



محددات السلوك الادخاري بالمصارف التجارية الليبية من وجهة نظر العملاء

دراسة ميدانية على عملاء مصرف شمال أفريقيا زليتن

مختار عبد السلام على الغافود

قسم التمويل والمصارف كلية الاقتصاد والتجارة

الجامعة الإسلامية دولة ليبيا

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة محددات أو أسباب انخفاض السلوك الادخاري للعملاء أي قلة ايداع الأموال (الودائع) بالمصارف التجارية ولما لهذه الاسباب من تأثير على الوعي الادخاري للعملاء، سنحاول من خلال هذا الدراسة إبراز أهم المحددات التي أدت إلى التقليل من الوعي الادخاري للعملاء بالمصارف التجارية ، من خلال تدني الخدمات المصرفية، البنية التحتية الإلكترونية، وانخفاض القوة الشرائية لدينار الليبي، انخفاض دخل العملاء، ولتحقيق ذلك تم اختيار عملاء مصرف شمال افريقيا فرع زليتن كمجتمع للدراسة، خلال الفترة ما بين 2021-2022 وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياته باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروفة اختصاراً (SPSS)، توصلت هذه الدراسة إلى أن تدني جودة الخدمات المصرفية تؤثر بشكل كبير في مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء، وكذلك ضعف البنية التحتية المصرفية (شيكات الانترنت والمنظومات المصرفية) تؤثر بشكل كبير على السلوك الادخاري للعملاء ويؤثر أيضاً انخفاض قيمة الدينار الليبي (القوة الشرائية) على السلوك الادخاري لهم، ويؤثر دخل العملاء ايضاً على السلوك الادخاري، كما أوصت أنه على إدارة المصارف التجارية تطوير خدماتها المصرفية بما يتماشى مع التطور التكنولوجي ومتطلبات الوقت، وأيضاً الاهتمام بالبنية التحتية المصرفية واجراء الصيانة الدورية لمرافق المصرف وتوفير جميع المتطلبات المادية والمعنوية لوضع الحلول الجذرية لانقطاع الانترنت، ومشاكل نوقف المنظومات، وتوفير البدائل الجيدة في حالة انقطاع الإنترنت، وتوقف المنظومات وعلى المصارف القيام بمنح الأموال للعملاء بإحدى طرق الاستثمار المصرفية وذلك لأنشاء المشاريع المختلفة لإنتاج السلع وتقديم الخدمات بأسعار مناسبة للعملاء وتوفير فرص العمل مما يؤثر على السلوك الادخاري.

الكلمات المفتاحية: السلوك الادخاري (الادخار)، العملاء، الودائع

الفصل الأول: المقدمة والإطار العام للدراسة:

1-1 المقدمة:

يعتبر موضوع الادخار من أهم الموضوعات الاقتصادية نظراً لما يمثله من تغيير على المستوى الفردي والدولي، يساهم ادخار العملاء بالمصارف التجارية بزيادة معدلات النمو والاستثمار وبالتالي دفع عجلة النمو الاقتصادي، إن التطور السريع في السلع والخدمات جعل الدولة تركز اهتمامها حول تنمية الفرد والمجتمع اقتصادياً ولا تأتي هذه التنمية إلا من خلال عدة مصادر أهمها القطاع المصرفي، ومن هذا المنظور نلمس أهمية الادخار المصرفي وأنه مسألة حتمية لا بد منها لدفع عجلة النمو الاقتصادي وذلك أصبح الادخار المصرفي عملية اقتصادية تمول المشاريع الاستثمارية التي تعود بمنافع على المجتمع ككل، يحظى الادخار المصرفي اهتماماً كبيراً من علماء الاقتصاد لما له من مساهمات كبيرة في تحقيق معدلات النمو الاقتصادي، ويعتبر الادخار المصرفي هو فائض الدخل عن الاستهلاك أي إنه الفرق بين الدخل وما ينفق على السلع والخدمات.

1-2 مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في دراسة وتقييم أثر السلوك الادخاري لدى عملاء المصارف التجارية لتحسين ثقافتهم الادخارية مما أثر على ودائع المصارف التجارية، هناك عدة محددات جعلت العملاء لا يقومون بإيداع أموالهم في المصارف التجارية، إن سلوك الادخاري لهو آثار سلبية على اقتصاد الفرد والدولة وله تأثير كبير أيضاً على النمو الاقتصادي للمجتمع، وقد تكون القدرة الادخارية لدى شريحة كبيرة من المجتمع ضعيفة وذلك لانخفاض مستوى الوعي الادخاري ومحدودية البدائل الاستثمارية لديهم ووجود عدة محددات أثرت على سلوكهم الادخاري.

وعليه تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال التالي:

ما هي المحددات التي أثرت على السلوك الادخاري لعملاء المصارف التجارية؟

1-3 فرضية الدراسة:

تنقسم فرضيات الدراسة إلى فرضيتي هما:

1-3-1 الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير لمحددات السلوك الادخاري للعملاء على المصارف التجارية

وتتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

ويمكن تلخيص الفرضيات الفرعية من الفرضية الرئيسية كآتي:

1-3-2 الفرضيات الفرعية:

- يوجد تأثير لتدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري للعملاء.
- يوجد تأثير للبنية التحتية المصرفية (شبكات الكهرباء، الإنترنت، المنظومات) على السلوك الادخاري للعملاء.
- يوجد تأثير لارتفاع أسعار السلع والخدمات (التضخم) على السلوك الادخاري للعملاء.
- يوجد تأثير لانخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري للعملاء.

4-1 أهمية الدراسة: تنقسم إلى قسمين:

4-1-1 الأهمية العملية:

تتمثل الأهمية العملية للدراسة في تحديد محددات السلوك الادخاري من وجهة نظر عملاء المصرف التجاري وذلك من خلال معرفة المحددات أو الأسباب التي جعلت عملاء المصارف التجارية لا يقومون بإيداع أموالهم أي ادخارها في المصارف التجارية لما لها من آثار سلبية على الجهاز المصرفي ونمو الاقتصاد القومي أي دراسة الأسباب التي جعلت عملاء المصرف لا يقومون بإيداع أموالهم في المصارف.

4-1-2 الأهمية النظرية:

تبرز الأهمية النظرية للدراسة الحالية من حيث كونها إضافة جديدة للدراسات العربية، وذلك عبر مراجعة واستعراض الجانب النظري والدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، لذلك فإن هذه الدراسة تسعى إلى لتقديم إضافة جديدة للمكتبات وإدارة المصارف التجارية من أجل دعم مسيرتها للنهوض بالاقتصاد الوطني وتوضيح مسببات تغير السلوك الادخاري للعملاء.

5-1 هدف الدراسة:

- 5-1-1. دراسة بعض مفاهيم السلوك الادخاري.
- 5-1-2. دراسة محددات السلوك الادخاري من وجهة نظر العملاء.

3-1-5. تقديم المعلومات والمقترحات التي تساعد إدارة المصرف في توضيح محددات السلوك الادخاري للعملاء.

1-6 منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني التحليلي في جمع البيانات الأولية بواسطة الاستبانة المعدة لهذا الغرض، وتحليلها إحصائياً لاختبار صحة الفرضيات، بالإضافة الاعتماد على المصادر العلمية لتغطية الجانب النظري للدراسة، وكذلك المنهج التحليلي الذي يتمثل في دراسة محددات قلة الوعي الادخاري للعملاء، ثم وضع بعض المقترحات بما يتلاءم وطبيعة الأدوات المعتمدة لديها.

1-7 حد الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

1-1-7. الحدود الزمانية: تتمثل الحدود الزمانية من عام 2021 – 2022.

2-1-7. الحدود المكانية: سنقتصر الدراسة على عملاء مصرف شمال أفريقيا فرع زليتن.

3-1-7. الحدود العلمية: تم اختيار المتغير المستقل، وهو محددات السلوك الادخاري للعملاء، والمتغير التابع تمثل في نمو الوعي الادخاري للعميل.

1-8 متغير الدراسة:

تحتوي الدراسة على المتغيرات الآتية:

1-1-8. المتغيرات المستقلة: محددات السلوك الادخاري (تدني الخدمات المصرفية، البنية التحتية المصرفية، انخفاض قيمة الدينار الليبي (القوة الشرائية)، انخفاض دخل العملاء).

2-1-8. المتغيرات التابعة: نمو الوعي الادخاري للعميل (نمو الودائع).

1-9 الدراسات السابقة:

دراسة (الغافود 2023): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة محددات أو أسباب انخفاض السلوك الادخاري للعملاء أي قلة إيداع الأموال (الودائع) بالمصارف التجارية ولما لهذه الأسباب من تأثير على الوعي الادخاري للعملاء، سنحاول من خلال هذا الدراسة إبراز أهم المحددات التي أدت إلى التقليل من الوعي الادخاري للعملاء بالمصارف التجارية، من خلال تدني الخدمات المصرفية، البنية التحتية الإلكترونية، وانخفاض القوة الشرائية لدينار الليبي، انخفاض دخل العملاء، ولتحقيق ذلك تم اختيار عملاء مصرف شمال أفريقيا فرع زليتن كمجتمع للدراسة، خلال الفترة ما بين 2021-2022 وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياته باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروفة اختصاراً (SPSS)، توصلت هذه الدراسة إلى أن تدني جودة الخدمات المصرفية تؤثر بشكل كبير في مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء، وكذلك ضعف البنية التحتية المصرفية (شيكات الإنترنت والمنظومات المصرفية) تؤثر بشكل كبير على السلوك الادخاري للعملاء ويؤثر أيضاً انخفاض قيمة الدينار الليبي (القوة الشرائية) على السلوك الادخاري لهم، ويؤثر دخل العملاء أيضاً على السلوك الادخاري.

