية

الترتيب	p-value مستوى المعنوية	قيمة اختبار t	S.D الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي \bar{x}	درجة الموافقة				الفترة	محتوى الفقرة	ت
					موافقة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
4	0.000	38.17 6	5.970	4.097	07	20	04	00	ت	تشكل مخرجات نظام التكاليف عاملا أساسيا في تحديد سعر الخدمات المصرفية	1
					22.6	64.5	12.9	00.0			
3	0.000	46.02 8	4.990	4.129	06	23	02	00	ت	توجد لدى المصرف جهة	2
					19.4	74.2	6.5	00.0			

											مختصة لاحتساب تكلفة الخدمات المصرفية وتسعيرها.	
					00	00	04	18	09	ت	توجد لدى	
2	0.000	36.34 2	6.380	4.161	00.0	00.0	12.9	58.1	29.0	%	المصرف أسس ومعايير لتوزيع التكاليف والإيرادات على مراكز التكلفة.	3
					00	01	02	16	12	ت	يتم تحديد السعر النهائي للخدمات المصرفية من قبل الإدارة العليا، بعد دراستها من قبل الجهات المختصة.	4
1	0.000	32.52 9	7.290	4.258	00.0	3.2	6.5	51.6	38.7	%		
					01	02	09	12	07	ت	تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم خدمة	5
6	0.000	20.52 3	1.006	3.710	3.2	6.5	29.0	38.7	22.6	%		

رقم	الحد الأدنى لتكلفة الخدمة.	لا توجد لدى المصرف جهة مختصة لإجراء أبحاث السوق، لاحتساب تكلفة وتسعير الخدمات المصرفية.	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم	رقم
5	0.000	25.24 8	8.750	3.968	00.0	3.2	29.0	35.5	32.3	%	6	
	0.000	41.67 5	5.415 0	4.053	الدرجة الكلية حول محور تأثير تكاليف الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية							

وجاءت عبارة (توجد لدى المصرف أسس ومعايير لتوزيع التكاليف والإيرادات على مراكز التكلفة) في المرتبة الثانية، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (58.1%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.161)، بانحراف معياري (6.380). وجاءت عبارة (توجد لدى المصرف جهة مختصة لاحتساب تكلفة الخدمات المصرفية وتسعيرها) في المرتبة الثالثة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق و كذلك موافق وتساوي (74.2%)، وان المتوسط الحسابي

من خلال الجدول رقم (03) يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير تكاليف الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية. حيث نلاحظ من الجدول أن عبارة (يتم تحديد السعر النهائي للخدمات المصرفية من قبل الإدارة العليا، بعد دراستها من قبل الجهات المختصة) جاءت في المرتبة الأولى و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق و تساوي (51.6%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.258)، بانحراف معياري (7.290).

الإيجابية مرتفعة في فئة موافق وتساوي (38.7%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.710)، بانحراف معياري (1.006). وبما أن قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير تكاليف الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية يساوي (4.053)، بانحراف معياري (5.4150). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من (3) حيث تشير هذه النقطة إلى مستوى جيد و تعبر عن درجة موافقة فوق المتوسط وفق مقياس ليكرت الخماسي. وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يرون أن تكاليف الخدمات تؤثر على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية، وبما أن مستوى المعنوية لاختبار (t) أقل من 0.05 مما يتيح تعميم النتائج المتحصل عليها من العينة على مجتمع الدراسة.

لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.129)، بانحراف معياري (4.990). وجاءت عبارة (تشكل مخرجات نظام التكاليف عاملاً أساسياً في تحديد سعر الخدمات المصرفية) في المرتبة الرابعة، و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (64.5%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.097)، بانحراف معياري (5.970). وجاءت عبارة (لا توجد لدى المصرف جهة مختصة لإجراء أبحاث السوق، لاحتساب تكلفة وتسعير الخدمات المصرفية) في المرتبة الخامسة، و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (35.5%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.968)، بانحراف معياري (8.750). وجاءت عبارة (تعتبر التكلفة الإضافية الناشئة عن تقديم خدمة قديمة هي الحد الأدنى لتكلفة الخدمة) في المرتبة السادسة، و كانت نسبة 3- يؤثر عدد الخدمات المباعة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية :

