

## استراتيجيات النمو والاستدامة المصرفية وأثرها في جذب العملاء

### دراسة حالة بنك الخرطوم فرع كوستي

## Banking growth and sustainability strategies and their impact on attracting customers

### Case study of Bank of Khartoum, Kosti branch

د / أحمد عبد الرحمن عمر الطاهر عمر<sup>1</sup> (1)

Dr.ahmed abdrahman omer altaher omer

(1) جامعة النيل الأبيض، كلية الاقتصاد والدراسات المصرفية، السودان. (ahmedomerok557@gmail.com)

تاريخ الاستلام: 2026 /01/04 تاريخ القبول: 2026/03/23 تاريخ النشر: 2026/10/10

#### ملخص:

تناولت الدراسة استراتيجيات النمو والاستدامة المصرفية ودورها في جذب العملاء، وتمثلت مشكلة الدراسة في: ما هو دور الاستراتيجيات الحديثة للتسويق المصرفي في جذب العملاء وتحقيق الاستدامة المصرفية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد افترضت الدراسة ان استراتيجيات التسويق المصرفي المتبعة لها دور في تحقيق الاستدامة المصرفية، ثم إن الدراسة توصلت إلى نتائج عديدة أهمها: أن تكاليف الوحدة الاقتصادية المقدمة من بنك الخرطوم هي الأقل في السوق، وأخيرا أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الادارة الاستراتيجية لخفض التكاليف وتحسين الأداء.

**كلمات مفتاحية:** استراتيجيات النمو، الاستدامة المصرفية، جذب العملاء، بنك الخرطوم فرع كوستي.

#### Abstract:

*The study examined banking growth and sustainability strategies and their role in attracting customers. The problem of the study is: What is the role of modern banking marketing strategies in attracting customers and achieving banking sustainability? The study followed the descriptive analytical method. The study assumed that the banking marketing strategies used have a role in achieving banking sustainability. The study reached many results, the most important of which are: The economic unit costs provided by the Bank of Khartoum are the lowest in the market. The study recommended the need to strengthen strategic management to reduce costs and improve performance.*

**Keywords:** Growth Strategies, Banking Sustainability, Customer Attraction, Bank of Khartoum Kosti Branch.

<sup>1</sup> الباحث المرسل.

## 1. مقدمة:

برزت في السنوات القليلة الماضية توجهات من قبل المصارف نحو تطبيق مفاهيم وأساليب التسويق الحديث في أنشطتها كافة، اقتضتها الطبيعة التنافسية للأسواق التي تعمل فيها والتي جعلت المصارف تبحث في كيفية مواجهة التحديات التي تفرضها المنافسة وكذا التغيرات المتسارعة والتنوع في الاحتياجات المالية والمصرفية للمؤسسات والأفراد حتى عملت المصارف على الاهتمام بالزبائن من خلال تحديث أنظمتها والخدمات المصرفية التي تقدمها من خلال الاستفادة من التقنية المصرفية الحديثة إضافة إلى ذلك الاهتمام بالعنصر البشري من حيث التدريب وتهيئة الكوادر المؤهلة علمياً وعملياً لمواجهة المنافسة المتوقعة وتقديم خدمات تتصف بالجودة العالية لجذب المزيد من العملاء<sup>(1)</sup>.

### ■ مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث في السؤال الرئيس التالي: ما هو أثر الاستراتيجيات الحديثة للتسويق المصرفي في جذب العملاء والاستدامة المصرفية؟.

ومنه تنبثق الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو منهج بنك الخرطوم بكوستي في التسويق المصرفي ؟
2. إلى أي مدى ينعكس التسويق الداخلي في جذب العملاء والاستدامة المصرفية؟
3. هل يسهم التسويق الإلكتروني في جذب العملاء والاستدامة المصرفية؟

### ■ أهمية البحث:

تمكن أهمية البحث ناحيتين ناحية علمية وأخرى عملية وتفصيل ذلك كالاتي:

- 1 - الأهمية العلمية: دراسة الأسس العلمية المتبعة في تحديد استراتيجيات التسويق المصرفي الحديثة المناسبة والفعالة.
- 2 - الأهمية العملية: من خلال بيان واقع تبنى استراتيجيات التسويق المصرفي الحديثة ودورها في جذب العملاء وصناعة الاستدامة المصرفية لبنك الخرطوم.