دراسة (مليباري 2021): هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الاقتصادية المؤثرة على سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية خلال الفترة (1980-2018)، باستخدام الأساليب القياسية الحديثة من أجل اختيار نموذج الادخار العائلي المتكون من المتغيرات الاقتصادية الآتية: الدخل الإجمالي المتاح، الثروة، تطور النظام المالي، سعر الفائدة على الريال لودائع الآجل، معدل التضخم الجاري، حيث تم استخدام بيانات سنوية للسلاسل الزمنية وتم قياس علاقة الادخار العائلي بالمتغيرات الاقتصادية من خلال عدة اختبارات قياسية: أولها اختبار جذر الوحدة لقياس مدى استقرار بيانات السلاسل الزمنية. وتم اختبار أحد اختبارات جذر الوحدة وهو ديكي فولر الموسع (ADF)، وثانياً تم اختبار التكامل المشترك للمتغيرات النموذج باستخدام منهجية جوهانسو، وثالثاً التقدير باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS).

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية بين الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية وبين المتغيرات التالية: الدخل الإجمالي الحقيقي المتاح، الثروة، تطور النظام المالي، سعر الفائدة على الريال، وبالمقابل جاءت العلاقة عكسية مع التضخم، وكانت جميع المتغيرات مطابقة للفروض الدراسية والنظرية الاقتصادية ولكن وجدنا ان التضخم غير معنوي لذلك تم حذف من النموذج المقدر. كما يشير اختبار t الى ان جميع المرونات للمتغيرات التفسيرية بعد حذف متغير التضخم أصبحت ذات معنوية إحصائية عند

مستوى معنوية 5% وتشير مرونة الناتج المحلي الإجمالي المتاح المرتفعة أن للدخل أهمية قصوى بالإضافة الى تأثيره القوي على سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية.

دراسة (بلال، طبايية 2018): هدفت هذه الدراسة الى البحث حول طبيعة العلاقة التي تربط كلا من الادخار المحلي والاستثمار المحلي أو بالأحرى كفاءة المدخرات المحلية في تمويل التنمية بالجزائر، من اجل تفسير هذه العلاقة، الوقوف على التحديات التي توجه استثماراً وعملية تمويل وتسريع النمو الاقتصادي. قامت منهجية القياس الاقتصادي على تقدير العلاقة بين معدل الادخار ومعدل الاستثمار المحليين في الاقتصاد الجزائري وبناء على ذلك، تم استخدام اختبار التكامل المشترك لكل من طريقة انجل-جرانجر وطريقة جوهنسن، بالإضافة الى استخدام منهجية جرانجر للسببية، وهذا للتحقق من وجود علاقة طويلة الاجل بين الادخار والاستثمار، وقد بينت النتائج عدم صحة فرضية وجود علاقة توازنه بين هذين المغيرين خلال الفترة المعنية للدراسة، وتفسير ذلك نوجزه في طبيعة الاقتصاد الوطني الذي تعتمد بشدة على قطاع المحروقات كمصدر رئيسي للدخل الوطني والنقد الأجنبي، وعدم تنوع النشاط الاقتصادي وهيكل الصادرات من جهة، وإلى ضعف الطاقة الاستيعابية للاقتصاد الوطني من جهة أخرى.

دراسة (العمر، الغضيلة، العلياء، 2018): هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل محددات الادخار العائلي في الأردن خلال فترة (1980-2014)، حيث تمت صياغة نموذج قياس تعتمد على بيان سلسلة زمنية يوضح العلاقة بين الادخار العائلي وأهم محدداته المتمثلة في (الناتج القومي الإجمالي، حوالات العاملين، عرض النقد، سعر الفائدة على الودائع، الرقم القياسي للأسعار المستهلك، استهلاك خاص، الضرائب المباشرة). ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام منهجية الانحدار الذاتي الموزعة المتباعدة ARDL، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة تكاملية طويلة لأجل بين متغيرات الدراسة، وان انحرافات قصيرة لأجل عن العلاقة التوازنية طويلة لأجل يتم تصحيحها بمعدل 65%، كما بينت النتائج تأثيراً معنوياً وسلبياً لكل من معدل التضخم والضرائب المباشرة على الادخار العائلي، في حين كان هناك تأثير موجب ومعنوي لسعر الفائدة على الودائع والاستهلاك الخاص. بالمقابل لم يكن هناك أي تأثير معنوي لعرض النقد وحوالات العاملين.

دراسة (ساسبي، مسعود 2017): هدفت إلى قياس وتحديد مسار وطبيعة أبرز المتغيرات الاقتصادية وأكثرها فعليه في التأثير على سلوك المدخرات المحلية في الاقتصاد الليبي خلال الفترة 1990-2015، وذلك بالاعتماد على أسلوب التحليل الكمي القياسي المتمثل في: اختيارات جدر الوحدة، اختيارات

السببية لجرنجر، بالإضافة إلى نموذج اتحاد الذاتي. وقد خلصت النتائج إلى غياب أي نوع من العلاقات في الآجل الطويل بين المتغيرات قيد الدراسة،

دراسة (بشير، 2013): هدفت هذه الدراسة لدراسة محددات السلوك الادخاري في السودان باعتبارها مؤشراً من المؤشرات المهمة في الاقتصاد الكلي ودراسة أسباب انخفاض الادخار في السودان المنهج الذي اتبعته الدراسة المنهج الوصفي والاستقرائي في الجانب النظري والمنهج القياسي في الجانب التحليلي أهم نتائج الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الدخل المتاح الادخار، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين سياسة التحرير والادخار.

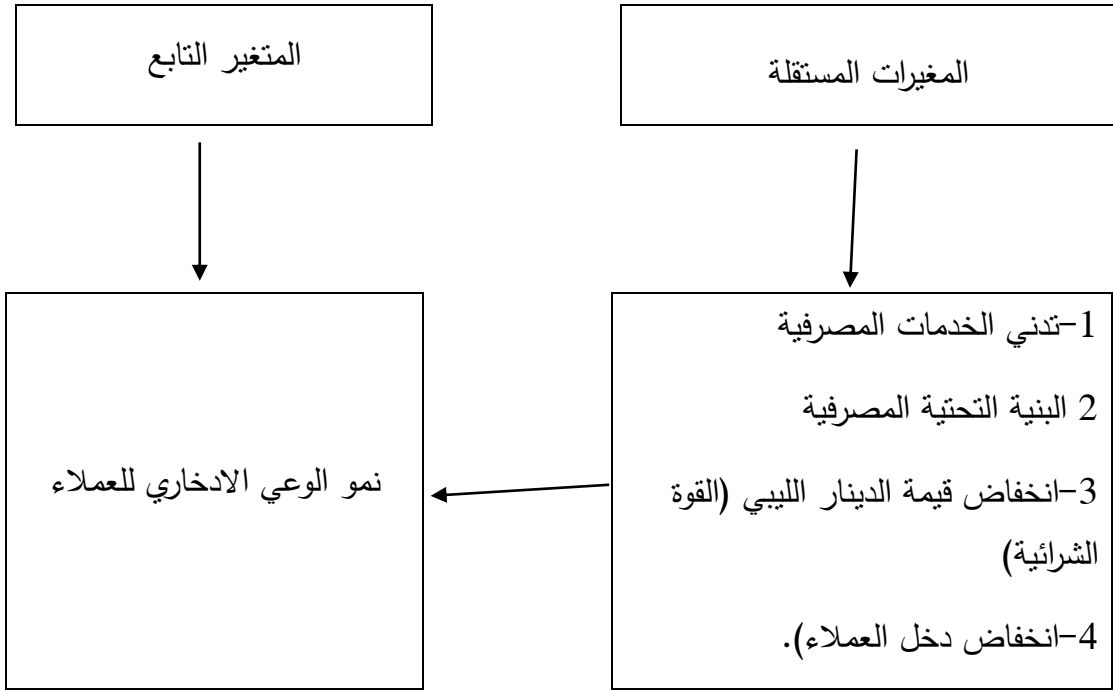
دراسة (الصوص، الجلبى، 2012): هدفت هذه الدراسة لدراسة أثر العجز المالي في الموازنة الأردنية على عدد من المتغيرات الاقتصادية الهامة مستخدماً التحليل الإحصائي لسلسلة زمنية طولها 30 سنة (1977-2006) وقد خلصت إلى أن العجز المالي له أثراً إيجابياً على كل من الاستهلاك العام، الادخار العام، التكوين الرأسمالي، الدخل القومي والنتائج المحلي الإجمالي، والمديونية الخارجية والداخلية، في حين لم تظهر الدراسة أثراً على النمو الاقتصادي.