جدول رقم (04) نتائج تحليل محور تأثير عدد الخدمات المباعة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية

الترتيب	مستوى المعنوية p-value	قيمة اختبار t	الانحراف المعياري S.D	المتوسط الحسابي \bar{x}	درجة الموافقة					الفئة	محتوى الفقرة	ت
					غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
2	0.000	32.225	6.800	3.935	00	02	02	23	04	ت	يقوم المصرف بدراسة أثر التغيير في سعر الخدمة على الطلب لنفس الخدمة.	1
1	0.000	36.536	6.050	3.968	00	00	06	20	05	ت	يقوم المصرف بدراسة	2

											مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل وتحديد أسعار الخدمات.
					00.0	00.0	19.4	64.5	16.1	%	
3	0.000	31.420	6.690	3.774	00	01	08	19	03	ت	يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعر الخدمة.
					00.0	3.2	25.8	61.3	9.7	%	
4	0.000	26.884	7.550	3.645	00	02	10	16	03	ت	يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة عند تعديل سعرها.
					00.0	6.5	32.3	51.6	9.7	%	
5	0.000	16.058	1.063	3.065	01	10	09	08	03	ت	يقوم المصرف بتخفيض أسعاره بمقدار الزيادة في إرباح الخدمات المصرفية.
					3.2	32.3	29.0	25.8	9.7	%	
6	0.000	15.209	1.110	3.032	03	08	06	13	01	ت	يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها.
					9.7	25.8	19.4	41.9	3.2	%	
	0.000	38.387	5.177	3.569	الدرجة الكلية حول محور تأثير عدد الخدمات المباعة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية						

وجاءت عبارة (يقوم المصرف بدراسة أثر التغيير في سعر الخدمة على الطلب لنفس الخدمة) في المرتبة الثانية، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (74.2%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.935)، بانحراف معياري (6.800). وجاءت عبارة (يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعر الخدمة) في المرتبة الثالثة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (61.3%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات

من خلال الجدول رقم (04) يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير عدد الخدمات المباعة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية. حيث نلاحظ من الجدول أن عبارة (يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل وتحديد أسعار الخدمات) جاءت في المرتبة الأولى و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق و تساوي (64.5%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.968)، بانحراف معياري (6.050).

وتساوي (41.9%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.032)، بانحراف معياري (1.110). وبما أن قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير عدد الخدمات المباعة على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدي مصرف الجمهورية يساوي (3.569)، بانحراف معياري (5.177). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من (3) حيث تشير هذه النقطة إلى مستوى جيد و تعبر عن درجة موافقة فوق المتوسط وفق مقياس ليكرت الخماسي.

وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يرون أن عدد الخدمات المباعة تؤثر على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدي مصرف الجمهورية، وبما أن مستوى المعنوية لاختبار (t) أقل من 0.05 مما يتيح تعميم النتائج المتحصل عليها من العينة على مجتمع الدراسة. 4- يوثر حجم الأرباح المحصلة من العميل على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدي مصرف الجمهورية :

أفراد عينة الدراسة يساوي (3.774)، بانحراف معياري (6.690). وجاءت عبارة (يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة عند تعديل سعرها) في المرتبة الرابعة، و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (51.6%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.645)، بانحراف معياري (7.550). وجاءت عبارة (يقوم المصرف بتخفيض أسعاره بمقدار الزيادة في إرباح الخدمات المصرفية) في المرتبة الخامسة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة غير موافق وتساوي (32.3%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.065)، بانحراف معياري (1.063). وجاءت عبارة (يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها) في المرتبة السادسة، و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق

جدول رقم (05) نتائج تحليل محور تأثير حجم الأرباح المحصلة من العميل على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدي مصرف الجمهورية