### ■ أهداف البحث:

هدف هذا البحث إلى تحقيق الآتي:

- 1- توضيح دور استراتيجيات التسويق المصرفي الحديثة كأداة تغيير وتوجيه للسلوك وتعظيم الربحية.
- 2- بيان الدور الذي يمكن أن يحدثه التسويق الداخلي في جذب العملاء واستدامة المصرف.

### ■ فرضيات البحث:

1 - سمير رمضان الشيخ، التطوير التنظيمي في البنوك الإسلامية، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية التجارة بسوهاج، 1994 م، ص 35-36

اختبر البحث الفرضية التالية: توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التسويق المصرفي وتحقيق الاستدامة المصرفية وجذب العملاء.

وتتضمن الفرضيتان الفرعيتان الأتيتين:

أ – توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات النمو والاستدامة المصرفية وجذب العملاء.

ب – توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التنافسية والاستدامة المصرفية وجذب العملاء

#### ■ منهج البحث:

المنهج الوصفي التحليلي ودراسة الحالة

#### ■ أدوات ومصادر البحث:

يعتمد البحث على نوعين من مصادر البيانات كما يلي:

1. المصادر الأولية: باستخدام الاستبانة والمقابلات الشخصية والملاحظة كأدوات لجمع البيانات من العينة المستهدفة.
2. المصادر الثانوية: الكتب والمجلات العلمية، شبكة المعلومات الدولية، الرسائل الجامعية والتقارير والمنشورات الخاصة بالبنك.

#### ■ حدود البحث:

الحدود المكانية: بنك الخرطوم فرع كوستي.

الحدود الزمانية: 2024م – 2025م

الحدود البشرية: العاملين في بنك الخرطوم فرع كوستي.

#### تحليل البيانات:

#### الجدول (1) توزيع عبارات الاستبانة

| م | محاور الدراسة | عدد العبارات |
|---|---------------|--------------|
| 1 | المحور الأول  | 32           |
| 2 | المحور الثاني | 6            |

المصدر: من إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2024م .

الجدول (2) مقياس ليكرت الخماسي المتدرج

| الوزن | العبارة       |
|-------|---------------|
| 5     | أوافق بشدة    |
| 4     | أوافق         |
| 3     | محايد         |
| 2     | لا أوافق      |
| 1     | لا أوافق بشدة |

المصدر: عز عبد الفتاح، الإحصاء الوصفي والإستدلالي، (القاهرة: دار النهضة العربية ، 1982م)، ص541

الجدول ( 3 ) الاستبيانات الموزعة والمعاداة والصالحة للتحليل

| النسبة | العدد | البيان                                   |
|--------|-------|------------------------------------------|
| % 100  | 15    | الاستبيانات الموزعة                      |
| % 100  | 15    | الاستبيانات التي تم إرجاعها              |
| 0      | 0     | الاستبيانات التي لم يتم إرجاعها (مفقودة) |
| 0      | 0     | الاستبيانات غير صالحة للتحليل            |
| % 100  | 15    | الاستبيانات الصالحة للتحليل              |

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2024

الجدول (4) تحديد إتجاه آراء المبحوثين وفق لمقياس ليكرت الخماسي

| الوسيط المرجع | الاجابة       | اتجاه الرأي |
|---------------|---------------|-------------|
| 1 – 1.79      | لا أوافق بشدة | متدني جداً  |
| 1.8 – 2.59    | لا أوافق      | متدني       |
| 2.6 – 3.39    | محايد         | متوسط       |
| 3.4 – 4.19    | أوافق         | مرتفع       |
| 4.2 – 5       | أوافق بشدة    | مرتفع جداً  |