دراسة (البسام، 2005): هدف هذه الدراسة هو التوصل إلى نموذج مقدر يفسر سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية خلال الفترة من 1970-2002 ومن أجل تحليل سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية، تم بناء نموذج قياسي لقياس العلاقة بين الادخار العائلي من جهة وبعض المتغيرات الاقتصادية وغير الاقتصادية ومن جهة أخرى كما أنه تم قياس استقرار هذا النموذج باستخدام اختبار t ، وكذلك استخدم متغيراً وصفاً لمعرفة ما إذا كان هناك انحراف في مقطع النموذج بعد الاطلاع على فرضيات عدد من النظريات المتعلقة بالادخار العائلي في دول المتقدمة والنامية والمملكة العربية السعودية بالإضافة إلى الأخذ في الاعتبار خصائص الاقتصاد السعودي فإنه تم بناء نموذج التكيف الجزئي نوع كويك، وقد أظهرت نتائج من أهمها أن معامل التحديد الأفضل نموذجاً مقدراً في الدراسة مرتفع جداً وهو ($R^2=0.934$) مما يدل على أن متغيرات تفسر التفسير الجزء الأعظم.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تم استعراض دراسات سابقة تناولت الوعي الادخاري وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في محددات السلوك الادخاري، وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أنها تناولت مجتمع دراسة يختلف عن مجتمعات الدراسات السابقة وهم عملاء المصارف التجارية، بقيامها بدراسة محددات السلوك الادخاري للعملاء (كمتغير مستقل) ونمو الوعي الادخاري للعملاء (كمتغير تابع).

شكل رقم (1) نموذج الدراسة ومتغيراتها



المصدر: إعداد الباحث

الفصل الثاني: الإطار النظري:

أولاً: الادخار: بأنه "نتاج النشاط الاقتصادي الذي لا يستهلك بل يوجه بطريقة تجعل له في المستقبل قدرة أكبر على إشباع الحاجات"، وهذا يعني أن الادخار من المتغيرات الأساسية بالنسبة للبلدان النامية (النور، 2013، 53).

ثانياً: أهداف الادخار:

هناك عدة أهداف للادخار وهي: (ناصر، 2008، 61)

1- تحقيق المزيد من الإنماء في مختلف مجالات التنمية حيث يختلف الاستثمار الجديد يؤدي إلى الاستقرار والانتعاش الاقتصادي.

2- السماح للسلطات العمومية بتمويل مشروعاتها التنموية.

3- تحقيق أرباح وعائدات تنمي الاقتصاد الوطني لأن الأموال المدخرة موجهة إلى الاستثمار.

4- الحد من ارتفاع الأسعار أي محاربة التضخم والزيادة من عرض السلع والخدمات.

- 5- خلق تنمية اجتماعية كامتصاص البطالة وتحسين مستوى الخدمات لأن الادخار موجه إلى الاستثمار.
- 6- الحد من الاستهلاك الترفي والبدخ وهذا يخلق استقراراً اجتماعي من خلال مواجهة المشكلات المستقبلية.

دور الأسرة في خلق ثقافة الوعي الادخار:

الأسرة هي الحلقة الأولى التي تُنشئ جيل المستقبل، من خلال جعل الطفل يكتسب عادات وسلوكيات مالية صحيحة في عمر مبكر. بذلك يتمكن الفرد مستقبلاً من اتخاذ قرارات مدروسة والتعامل بمسؤولية مع الأموال التي بحوزته. تكون السنوات الأولى من حياة الطفل أساسية كي يستوعب المبادئ السليمة للتعامل مع المال، لتكون ثقافة الادخار جزء من سلوك أفراد العائلة، يحسن مراعاة النقاط أدناه (مزبان، 2021، 23):

- تدوين مصروفات الأسرة، وإشراك كافة أفراد الأسرة في ذلك.
 - وضع ميزانية محددة لكل فرد بشكل شهري.
 - استخدام وسائل عدة للادخار في المنزل تتناسب مع الفئة العمرية، كفتح حساب توفير للأفراد الذين تتجاوز أعمارهم 18 عاماً أو حسابات توفير للأطفال تحت وصاية والديهم، ومن الممكن أيضاً شراء حصة نقود للأطفال الصغار بهدف حثهم على الادخار
 - عدم توفير أو شراء كافة الاحتياجات الكمالية للأطفال والشباب، وتحفيزهم على شراء الاحتياجات الكمالية في حال تم توفير المبلغ من المصروف الشهري المخصص لهم.
 - إشراك أفراد الأسرة في العملية الشرائية لاحتياجات الأسرة بشكل عام، لتوعيتهم حول وسائل الدفع، إلى جانب اختيار مشتريات تتناسب مع الميزانية الموضوعة، ذلك إضافة إلى الإلمام بالتحدي الذي يواجه الوالدين للموازنة بين الاحتياجات والدخل المتاح.
 - تثقيف فئة الشباب في الأسرة من خلال زيارتهم للمصارف، وتتبع البرامج والنشرات الاقتصادية، لاكتساب مصطلحات قد تكون جديدة بالنسبة إليهم، وليكونوا أكثر دراية بالخدمات المالية المتاحة التي تساهم أيضاً في الادخار.
- تشجيع فئة الأبناء الذين تزيد أعمارهم عن 14 عاماً على استغلال العطل المدرسية والجامعية للعمل وكسب الدخل، وذلك لغرس ثقافة المسؤولية لديهم. إضافةً لذلك فإن الدخل الذي سيتولد من العمل سيعطيهم فرص مبكرة لإدارة الأموال، وسيُمهّد الطريق أمامهم لتعزيز ثقافة الادخار.

الودائع: النقود التي يعهد بها الأفراد أو الهيئات إلى المصرف على أن يتعهد الأخير بردها أو مبلغ متساويا لها عند الطلب أو الشروط المتفق عليها (حداد، 2010، 45).

ظاهرة الادخار والسلوك الفردي:

الادخار ظاهرة اجتماعية تهم المجتمع ككل، يقوم به أفراد ينتمون لمجتمعات مختلفة سواء أفي وقتاً واحداً أم في أوقات متقاربة ومتتالية، وهناك ارتباط وثيق بين السلوك الصادر عن الفرد وظاهرة الادخار، وهذا ما يتطلب منا أولاً فهم مصطلح السلوك.

يقصد بالسلوك، كل ما يصدر عن الفرد من أقوال أو أفعال أو تعبيرات يتفاعل بها مع نفسه أو مع فرد آخر أو مع المجتمع المحيط به ككل. فالفرد هو الذي ينتج السلوك، ومجموع السلوكيات التي تتسم بالتشابه والتطابق تشكل الظاهرة الاجتماعية كما يمكن الاستدلال على السلوك الادخاري للأفراد، بمعرفة درجة الوعي الادخاري لديهم ومدى ترتيبهم للأولويات المختلفة عند توزيعهم للدخل على بنود الاستهلاك والادخار (الصائغ وحسن، 1986ص. 7).

تصنيف عملية الادخار:

تقوم عملية الادخار على دعامتين أساسيتين، هما: القدرة الادخارية والرغبة الادخارية، أما القدرة الادخارية فتتمثل في قدرة الفرد على تخصيص جزء من دخله من أجل المستقبل (عمر، 1988 ص. 110) ويمكن أن نسجل على هذا التصنيف الملاحظات الآتية:

- يتحدد الادخار بالفرق بين حجم الدخل المتاح وحجم الإنفاق الخاص بالاستهلاك.
- يتوقف الدخل المخصص للادخار على نمط معيشة الفرد وسلوكه وتصرفاته.
- حجم الدخل نسبي وليس مطلقاً، يختلف من فرد إلى آخر، ويتغير بتغير الظروف الاقتصادية والاجتماعية.

وأما الرغبة الادخارية، فهي مسألة ذاتية لها علاقة بالدوافع الادخارية تقوم على تأخير جزء من الاستهلاك عندما يرتفع الدخل، وكذا تنظيم وترشيد النفقات تبعاً للتغيرات المتوقعة و/أو غير المتوقعة (محمود، 2014، ص. 6)

أهمية الادخار:

تتجلى أهمية الادخار العائلي كبنود مهم من البنود المكونة لمصادر التمويل الداخلي وكعنصر أساسي

في الاقتصاد الكلي فيما يأتي:

*** تحقيق الأمن النفسي لدى الأفراد في المستقبل من خلال:**

- اطمئنانهم بوجود مدخرات في حوزتهم يمكنهم استخدامها واللجوء إليها عند الحاجة أو الضرورة (البريشي، 2016، ص. 362).
- إيداع أو استثمار المدخرات في أي من الأوعية الادخارية و/أو الاستثمارية تمكنهم من الحصول على عائد من دون مخاطرة.