الترتيب	مستوى المعنوية p-value	قيمة اختبار t	الانحراف المعياري S.D	المتوسط الحسابي \bar{x}	درجة الموافقة					الفئة	محتوى الفقرة	ت
					غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
4	0.000	20.772	9.250	3.452	00	08	02	20	01	ت	يتعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة.	1
					00.0	25.8	6.5	64.5	3.2	%		
2	0.000	35.259	6.010	3.806	00	02	03	25	01	ت	عند وضع عدة مستويات	2

											من الأسعار لنفس الخدمة، فإن المصرف يكون قد قام بتحليل كامل لعلاقاته مع العميل.
					00.0	6.5	9.7	80.6	3.2	%	
1	0.000	45.953	4.730	3.903	00	01	02	27	01	ت	يقوم المصرف بدراسة التكلفة التي يتحملها، نتيجة علاقته مع العميل.
					00.0	3.2	6.5	87.1	3.2	%	
3	0.000	27.946	7.390	3.710	00	02	08	18	03	ت	يقوم المصرف بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها.
					00.0	6.5	25.8	58.1	9.7	%	
	0.000	62.011	3.3380	3.717	الدرجة الكلية حول محور تأثير حجم الأرباح المحصلة من العميل على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية						

(%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.806)، بانحراف معياري (6.010). وجاءت عبارة (يقوم المصرف بدراسة ارتباط الخدمات المقدمة بخدمات أخرى يطلبها العميل ومدى ربحيتها عند تحديد أسعارها) في المرتبة الثالثة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (58.1%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.710)، بانحراف معياري (7.390). وجاءت عبارة (يتعمد المصرف في بعض الحالات لوضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة) في المرتبة الرابعة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (64.5%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي

من خلال الجدول رقم (05) يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير حجم الأرباح المحصلة من العميل على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية. حيث نلاحظ من الجدول أن عبارة (يقوم المصرف بدراسة التكلفة التي يتحملها، نتيجة علاقته مع العميل) جاءت في المرتبة الأولى وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (87.1%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.903)، بانحراف معياري (4.730). وجاءت عبارة (عند وضع عدة مستويات من الأسعار لنفس الخدمة، فإن المصرف يكون قد قام بتحليل كامل لعلاقاته مع العميل) في المرتبة الثانية، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (80.6)

يرون أن حجم الأرباح المحصلة من العميل تؤثر على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية، وبما أن مستوى المعنوية لاختبار (t) أقل من 0.05 مما يتيح تعميم النتائج المتحصل عليها من العينة على مجتمع الدراسة.

(3.452)، بانحراف معياري (9.250). وبما أن قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير حجم الأرباح المحصلة من العميل على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية يساوي (3.717)، بانحراف معياري (3.3380). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من (3) حيث تشير هذه النقطة إلى مستوى جيد و تعبر عن درجة موافقة فوق المتوسط وفق مقياس ليكرت الخماسي. وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة 5- تؤثر قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية :

جدول رقم (06) نتائج تحليل محور تأثير قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات على قرار تسعير الخدمات

المصرفية لدى مصرف الجمهورية

الترتيب	مستوى المعنوية p-value	قيمة اختبار t	الانحراف المعياري S.D	المتوسط الحسابي \bar{x}	درجة الموافقة					الفئة	محتوى الفقرة	ت
					غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
1	0.000	57.569	3.960	4.097	00	00	01	26	04	ت	تتدخل سلطة النقد المتمثلة بمصرف ليبيا المركزي بشكل محدود في أسعار الخدمات المصرفية.	1
					00.0	00.0	3.2	83.9	12.9	%		
2	0.000	35.976	6.290	4.065	00	01	02	22	06	ت	توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات المصرفية الجديدة بعد إجراء تعديلات على السعر.	2
					00.0	3.2	6.5	71.0	19.4	%		
3	0.000	33.601	6.570	3.968	00	01	04	21	05	ت	توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما، قد تم تحديدها سابقاً.	3
					00.0	3.2	12.9	67.7	16.1	%		

0.000	44.374	5.0720	4.043	الدرجة الكلية حول محور تأثير قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية
-------	--------	--------	-------	---