المصدر: عز عبد الفتاح ، مقدمة في الإحصاء الوصفي والإستدلالي بإستخدام SPSS، (القاهرة: دار النهضة العربية ، 1982م)، ص 542

الجدول (5) معامل ألفا كرونباخ للثبات وصدق الإستبانة

| محاو الدراسة        | عدد العبارات | الثبات | الصدق |
|---------------------|--------------|--------|-------|
| المحور الأول        | 32           | 0.850  | 0.723 |
| المحور الثاني       | 6            | 0.920  | 0.846 |
| كل عبارات الاستبيان | 38           | 0.964  | 0.929 |

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2024م.

تحليل البيانات :

## 1 - استراتيجيات التسويق المصرفي :

الجدول (6) التوزيع التكراري لعبارات (استراتيجيات النمو - التوسع الجغرافي)

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                              |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-------------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                       |
| 0             | 0        | 2     | 8     | 5          | التكرار | يسعي المصرف دائماً للبحث عن اسواق جديدة               |
| 0             | 0        | %13   | 53%   | 33%        | النسبة  |                                                       |
| 0             | 0        | 4     | 7     | 4          | التكرار | يسعي المصرف للوصول الى مناطق جغرافية متفرقة           |
| 0             | 0        | %27   | %47   | %26        | النسبة  |                                                       |
| 0             | 0        | 0     | 3     | 12         | التكرار | تساعد الاستراتيجية الخاصة بالتوسع في تخفيض التكاليف   |
| 0             | 0        | 0     | %20   | %80        | النسبة  |                                                       |
| 0             | 0        | 1     | 4     | 10         | التكرار | يسعي المصرف لدعم النمو المستقبلي وتوسيع قاعدة الزبائن |
| 0             | 0        | %7    | %26   | %66        | النسبة  |                                                       |

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1. أفراد عينة البحث يوافقون وبشدة على ان المصرف يسعى لدعم النمو المستقبلي وتوسيع قاعدة الزبائن وذلك

بنسبة (93%) و(7%) لم يعطوا اجابات محددة.

جدول (7) الاحصاءات الوصفية لعبارات (استراتيجيات النمو - التوسع الجغرافي)

| العبارة                                               | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|-------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| يسعى المصرف دائماً للبحث عن اسواق جديدة               | 4.30          | 0.73              | 2       | اوافق بشدة |
| يسعى المصرف للوصول الى مناطق جغرافية متفرقة           | 4.17          | 0.79              | 3       | اوافق      |
| تساعد الاستراتيجية الخاصة بالتوسع في تخفيض التكاليف   | 3.84          | 0.82              | 4       | اوافق      |
| يسعى المصرف لدعم النمو المستقبلي وتوسيع قاعدة الزبائن | 4.42          | 0.75              | 1       | اوافق بشدة |
| المؤشر العام للفرضية                                  | 4.30          | 0.66              |         | اوافق بشدة |

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1/ بلغ متوسط جميع العبارات (4.30) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس (التوسع الجغرافي)، بانحراف معياري (0.66) .

جدول (8) اختبار مربع كاي لعبارات (التوسع الجغرافي)

| العبارة                                               | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | الدلالة |
|-------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| يسعى المصرف دائماً للبحث عن اسواق جديدة               | 24.7            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة    |
| يسعى المصرف للوصول الى مناطق جغرافية متفرقة           | 32.5            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة    |
| تساعد الاستراتيجية الخاصة بالتوسع في تخفيض التكاليف   | 20.1            | 18.3            | 2           | 0.00              | دالة    |
| يسعى المصرف لدعم النمو المستقبلي وتوسيع قاعدة الزبائن | 39.4            | 18.3            | 3           | 00.0              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                  | 29.6            | 20.4            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات استراتيجيات النمو - التوسع الجغرافي الى صحتها واثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين استراتيجيات النمو (التوسع الجغرافي) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (29.6) ومقارنتها بالجدولية (20.4) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