*** تحقيق الأمن الاجتماعي من خلال:**

- توجيه المدخرات إلى الإنفاق على مشروعات جديدة، تزيد من دخول الأفراد وتفتح لهم آفاقاً جديدة وفرصاً أكثر للتشغيل، وإعالة أسرهم وتحقيق الاكتفاء الذاتي لهم.
- زيادة المشاريع الاستثمارية نتيجة تراكم المدخرات، توفر المزيد من السلع والخدمات للأفراد وتتيح لهم الحصول عليها بأسعار أفضل (داود وآخرون، 2003، ص. 117)
- تعميم الانتفاع على المجتمع بشكل عام، من خلال استخدام المدخرات في بناء المساكن التي قد يسكنها المدخر أو غيره (البريشي، 2016، ص. 3)

*** تحقيق الأمن الاقتصادي من خلال:**

- ضخ المدخرات في المنظومة الاقتصادية للدول والمجتمعات، ينشط الدورة الاقتصادية، ويفعل من الأداء الاقتصادي وتوظيف الموارد الاقتصادية في هذه الدول.
- استقطاب وتشغيل المدخرات في المشاريع الاستثمارية، يحقق الاكتفاء الذاتي للأسر وللدول عموماً.
- تراكم المدخرات في شكل استثمار في السلع المنزلية المعمرة، له تأثيراً إيجابياً على التنمية الاقتصادية لأنه يحفز إنتاج السلع الاستهلاكية وكذلك الطلب على الاستثمار.
- الادخار في الودائع البنكية، يوفر للبنوك رأس مال جديد، ويمكنهم من منح القروض والائتمان الأمر الذي يحفزهم لتحقيق الأرباح.
- تكوين المدخرات وتراكمها، يحد من الضغوط التضخمية التي تصاحب الإنفاق على برامج التنمية، وبالتالي يعد وسيلة لتحقيق الاستقرار النقدي للاقتصاد (بودريالة، 2016، ص. 28).

- الحد من الإنفاق الاستهلاكي للأفراد من أجل تقليص الطلب على السلع المستوردة من جهة، والرفع من الصادرات من جهة أخرى (بن خليف، 2016، ص. 2).

ثالثاً. أهمية الادخار في الدول المتقدمة والنامية:

الادخار: ظاهرة اقتصادية أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات، وهو فائض الدخل عن الاستهلاك، أي إنه الفرق بين الدخل وما ينفق على سلع الاستهلاك والخدمات الاستهلاكية. لذلك يطلق بعضهم أيضاً على الادخار لفظ (الفائض) ويكمن الادخار في اقتطاع يستهدف تكوين احتياطي، علماً أن هذا الاحتياطي يمكنه أن يفيد بالتناوب للاستثمار أو لاستهلاك آجل.

لذا يعد الادخار عن قيمة الدخل المتبقي بعد طرح الإنفاق الاستهلاكي منه، لذلك جاء التحليل النظري للادخار مرتبطاً مع الاستهلاك، ومن أهم الموضوعات الاقتصادية هي ظاهرة الادخار التي لقيت اهتماماً كبيراً في الدراسات الاقتصادية السابقة نظراً لما يمثله هذا المتغير من أهمية على المستوى القومي، من حيث ارتباطه بالاستهلاك من جهة، وبالاستثمار الخاص والحكومي من جهة أخرى (البسام، 2005).

رابعاً. علاقة الادخار بالاستثمار:

توجد علاقة قوية جداً بين الادخار والاستثمار سواء كان الاستثمار لقطاع خاص أو لرجال الأعمال أو الاستثمار الحكومي، وعند زيادة معدلات الادخار فإنه يؤثر إيجاباً على الاستثمار إذن العلاقة بين الادخار العائلي والاستثمار علاقة طردية، وبالتالي سيؤثر على الواردات بعلاقة عكسية وعلى الصادرات بعلاقة طردية مع الادخار العائلي وبالتالي سيدفع بعجلة النمو الاقتصادي (البسام، 2005).

خامساً. علاقة الادخار بالنمو الاقتصادي:

إن النمو الاقتصادي يعبر عنه بما هو قادر على إنتاجه، فالنمو الاقتصادي يعني التغير بالزيادة المتواصلة في الناتج المحلي الإجمالي بصفة عامة، وفي نصيب الفرد من الناتج المحلي بصفة خاصة، وانطلاقاً من هذا المفهوم للنمو الاقتصادي ومفهوم الادخار المتمثل في الجزء المتبقي من الدخل بعد الإنفاق الاستهلاكي والموجه نحو الاستثمار وتكوين رؤوس الأموال والذي يخضع لمحددات منها نمو في معدلات نمو الدخل الحقيقي وبالتالي النمو الاقتصادي، فالعلاقة بين الادخار والنمو الاقتصادي هي علاقة قوية جداً، فكلما ازدادت معدلات الادخار الذي يوجه بدوره إلى الاستثمار وهذا يؤدي إلى حدوث زيادة في معدل النمو الاقتصادي إذاً ستكون العلاقة طردية بين الادخار والنمو الاقتصادي، لذلك بعض

الدول تسعى بوضع سياسيات مصرفية ومالية فعالة ومرنة من أجل تشجيع الأفراد على الادخار(البسام، 2005).

الفصل الثالث: منهجية الدراسة أو الدراسة الميدانية:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على المنهجية التي استخدمت في جمع البيانات، وتصميم نموذج الدراسة، وكذلك التعرف بأهم الأساليب الإحصائية والوصفية التي استخدمت لتحليل البيانات للوصول إلى نتائج الدراسة، ومن ثم بناء مجموعة من التوصيات على أساسها.

لقد اعتمدت الدراسة من حيث الأساس على المنهج الوصفي والتحليلي فقد تضمن الجانب الوصفي التعرف على محددات السلوك الادخاري للعملاء (مصرف شمال أفريقيا زليتن) وأثرها على نمو الوعي الادخاري للعملاء.

ولتحقيق ذلك تم إجراء المسح المكتبي والإلكتروني للاطلاع على الكتب والدوريات والمجلات العربية، بالإضافة إلى المصادر المتاحة في المواقع الإلكترونية على الشبكة العالمية للمعلومات، وذلك للإحاطة بكافة الأبعاد النظرية لموضوع الدراسة وبناء الإطار النظري.

أما الجانب التحليلي والميداني فقد تم إجراء دراسة ميدانية للتعرف على أثر محددات السلوك الادخاري للعملاء لمصرف شمال أفريقيا فرع زليتن، وذلك بالاعتماد على البيانات المجمعّة بواسطة الأداء التي تم إعدادها، ومن ثم تحليل هذه البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واستخدام المقاييس الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات واستخلاص النتائج.

مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عملاء المصارف التجارية العاملة في ليبيا.

عينة الدراسة: تم اختيار عملاء مصرف شمال أفريقيا فرع زليتن من بين عملاء المصارف العاملة في القطاع المصرفي، (عدد العملاء 40) وذلك لاعتبار أن المصارف في ليبيا لها نفس الطابع.

(تم تحديد عينة الدراسة من خلال قيام الباحث بالاتصال مباشرة بالعملاء ومن خلال بعض العاملين في تحديد العينة وتم توزيع استمارة الاستبيان على بعض عملاء المصرف أثناء الدوام الرسمي وكذلك تمت الاستعانة ببعض الموظفين لتوزيع استمارة الاستبيان على بعض العملاء، أما حجم العينة فلقد مثل مجتمع الدراسة في أنه قد ومن خلال الاستبيان نتائج جيدة لهذه الدراسة)

سوف يتم في هذه الدراسة تطبيق أدوات الدراسة بطريقة إحصائية حيث سنقوم ببيان العلاقة بين المتغيرات التابعة نمو الوعي الادخاري، والمتغيرات المستقلة محددات السلوك الادخاري عن طريق إجراء التحليل الوصفي ومن ثم الانحدار الخطي وفقاً للجداول الآتية.

سيتم عرض المنهجية والإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة الميدانية، بهدف التعرف على أثر محددات السلوك الادخاري للعملاء على نمو الوعي الادخاري للعملاء بالمصارف التجارية الليبية، وتشمل منهجية الدراسة، وصفاً لمجتمع وعينة الدراسة، وخصائص هذه العينة، والأدوات الرئيسية للدراسة، وفحص مصداقيتها وثباتها، إضافة إلى بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل واستخراج نتائج الدراسة، للوصول للمعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلة الدراسة وفهم أفضل وأدق للظواهر المتعلقة بها تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، وهو من أنسب المناهج في دراسة الظاهرة محل البحث، حيث إنه يصفها بشكل دقيق، ويعبر عنها كماً وكيفاً، بالإضافة إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع الدراسة لتفسيرها والوقوف على دلالاتها.