المرتبة الثالثة، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (67.7%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (3.968)، بانحراف معياري (6.570). وبما أن قيمة المتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية يساوي (4.043)، بانحراف معياري (5.0720). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من (3) حيث تشير هذه النقطة إلى مستوى جيد و تعبر عن درجة موافقة فوق المتوسط وفق مقياس ليكرت الخماسي. وهذا يدل على أن أفراد عينة الدراسة يرون أن قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات تؤثر على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية، وبما أن مستوى المعنوية لاختبار (t) أقل من 0.05 مما يتيح تعميم النتائج المتحصل عليها من العينة على مجتمع الدراسة.

وينبثق من هذه الفرضية الرئيسية خمسة فرضيات فرعية وتم صياغة هذه الفرضيات بالشكل التالي :

من خلال الجدول رقم (06) يتبين أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور تأثير قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات على قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية. حيث نلاحظ من الجدول أن عبارة (تتدخل سلطة النقد المتمثلة بمصرف ليبيا المركزي بشكل محدود في أسعار الخدمات المصرفية) جاءت في المرتبة الأولى و كانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق و تساوي (83.9%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.097)، بانحراف معياري (57.569). وجاءت عبارة (توافق سلطة النقد على أسعار الخدمات المصرفية الجديدة بعد إجراء تعديلات على السعر) في المرتبة الثانية، وكانت نسبة الإجابة مرتفعة في فئة موافق وتساوي (71.0%)، وان المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة يساوي (4.065)، بانحراف معياري (6.290). وجاءت عبارة (توافق سلطة النقد على تعديل سعر خدمة ما، قد تم تحديد سعرها سابقاً) في اختبار فرضيات الدراسة:-

اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة و المتمثلة في : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الخامسة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين قرارات سلطة النقد المتعلقة بأسعار الخدمات وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

تم اختبار فرضيات الدراسة من خلال معادلة (ألفا كرونباخ)، وطريقة التجزئة النصفية ومعامل ارتباط بيرسون ومعامل سبيرمان على محاور الدراسة وذلك عند مستوى المعنوية (0.05) كما يلي : الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

جدول رقم (07) نتائج اختبار ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية و معامل ارتباط بيرسون و معامل سبيرمان لمحاور الدراسة

المحور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ	معامل ارتباط بيرسون	معامل سبيرمان براون
السيولة.	04	0.624	0.393	0.453
محاسبة التكاليف.	06	0.822	0.639	0.780
عدد الخدمات المباعة.	06	0.677	0.354	0.408
الأرباح المحصلة من العميل.	04	0.605	0.315	0.405
دور سلطة النقد.	03	0.862	0.823	0.903

(فرع الميدان) . وهى كما يلي : أن معامل ثبات محاور الدراسة (معامل ألفا كرونباخ) قد تراوح بين (0.605 ، 0.862) لمختلف محاور الدراسة، ويتبين وجود علاقة ارتباط بين أجزاء محاور الدراسة، حيث تراوح معامل ارتباط

الفرضية الفرعية الأولى/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السيولة وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الثانية/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكاليف الخدمات وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الثالثة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد الخدمات المباعة وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الرابعة/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الأرباح المحصلة من العميل وقرار تسعير الخدمات المصرفية.

يتضح من الجدول رقم (07) أن معاملات الارتباط بين سياسات التسعير (بأبعادها المختلفة) هى علاقة ارتباطيه موجبة مع قرار تسعير الخدمات المصرفية وفق آراء عينة الدراسة من العاملين بمصرف الجمهورية تحديداً

بيرسون بين (0.315، 0.823)، كما إن معامل سبيرمان براون بين النصف الفردي والزوجي تزوج بين (0.405، 0.903).

وبالنظر إلى المعاملات السابقة، يلاحظ أن جميع قيم الاختبارات مرتفعة وهي تمثل مؤشرات جيدة ومطمئنة، ويمكن الوثوق بها حيث تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه عدم قبول الفرضية الصفرية (فرض عدم)، و قبول الفرضية البديلة.