ولقد استخدم الباحث مقياس ليكرث الخماسي لتقدير درجة الإجابة لعبارات الاستبيان، حيث منح الدرجات من (1-5) ابتداءً بالبدائل) ارفض بشدة ، ارفض ، محايداً، موافق ، موافق بشدة (والتي تقيس اتجاهات وآراء المستقصى منهم ، ومن خلال حساب المدى بين درجات المقياس (4 = 5-1) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (0.80 = 5 ÷ 4) ومن ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس) بداية المقياس وهي واحد صحيح (وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح بالجدول التالي رقم.(1)

جدول رقم (1): يوضح إجابات الأسئلة ودلالاتها

الوزن النسبي (درجة الموافقة)	طول الخلية	القيم (المقياس)	الإجابة عن الأسئلة (البديل)
20% - 35 %	1 - 1.80	1	ارفض بشدة
36 % - 51 %	1.81 - 2.60	2	ارفض
52% - 67 %	2.61 - 3.40	3	محايد

68% - 83%	3.41 - 4.20	4	موافق
84% - 100 %	4.21 - 5	5	موافق بشدة

الإجراءات المنهجية للدراسة:

لتقييم واقع " تأثير محددات السلوك الادخاري للعملاء والمتمثل في (تدني الخدمات المصرفية، البنية التحتية المصرفية (الإنترنت، المنظومات)، انخفاض قيمة الدينار الليبي (القوة الشرائية) انخفاض دخل العملاء) على نمو الوعي الادخاري للعملاء "استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول المقارنة والتفسير والتقييم أملاً في الوصول إلى تعميمات ذات معنى لزيادة التعرف على موضوع الدراسة. هذا وقد استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات:

-المصادر الثانوية: تتمثل مصادر البيانات الثانوية في الكتب والمراجع ذات العلاقة بالإطار النظري للبحث، كما أن الدوريات والمقالات والتقارير والنشرات، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث، كان لها جميعاً دور في إثراء البحث، وكذلك لا ننسى الدراسة والمطالعة في مواقع شبكة الاتصالات الدولية "الإنترنت".

-المصادر الأولية: وفيما يتعلق بالجانب التحليلي لموضوع البحث قام الباحث بجمع البيانات الأولية من خلال استمارة الاستبيان كأداة رئيسية للبحث صُممت خصيصاً لهذا الغرض، حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على عدد(45) عميلاً بمصرف شمال أفريقيا فرع زليتن.

مجتمع وعينة الدراسة:

نظراً لأن المستهدف في هذه الدراسة هم العملاء بالمصارف التجارية الليبية، فقد قام الباحث بتوزيع (45) استمارة استبيان على المستهدفين بمصرف شمال أفريقيا بمدينة زليتن وقد تم توزيع صحيفة الاستبيان على عملاء المصرف وتمت الاستعانة ببعض العاملين بالمصرف في اختيار عينة البحث وتوزيعها عليهم، وتم استرجاع عدد (41) استمارة بعد تعبئتها واستكمالها من عملاء عينة البحث، والجدول التالي يوضح عينة البحث:

جدول رقم (2): يبين عدد الاستبيانات الموزعة والفاقد منها والصالحة للتحليل

الاستمارات الموزعة	الفاقد منها	المتحصل عليها	المستبعد	الخاضع للدراسة	نسبة الاستجابة %
45	4	41	1	40	89%

أداة البحث:

تم إعداد استبيان حول " أثر محددات السلوك الادخاري للعملاء على المصارف التجارية الليبية من وجهة نظر العملاء " .

تتكون استمارة الاستبيان من جزئين رئيسيين هما:

الجزء الأول: السمات الشخصية لمفردات عينة البحث، وتتمثل في عدة متغيرات (الجنس، العمر، سنوات التعامل مع المصرف).

الجزء الثاني: بيانات الدراسة، وتتمثل في أربعة محاورين هي:

1. المحور الأول: تدني الخدمات المصرفية يؤثر على السلوك الادخاري، ويشتمل على (4) فقرات.

2. المحور الثاني: البنية التحتية المصرفية تؤثر على السلوك الادخاري، ويشتمل على (5) فقرات.

3. المحور الثالث: انخفاض قيمة الدينار الليبي يؤثر على السلوك الادخاري، ويشتمل على (6) فقرات.

4. المحور الرابع: انخفاض دخل العملاء يؤثر على السلوك الادخاري، ويشتمل على (4) فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان حسب الجدول التالي:

جدول رقم (3): يبين درجات مقياس ليكرت

الاستجابة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

ثبات استمارة الاستبيان:

يقصد بثبات استمارة الاستبيان أن تعطي هذه القائمة نفس النتيجة لو تمت إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وقد تحقق الباحث من ثبات استمارة استبيان البحث من خلال معامل ألف كرو نباخ وذلك كما يلي:

معامل ألفا كرو نباخ:

اختبار ألفا كرو نباخ (α) للصدق والثبات من الاختبارات الإحصائية المهمة لتحليل بيانات استمارة الاستبيان وللقيام بأي تحليل لبيانات استمارة الاستبيان يجب إجراء اختبار ألفا كرو نباخ (α) وهو اختبار

يبين مدى مصداقية وثبات إجابات

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

مفردات العينة على أسئلة استمارة
الاستبيان:

حيث: K عدد الأسئلة في الاستبيان.

$$\sum S_i^2$$

: مجموع تباينات العناصر.

$$S_T^2$$

: تباين الدرجة الكلية.

ومعامل ألفا تكون قيمته من (0 إلى 1) ويبين مدى الارتباط بين إجابات مفردات العينة ، فعندما تكون قيمة ألفا (0) فذلك يدل على عدم وجود ارتباط مطلق ما بين إجابات مفردات العينة ، أما إذا كانت قيمة معامل ألفا واحد صحيح فإن ذلك يدل على وجود ارتباط تام بين إجابات مفردات العينة ، ومن المعروف أن أصغر قيمة مقبولة لمعامل (α) هي 0.60 وأفضل قيمة تتراوح بين (0.70 إلى 0.80) وكلما زادت قيمته عن 0.80 كان ذلك أفضل ، وفي حين ما إذا كانت قيمة معامل ألفا كرو نباخ أقل من 0.60 فيتم إجراء حذف الإجابات الأقل ارتباطاً وذلك باستخدام برنامج SPSS فيتم حذف الأسئلة ذات العلاقة والتي تؤثر في البحث حيث تصل قيمة معامل ألفا إلى 0.60 أو أكثر.

استخدم الباحث طريقة ألفا كرو نباخ لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما في الجدول.

جدول رقم (4): يبين نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات استبيان الدراسة

معامل ألفا كرو نباخ	الفقرة
0.61	جميع فقرات استمارة الاستبيان

يتضح من النتائج بالجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرو نباخ لجميع فقرات الاستبيان كانت (0.61)، وهي قيمة مقبولة، وبذلك فإن استمارة الاستبيان في صورتها النهائية كما في الملحق رقم (1) قابلة للتوزيع.

بذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استمارة استبيان البحث مما يجعلها على ثقة بصحتها وصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة عن تساؤلات البحث.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم تفرغ وتحليل استمارة الاستبيان من خلال الحزمة الإحصائية (SPSS)، ومن الأدوات والمقاييس الإحصائية المستخدمة ما يلي:

(1) النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة

تكرار فئات متغير ما، ويفيد الباحث في وصف عينة البحث.

(2) اختبار ألفا كرو نباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.

(3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للتعرف على ترتيب العبارات من حيث درجة الممارسة

داخل المحور.

(4) اختبار (T) حول المتوسط لعينة واحدة للتعرف مستوى الممارسة لكل فقرة من فقرات المحور والمتغير بالكامل.

التحليل الإحصائي للبيانات واختبار فرضيات الدراسة

أولاً: السمات الشخصية لمفردات عينة الدراسة:

1- توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس:

يتضح من الجدول رقم (4) أن حوالي (88%) من المستهدفين بعينة البحث ذكور، بينما (12%) منهم إناث.

الجدول رقم (5): توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
88%	35	ذكور
12%	5	إناث
100%	40	المجموع

يتضح من الجدول أن حوالي 45% من العملاء بعينة البحث مؤهلهم العلمي جامعي، كذلك 35% من العملاء مؤهلهم العلمي دبلوم عالي، وأيضاً 10% منهم مؤهلهم ماجستير في حين أن 10% منهم ثانوي.

الجدول رقم (6): توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير للمؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
10%	4	ثانوي
35%	14	دبلوم عالي
45%	18	جامعي
10%	4	ماجستير
100%	40	المجموع

3- توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير سنوات التعامل مع المصرف:

يتضح من الجدول رقم (6) أن حوالي 40% من العملاء بعينة البحث تعاملهم مع المصرف من 5 إلى 10 سنوات، وأن ما نسبته 30% من العملاء تعاملهم مع المصرف من 10 إلى أقل من 15

سنوات، وأن حوالي 20% من العملاء تعاملهم من 15 سنة فأكثر، في حين أن 10% منهم تعاملهم أقل من 5 سنوات.

الجدول رقم (7): توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً لمتغير سنوات التعامل مع المصرف

النسبة المئوية	التكرار	العمر
10%	2	أقل من 5 سنوات
40%	16	من 5 إلى أقل من 10 سنوات
30%	12	من 10 إلى أقل من 15 سنوات
20%	10	من 15 سنة فأكثر
100%	40	المجموع

ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة:

تم إجراء التحليل الإحصائي لجميع متغيرات الدراسة وفقاً لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الواردة في الاستبيان، حيث احتسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، مع الأخذ في الاعتبار تدرج المقياس المستخدم في البحث، واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي وصل إليها البحث اعتمدت على المعيار التالي لتفسير البيانات:

جدول رقم (8) معيار متوسط إجابات المبحوثين

المتوسط الحسابي	اتجاه الرأي	درجة التأثير
1.80 – 1.00	ارفض بشدة	منخفضة جداً
2.60 – 1.81	ارفض	منخفضة
3.40 – 2.61	محايد	متوسطة
4.20 – 3.41	موافقين	عالية
5.00 – 4.21	موافق بشدة	عالية جداً

- الفرضية الأولى: تدني الخدمات المصرفية يؤثر على السلوك الادخاري.

يمكن إعادة صياغة هذه الفرضية على الشكل التالي:

فرضية العدم: لا يؤثر تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري.

الفرضية البديلة: يؤثر تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري.

للإجابة عن هذه الفرضية استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجري اختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة البحث لجميع عبارات المحور الأول، والجدول (9) يبين ذلك.

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة الدراسة لجميع عبارات المحور الأول

1	تأثير تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصاءه t المحسوبة	مستوى المعنوية	درجة التأثير
1	الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف ساعدت في زيادة السلوك الادخاري للعملاء.	3.60	0.995	2.698	0.014	عالية
2	العمليات التي تقدم إلكترونياً ذات جودة عالية وتؤثر على السلوك الادخاري للعملاء.	4.10	0.641	7.678	0.000	عالية
3	أن التوزيع الإلكتروني للخدمات المصرفية يساهم بتقليل تكاليف وزيادة الاستفادة منها.	3.85	0.813	4.677	0.000	عالية
4	هناك تدن في تقديم بعض الخدمات المصرفية يؤثر سلباً على السلوك الادخاري مما يؤثر سلباً على الوعي الادخاري.	3.40	0.940	1.902	0.072	متوسطة

يبين الجدول أن المتوسطات الحسابية لتصورات أفراد العينة لأثر تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري للعملاء جاءت متدرجة بين المتوسطة و العالية ، فنجد في المرتبة الأولى من حيث درجة التأثير العبارة الجزئية الثانية " العمليات التي تقدم إلكترونياً ذات جودة عالية وتؤثر على السلوك الادخاري للعملاء" بمتوسط حسابي يساوي (4.10) بانحراف معياري 0.641، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات أراء أفراد عينة البحث تشير الى أن تقديم الخدمات المصرفية إلكترونياً يرفع بشكل كبير من جودتها ويزيد من السلوك الادخاري للعملاء.

وفي المرتبة الثانية كانت العبارة الجزئية الثالثة " ان التوزيع الإلكتروني للخدمات المصرفية يساهم بتقليل تكاليف وزيادة الاستفادة منها " بمتوسط حسابي يساوي (3.85) وانحراف معياري 0.813، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن التوزيع الإلكتروني للخدمات المصرفية يقلل بشكل كبير تكاليف تقديمها ويرفع مدى الاستفادة منها ويرفع من السلوك الادخاري للعملاء.

كما نجد في المرتبة الثالثة من حيث درجة التأثير عبارة الجزئية الأولى " الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف ساعدت في زيادة السلوك الادخاري للعملاء " بمتوسط حسابي يساوي (3.60) وانحراف معياري 0.995، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف تساهم بدرجة كبيرة في زيادة السلوك الادخاري لدى العملاء.

بينما نجد في المرتبة الأخيرة العبارة الجزئية الرابعة " هناك تدن في تقديم بعض الخدمات المصرفية أثر ذلك سلباً على السلوك الادخاري مما يؤثر سلباً على الوعي الادخاري. " حيث كان المتوسط الحسابي يساوي 4.30 بانحراف معياري 0.940، وبذلك فإنه يقع في منطقة الحياد (2.61 – 3.40) مما يعني أنه وفقاً لآراء مفردات عينة البحث فإن تدني مستوى تقديم الخدمات المصرفية له تأثير سلبي متوسط على زيادة السلوك الادخاري للعملاء.

ومن خلال النتائج السابقة والمتعلقة بتحليل اتجاهات العملاء بالمصرف قيد الدراسة، ولمعرفة مدى أثر تدني الخدمات المصرفية على الوعي الادخاري يتم إجراء اختبار (T) حول المتوسط العام للآراء:

جدول رقم (10): اختبار (T) المتوسط العام للآراء حول أثر تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري للعملاء

درجة التأثير	الدلالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري S	المتوسط الحسابي \bar{X}	فرضية العدم
عالية	0.00	5.411	0.610	3.74	لا يؤثر تدني الخدمات المصرفية على السلوك الادخاري للعملاء

من الجدول رقم (10) نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أقل من 0.05 وعليه يتم رفض فرض العدم وهذا يعني أن المتوسط العام لإجابات عينة البحث لجميع عبارات استبانة البحث المتعلقة بالفرضية الأولى يختلف عن المتوسط المفترض (3) وحيث إن المتوسط الحسابي لجميع هذه العبارات (3.74) كان أكبر من المتوسط المفترض (3) فإنه يقع في منطقة القبول (3.41-4.20) فهذا يعني أن تدني الخدمات المصرفية يؤثر بشكل كبير في السلوك الادخاري للعملاء.

أي أن تدني الخدمات المصرفية يؤدي بشكل كبير إلى انخفاض مستوى وعي السلوك الادخاري لدى العملاء.

- الفرضية الثانية: البنية التحتية المصرفية تؤثر على السلوك الادخاري.

يمكن إعادة صياغة هذه الفرضية على الشكل التالي:

فرضية العدم: لا تؤثر البنية التحتية على السلوك الادخاري.
الفرضية البديلة: تؤثر البنية التحتية على السلوك الادخاري.

للإجابة عن هذه الفرضية استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجري اختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة البحث لجميع عبارات المحور الثاني، والجدول (11) يبين ذلك. جدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة الدراسة لجميع عبارات المحور الثاني

1	تأثير البنية التحتية على السلوك الادخاري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصاء t المحسوبة	مستوى المعنوية	درجة التأثير
1	هناك سرعة في تقديم الخدمات داخل المصرف.	4.00	0.725	6.164	0.00	عالية
2	يقدم المصرف مجموعة متنوعة من الخدمات التي تلبي احتياجات العملاء.	4.05	0.605	7.764	0.00	عالية
3	تساهم المصارف بتمويل التنمية من خلال عمليات الادخار والاستثمار.	3.70	0.865	3.621	0.002	عالية
4	هناك مشكلة في انقطاع منظومة المصرف تؤثر على تقديم الخدمات المصرفية.	4.25	0.851	6.571	0.00	عالية جدا
5	هناك مشاكل في انقطاع شبكات الإنترنت تؤثر على تقديم الخدمات المصرفية.	4.55	0.510	13.581	0.00	عالية جدا

يبين الجدول أن المتوسطات الحسابية لتصورات أفراد العينة لأثر البنية التحتية المصرفية على السلوك الادخاري جاءت متدرجة بين العالية و العالية جداً ، فنجد في المرتبة الأولى من حيث درجة التأثير العبارة الجزئية الخامسة " هناك مشاكل في انقطاع شبكات الإنترنت تؤثر على تقديم الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي يساوي (4.55) بانحراف معياري 0.510، وهو يقع في منطقة الموافقة بشدة (4.21 - 5.00) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن للانقطاع المتكرر في شبكات الإنترنت تأثيراً سلبياً كبيراً جداً على جودة الخدمات المصرفية.

وفي المرتبة الثانية نجد العبارة الجزئية الرابعة " هناك مشكلة في انقطاع منظومة المصرف تؤثر على تقديم الخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي يساوي (4.25) بانحراف معياري 0.851، وهو يقع في منطقة الموافقة بشدة (4.21 - 5.00) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن الانقطاع المتكرر في منظومة المصرف له تأثير سلبي كبير جداً على جودة الخدمات المصرفية.

كما نجد في المرتبة الثالثة من حيث درجة التأثير العبارة الجزئية الثانية " يقدم المصرف مجموعة متنوعة من الخدمات التي تلبي احتياجات العملاء " بمتوسط حسابي يساوي (4.05) وانحراف معياري 0.605، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 - 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن المصرف يقدم مستوى عالياً من الخدمات المصرفية التي تلبي احتياجات العملاء.

بينما نجد في المرتبة الأخيرة العبارة الجزئية الثالثة " تساهم المصارف بتمويل التنمية من خلال عمليات الادخار والاستثمار " حيث كان المتوسط الحسابي يساوي 3.70 بانحراف معياري 0.865، وبذلك فإنه يقع في منطقة الموافقة (3.41 - 4.20) مما يعني أنه وفقاً لآراء مفردات عينة البحث فإن للمصارف التجارية مساهمة كبيرة في تمويل التنمية من خلال عمليات الادخار والاستثمار.

ومن خلال النتائج السابقة والمتعلقة بتحليل اتجاهات العملاء بالمصرف قيد الدراسة، ولمعرفة مدى أثر البنية التحتية المصرفية على السلوك الادخاري للعملاء ومن تم تأثيره على نمو الوعي الادخاري يتم إجراء اختبار (T) حول المتوسط العام للآراء بالمحور الثاني:

جدول رقم (12): اختبار (T) المتوسط العام للآراء حول أثر البنية التحتية المصرفية على السلوك الادخاري

درجة التأثير	الدلالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري S	المتوسط الحسابي \bar{X}	فرضية العدم
عالية	0.00	14.091	0.353	4.11	لا تؤثر البنية التحتية المصرفية على السلوك الادخاري.