وبهذا يمكن القول بأنه : يوجد تأثير لسياسات التسعير على قرار تسعير الخدمات المصرفية، للمصرف محل الدراسة. مما يتيح لنا تعميم نتائج الدراسة على باقي فروع مصرف الجمهورية.

النتائج :-

1. تعتبر السيولة في المرتبة الأولى حسب آراء أفراد عينة الدراسة من حيث تأثيرها في قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية فرع الميدان.
2. وتعتبر التكلفة في المرتبة الثانية حسب آراء أفراد عينة الدراسة من حيث تأثيرها في قرار تسعير الخدمات المصرفية لدى مصرف الجمهورية فرع الميدان.
3. أتفق أفراد عينة الدراسة بنسبة 36.0% على أن نقص السيولة لدى المصرف محل الدراسة أدى إلى قيام المصرف بزيادة أسعار خدماته المصرفية وذلك لتحقيق الربح.

4. أتفق أفراد عينة الدراسة بنسبة 74.2% على أنه توجد لدى المصرف وحدات متخصصة لاحتساب التكلفة وإن لديها أسس ومعايير لتحميل التكاليف على الوحدات المختلفة في المصرف بنسبة 58.1% .

5. كما أتفق أفراد عينة الدراسة على أن المصرف يستخدم بيانات التكاليف عند تسعير الخدمات المصرفية.

التوصيات :-

1. توصي الدراسة المصرف على توزيع محفظته الاستثمارية من الأسهم والسندات، وإدارتها بشكل جيد لزيادة أرباحها من المصادر غير التقليدية.
2. الاهتمام بإنشاء وحدة متخصصة للتسعير، حيث أظهرت الدراسة أن 35.5% من عينة الدراسة يتفقون على أنه لا يوجد لدى المصرف وحدة لتسعير الخدمات المصرفية وإجراء أبحاث السوق.
3. ضرورة أن تضم لجان التسعير أعضاء من الإدارة العليا وذوي كفاءة وخبرة عالية، للربط بين تسعير الخدمات على أسس علمية والأهداف الاستراتيجية للمصرف.
4. ضرورة اهتمام إدارة المصرف بقرارات تسعير الخدمات المصرفية لما لها من تأثير على ربحية المصرف و قدرته على البقاء والنمو، وذلك من حيث المرونة في أسعار الخدمات المصرفية، مما يؤدي إلى جذب عملاء جدد للمصرف وبالتالي نجاح القطاع المصرفي.

المراجع :-

التكاليف في البنوك التجارية العاملة في

الأردن، 2003

7. عبيدات، محمد، أساسيات التسعير في

التسويق المعاصر، (مدخل سلوكي)، (عمان

: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2004).

8. عطيفة، حمدي، منهجية البحث العلمي

وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية، (

القاهرة : دار النشر للجامعات، 1996).

9. معلا، ناجي، أصول التسويق المصرفي، (

معهد الدراسات المصرفية)، (عمان : دار

المناهج للنشر والتوزيع، 1994).

1. Mutengezanwa, et. al.,(2011),"Pricing of Banking Products and Services: A Case Study of Commercial Banks in Zimbabwe", Scholarly Journal of Business Administration, Vol. 1(3) October, pp. 48-53.

1. البكري، تامر، تسويق الخدمات الصحية، (

عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،

2005).

2. البيحاني، صالح بن أحمد، دراسة بعنوان :

العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير،

دراسة تطبيقية علي الشركات السعودية

بمحافظة جدة، 1999.

3. الصميدعي، محمود جاسم، ويوسف، ردينه

عثمان، التسويق المصرفي، (عمان : دار

المناهج للنشر والتوزيع، 2001).

4. الطراونة، سعيد، دراسة بعنوان : سياسة

تسعير الفوائد المقبوضة من القروض في

البنوك التجارية العاملة بالأردن، 2002 .

5. جبر، هشام، التسويق المصرفي، (فلسطين :

جامعة النجاح الوطنية، 2007).

6. جهماني، عمر عيسى، والعماري، احمد

محمد، دراسة بعنوان : تطبيق نظم محاسبة