من الجدول رقم (12) نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أقل من 0.05 وعليه يتم رفض فرض العدم وهذا يعني أن المتوسط العام لإجابات عينة البحث لجميع عبارات استبانة البحث المتعلقة بالفرضية الثانية يختلف عن المتوسط المفترض (3) وحيث إن المتوسط الحسابي لجميع هذه العبارات (4.11) كان أكبر من المتوسط المفترض (3) فإنه يقع في منطقة القبول (3.41-4.20) مما يعني أن للبنية التحتية المصرفية تأثيراً كبيراً على السلوك الادخاري ومن تم على نمو الوعي الادخاري للعملاء.

أي أن تدني البنية التحتية المصرفية يؤثر بشكل كبير إلى انخفاض مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء ومن تم تؤثر على نمو الوعي الادخاري للعملاء.

- الفرضية الثالثة: انخفاض قيمة الدينار الليبي (القوة الشرائية) تؤثر على السلوك الادخاري.

يمكن إعادة صياغة هذه الفرضية على الشكل التالي:

فرضية العدم: لا يؤثر انخفاض قيمة الدينار على السلوك الادخاري.

الفرضية البديلة: يؤثر انخفاض قيمة الدينار على السلوك الادخاري.

للإجابة عن هذه الفرضية استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجري اختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة البحث لجميع عبارات المحور الثالث، والجدول (14) يبين ذلك.

جدول رقم (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات عينة الدراسة لجميع عبارات المحور الثالث

1	تأثير ارتفاع أسعار السلع والخدمات على السلوك الادخاري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصاءه t المحسوبة	مستوى المعنوية	درجة التأثير
1	يقوم المصرف بدراسة مدى إقبال العملاء على الخدمات المقدمة عند تعديل وتحديد أسعار الخدمات.	3.60	0.883	3.040	0.007	عالية
2	يقوم المصرف بحساب كمية التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعرها.	3.55	0.686	3.584	0.002	عالية
3	يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعرها.	3.65	0.745	3.901	0.001	عالية
4	يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها.	3.40	0.754	2.373	0.028	متوسطة
5	انخفاض قيمة الدينار يجعل العملاء لا يحتفظون بالأموال في المصرف.	3.95	0.826	5.146	0.000	عالية
6	انخفاض قيمة الدينار يؤثر على السلوك الادخاري.	4.10	0.718	6.850	0.000	عالية

يبين الجدول أن المتوسطات الحسابية لتصورات أفراد العينة لأثر انخفاض قيمة الدينار على الوعي الادخاري جاءت جميعها بدرجة عالية من التأثير، فنجد في المرتبة الأولى من حيث درجة التأثير العبارة الجزئية السادسة " انخفاض قيمة الدينار يؤثر على الوعي الادخاري " بمتوسط حسابي يساوي (4.10) بانحراف معياري 0.718، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 - 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة الدراسة تشير إلى أن انخفاض قيمة الدينار له تأثير كبير على السلوك الادخاري.

وفي المرتبة الثانية نجد العبارة الجزئية الخامسة " انخفاض قيمة الدينار يجعل العملاء لا يحتفظون بالأموال في المصرف " بمتوسط حسابي يساوي (3.95) بانحراف معياري 0.826، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن انخفاض قيمة الدينار يساهم بشكل كبير في عدم احتفاظ العملاء بالأموال في المصارف.

وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة الجزئية الثالثة " يقوم المصرف بحساب سعر التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعرها " بمتوسط حسابي يساوي (3.65) وانحراف معياري 0.745، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن المصارف التجارية تقوم بحساب سعر التعادل للخدمة المقدمة عند تحديد أو تعديل سعرها.

بينما نجد في المرتبة الأخيرة العبارة الجزئية الرابعة " يقوم المصرف بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها " حيث كان المتوسط الحسابي يساوي 3.40 بانحراف معياري 0.754، وبذلك فإنه يقع في منطقة الحياد (2.61 – 3.40) مما يعني أن آراء مفردات عينة البحث غير واضحة وتقف في الحياد من حيث قيام المصارف التجارية بتخفيض سعر الخدمة المصرفية كلما زاد الطلب عليها.

ومن خلال النتائج السابقة والمتعلقة بتحليل اتجاهات عملاء المصرف قيد الدراسة، ولمعرفة مدى تأثير انخفاض قيمة الدينار على الوعي الادخاري يتم إجراء اختبار (T) حول المتوسط العام للآراء بالمحور الثالث:

جدول رقم (14): اختبار (T) المتوسط العام للآراء حول أثر انخفاض قيمة الدينار على السلوك الادخاري

درجة التأثير	الدلالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري S	المتوسط الحسابي \bar{X}	فرضية العدم
عالية	0.00	8.134	0.389	3.71	لا يؤثر انخفاض قيمة الدينار على السلوك الادخاري.

من الجدول نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أقل من 0.05 وعليه يتم رفض فرض العدم وهذا يعني أن المتوسط العام لإجابات عينة الدراسة لجميع عبارات استبانة الدراسة المتعلقة بالفرضية الثالثة

يختلف عن المتوسط المفترض (3) وحيث أن المتوسط الحسابي لجميع هذه العبارات (3.71) كان أكبر من المتوسط المفترض (3) فإنه يقع في منطقة القبول (3.41-4.20) مما يعني أن لانخفاض قيمة الدينار تأثيراً كبيراً على الوعي الادخاري للعملاء.

أي أن انخفاض قيمة الدينار يؤدي بشكل كبير إلى انخفاض مستوى السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري لدى العملاء.

- الفرضية الرابعة: انخفاض دخل العملاء يؤثر على السلوك الادخاري.

يمكن إعادة صياغة هذه الفرضية على الشكل التالي:

فرضية العدم: لا يؤثر انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري.

الفرضية البديلة: يؤثر انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري.

للإجابة عن هذه الفرضية استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجري اختبار (T)

حول المتوسط لإجابات مفردات عينة البحث لجميع عبارات المحور الرابع، والجدول (15) يبين ذلك.

جدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (T) حول المتوسط لإجابات مفردات

عينة الدراسة لجميع عبارات المحور الرابع

1	تأثير انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصاءه t المحسوبة	مستوى المعنوية	درجة التأثير
1	انخفاض دخل العملاء يؤثر على الوعي الادخاري.	4.05	0.680	6.842	0.00	عالية
2	انخفاض دخل العملاء يؤثر على قيمة الودائع المصرفية.	3.95	0.603	7.025	0.00	عالية
3	انخفاض دخل العملاء وزيادة أسعار السلع والخدمات المصرفية يؤثر على الوعي الادخاري.	3.95	0.605	7.025	0.00	عالية
4	زيادة عمولات الخدمات المصرفية يؤثر على الوعي الادخاري.	4.05	0.686	6.842	0.00	متوسطة

يبين الجدول رقم (15) أن المتوسطات الحسابية لتصورات أفراد العينة لأثر انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري جاءت جميعها بدرجة عالية من التأثير، فنجد في المرتبة الأولى من حيث درجة التأثير العبارة الجزئية الأولى " انخفاض دخل العملاء يؤثر على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري " بمتوسط حسابي يساوي (4.05) بانحراف معياري 0.680، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن لانخفاض دخل العملاء تأثير كبير على السلوك الادخاري.

وفي المرتبة الثانية نجد العبارة الجزئية الرابعة " زيادة عملاء الخدمات المصرفية يؤثر على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري " بمتوسط حسابي يساوي (4.05) بانحراف معياري 0.686، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن زيادة عملاء الخدمة المصرفية يؤثر بدرجة كبيرة على السلوك الادخاري.

وفي المرتبة الثالثة كانت العبارة الجزئية الثانية " انخفاض دخل العملاء يؤثر على قيمة الودائع المصرفية " بمتوسط حسابي يساوي (3.95) وانحراف معياري 0.603، وهو يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن لانخفاض دخل العملاء تأثيراً كبيراً على السلوك الادخاري.

بينما نجد في المرتبة الأخيرة العبارة الجزئية الثالثة " انخفاض دخل العملاء وزيادة أسعار السلع والخدمات المصرفية يؤثر على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري " حيث كان المتوسط الحسابي يساوي 3.95 بانحراف معياري 0.605، وبذلك فإنه يقع في منطقة الموافقة (3.41 – 4.20) مما يعني أن اتجاهات آراء أفراد عينة البحث تشير إلى أن لانخفاض دخل العملاء وزيادة أسعار السلع والخدمات المصرفية تأثير كبير على السلوك الادخاري.

ومن خلال النتائج السابقة والمتعلقة بتحليل اتجاهات العملاء بالمصرف قيد الدراسة، ولمعرفة مدى تأثير انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري يتم إجراء اختبار (T) حول المتوسط العام للآراء بالمحور الرابع:

جدول رقم (16): اختبار (T) المتوسط العام للآراء حول أثر انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري

درجة التأثير	الدلالة Sig	قيمة T	الانحراف المعياري S	المتوسط الحسابي \bar{X}	فرضية العدم
عالية	0.00	8.408	0.532	4.00	لا يؤثر انخفاض دخل العملاء على السلوك الادخاري.

من الجدول نجد أن مستوى المعنوية المحسوب 0.00 أقل من 0.05 وعليه يتم رفض فرض العدم وهذا يعني أن المتوسط العام لإجابات عينة الدراسة لجميع عبارات استبانة الدراسة المتعلقة بالفرضية الرابعة يختلف عن المتوسط المفترض (3) وحيث إن المتوسط الحسابي لجميع هذه العبارات (4.00) كان أكبر من المتوسط المفترض (3) فإنه يقع في منطقة القبول (3.41-4.20) مما يعني أن لانخفاض دخل العملاء تأثيراً كبيراً على السلوك الادخاري ونمو الوعي الادخاري للعملاء.

أي أن انخفاض دخل العملاء يؤدي بشكل كبير إلى انخفاض مستوى السلوك الادخاري لديهم.

3-3 النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج:

1. جودة الخدمات المصرفية يؤثر بشكل كبير في مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء فكلما كانت جودة الخدمات المصرفية عالية من حيث الدقة والسرعة أثرت على السلوك الادخاري للعملاء من خلال زيادة نمو الوعي الادخاري وبالعكس عند تدني الخدمات المصرفية.
2. تساهم الخدمات المصرفية المقدمة بالمصرف بشكل كبير في زيادة السلوك الادخاري.
3. تهالك البنية التحتية المصرفية يؤثر بشكل كبير في انخفاض مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء وانخفاض الوعي الادخاري.
4. انقطاع شبكات الإنترنت، والمنظومة المصرفية له تأثير سلبي كبير جداً على جودة الخدمات المصرفية مما يؤثر على السلوك الادخاري للعملاء.
5. انخفاض قيمة الدينار يؤدي بشكل كبير إلى انخفاض مستوى السلوك الادخاري لدى العملاء.

6. يساهم انخفاض قيمة الدينار بشكل كبير في عدم احتفاظ العملاء بالأموال في المصارف نظراً لارتفاع أسعار السلع والخدمات.

7. يؤدي انخفاض دخل العملاء إلى انخفاض كبير بمستوى السلوك الادخاري لديهم.

ثانياً: التوصيات:

1. على إدارة المصارف التجارية تطوير الخدمات المصرفية من فترة لأخرى بما يتماشى مع التطور التكنولوجي ومتطلبات الوقت.

2. الاهتمام بالبنية التحتية المصرفية وإجراء الصيانة الدورية لمرافق المصرف.

3. توفير جميع المتطلبات المادية والمعنوية لوضع الحلول الجذرية لمشاكل انقطاع منظومة المصرف وانقطاع الإنترنت.

4. توفير البدائل الجيدة في حالة انقطاع منظومة المصرف.

5. التعاون مع جهات الاختصاص لإيجاد حلول حول انخفاض قيمة الدينار.

6. على المصارف القيام بمنح الأموال للعملاء بإحدى طرق الاستثمار المصرفية وذلك لإنشاء المشاريع المختلفة لإنتاج السلع وتقديم الخدمات بأسعار مناسبة للعملاء مما يؤثر على السلوك الادخاري.

7. على المصارف التجارية منح الأموال للعملاء لإنشاء المشاريع مما يوفر فرص العمل للعملاء ويزيد من دخل العملاء.

قائمة المصادر:

أولاً. الكتب:

1. إياد عبد الفتاح النور، أساسيات الاقتصاد الكلي، ط 1، جامعة الإسراء الأردنية، دار صفاء للنشر، 2013.

2. إيمان عطية ناصف، النظرية الاقتصادية الكلية، دار الجامعة الجديدة، جامعة الإسكندرية، 2008.

3. أكرم حداد، مشهور هذلول، النقود والمصارف، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010.

4. داود حسام، ومصطفى، سليمان، والصعيدى، عماد، وعقل، خضر، والحضاونة، يحيى، 2003 مبادئ الاقتصاد الكلي، دار الميسرة، الطبعة 03، الأردن.

5. عمر حسين، 1988، المدخل إلى دراسة علم الاقتصاد، دار الكتاب الحديث، الكويت.

ثانياً. الدراسات والدوريات:

6. فايزة بودريالة، 2016، إشكالية تحويل الادخار إلى استثمار في الاقتصاديات الربعية حالة الجزائر 2000-2014، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

7. الصائغ، ناصر محمد، السيد المتولي، حسن، 1986، رؤية المواطن السعودي للادخار ودوافعه-دراسة ميدانية في مدينة الرياض، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

8. البريشي، إسماعيل محمد، 2016، الادخار في الفقه المالي الإسلامي، مفهومه، مشروعيته، ضوابطه، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 12، العدد 03، الأردن.

9. طارق بن خليف، 2016، أثر الادخار المحلي على النمو الاقتصادي-دراسة قياسية لحالة الجزائر خلال الفترة 1985-2012، مجلة دقاتر اقتصادية، المجلد 7، العدد 02، الجزائر.

10. حسن أمين محمد محمود، 2014، قياس أثر الهيكل العمري للسكان على الادخار العائلي بمصر، باستخدام نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة ARDL مجلة البحوث المالية والتجارية، العدد 03.

11. حسن عبد الرحم العمرو، راضي محمد العضائيلة، افنان على العاليا، محددات الادخار العائلي في الأردن، جامعة مؤتة، كلية إدارة الأعمال، المجلة الأردنية للعلوم الاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، 2018.

12. خالد عبد الرحمن البسام، نموذج للادخار العائلي في المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز الاقتصادية والإدارة العدد 1، 2005.

13. زينة مزيان، توعية فئة الشباب بأهمية الادخار، سلسلة كتيبات تعريفية، موجهة إلى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، 2021.

14. زينب آدم أحمد، محددات السلوك الادخاري في السودان، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2013.

15. سامي عمر ساسي، يوسف خليفة مسعود، الادخار القومي ومحددته في للاقتصاد الليبي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، كلية الاقتصاد والتجارة زليتن، الجامعة الاسمرية الإسلامية، العدد 9، 2017.

16. لؤي عبد الصمد مليباري، تحديد العوامل المؤثرة على سلوك الادخار العائلي في المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاقتصاد والإدارة، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 38، 7-2021.

17. منير صالح الطحيان، إدارة الذات وعلاقته بالوعي الإنفاقي والادخاري لدى عينة من الطالبات الجامعة، جامعة الأمير نورا بنت عبد الرحمن، كلية التصميم والفنون مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 53، 2019.

18. مريبط بلال، سليمة طبايبية، إشكالية التمويل الدولي وكفاءة الادخار المحلي في تمويل التنمية بالجزائر، عدد خاص المؤتمر العلمي الدولي الأول لعام 2018.
19. مختار عبد السلام الغافود، محددات السلوك الادخاري بالمصارف التجارية من وجهة نظر العملاء، الجامعة الاسمرية الإسلامية، كلية الاقتصاد والتجارة، مجلة المنتدى الأكاديمي (العلوم الإنسانية) المجلد 8، العدد 3، ديسمبر، 2023.
20. نداء محمد الصوص، ربي عبد الرحمن الجليبي، العجز المالي وأثره على الاقتصاد الأردني، جامعة العلوم التطبيقية عمان، الأردن، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 29، 2012.
21. خالد البسام، 2005، نموذج للادخار العائلي في المملكة العربية السعودية دراسة قياسية للفترة، 1980- 2002، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة م 19 العدد 01، جدة، المملكة العربية السعودية.

Determinants of saving behavior in Libyan commercial banks from the customers' point of view

A field study on the clients of North African Zliten Bank

Mukhtar Abdel Salam Ali Al-Ghafoud

Department: Finance and Banking - Faculty: Economics and Commerce

University: Asmariya Islamic University - Country: Libya

Abstract:

This study aimed to find out the determinants or reasons for the decline in customers' saving behavior, i.e. the lack of depositing money (deposits) in commercial banks, and because these reasons have an impact on customers' savings awareness, we will try through this study to highlight the most important determinants that led to a decrease in customers' savings awareness in commercial banks. Through the decline in banking services, electronic infrastructure, and the decline in the purchasing power of the dinar In Libya, customers' income decreased. To achieve this, customers of the North African Bank, Zliten branch, were chosen as a population for the study, during the period between 2021-2022. The descriptive analytical approach was relied upon, and the study data was analyzed and its hypotheses were tested using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). This study found that the low quality of banking services greatly affects the level of savings behavior among customers, as well as the weakness of the banking infrastructure (internet checks and banking systems) greatly affects the saving behavior of customers, and the decline in the value of the Libyan dinar (purchasing power) also affects behavior. Savings for them, and customers' income also affects saving behavior, as recommended The management of commercial banks must develop their banking services in line with technological development and time requirements, and also pay attention to the banking infrastructure, carry out periodic maintenance of the bank's facilities, and provide all the material and moral requirements to develop effective solutions to Internet outages and problems, stop the systems, and provide good alternatives in the event of an Internet outage. Systems and banks must grant money to customers through one of the investment banking methods in order to establish various projects to produce goods and provide services at reasonable prices to customers and provide job opportunities, which affects saving behavior.

key words: saving behavior (savings), customers, deposits