2 - (اختراق السوق) :

جدول ( 9 ) التوزيع التكراري لعبارات (اختراق السوق)

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                                            |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|---------------------------------------------------------------------|
| لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                                     |
| 0             | 0        | 3     | 6     | 6          | التكرار | تقوم سياسة المصرف على الاعتماد على السوق الحالي لزيادة حجم المبيعات |
| 0             | 0        | %20   | %40   | %40        | النسبة  |                                                                     |
| 0             | 0        | 0     | 3     | 12         | التكرار | تزداد حصة المصرف من الفجوة السوقية للبيع في ظل المنافسة             |
| 0             | 0        | 0     | %20   | %80        | النسبة  |                                                                     |
| 0             | 0        | 0     | 8     | 7          | التكرار | ينمو سوق العمل المصرفي بنسبة كبيرة تسمح للمصرف بالتوسع              |
| 0             | 0        | 0     | %53   | %47        | النسبة  |                                                                     |
| 0             | 3        | 3     | 5     | 4          | التكرار | الاعتماد على السوق الحالي في التوسع يعمل على تقليل التكاليف أكثر    |
| 0             | %20      | %20   | %33   | %27        | النسبة  |                                                                     |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

1. معظم أفراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الرابعة وذلك بنسبة (60%) و(20%) لا يوافقون على ذلك و(20%) لم يعطوا اجابات محددة.

جدول ( 10 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات: (اختراق السوق)

| العبارة                                                             | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|---------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| تقوم سياسة المصرف على الاعتماد على السوق الحالي لزيادة حجم المبيعات | 4.52          | 0.62              | 2       | اوافق بشدة |
| تزداد حصة المصرف من الفجوة السوقية للبيع في ظل المنافسة             | 4.77          | 0.47              | 1       | اوافق بشدة |
| ينمو سوق العمل المصرفي بنسبة كبيرة تسمح للمصرف بالتوسع              | 4.42          | 0.74              | 3       | اوافق بشدة |
| الاعتماد على السوق الحالي في التوسع يعمل على تقليل التكاليف أكثر    | 4.30          | 0.52              | 4       | اوافق بشدة |
| المؤشر العام للفرضية                                                | 4.29          | 0.78              |         | اوافق بشدة |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.29) , وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس استراتيجيات النمو (اختراق السوق)، بانحراف معياري (0.78) مما يشير إلى تجانس إجابات المستطلعين تجاه هذه العبارات.

جدول ( 11 ) اختبار مربع كاي لعبارات: (اختراق السوق)

| العبارات                                                            | القيمة المحسوبة | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| تقوم سياسة المصرف على الاعتماد على السوق الحالي لزيادة حجم المبيعات | 36.5            | 4           | 0.00              | دالة    |
| تزداد حصة المصرف من الفجوة السوقية للبيع في ظل المنافسة             | 32.4            | 3           | 0.00              | دالة    |
| ينمو سوق العمل المصرفي بنسبة كبيرة تسمح للمصرف بالتوسع              | 37              | 3           | 0.00              | دالة    |
| الاعتماد على السوق الحالي في التوسع يعمل على تقليل التكاليف أكثر    | 31.6            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                                | 33.7            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات الفرضية الثانية الي صحتها واثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (اختراق السوق) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (33.7) ومقارنتها بالجدولية (28.1) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

### 3 - السوق الجديدة :

جدول ( 12 ) التوزيع التكراري لعبارات: (السوق الجديدة)

| درجة الموافقة |       |       |          |              | العبارات                                 |
|---------------|-------|-------|----------|--------------|------------------------------------------|
| لا اوافق بشدة | اوافق | محايد | لا اوافق | لا اوافق بشد |                                          |
| 13            | 1     | 1     | 0        | 0            | سياسة المصرف تسعي الى مزيج تسويقي افضل   |
| %88           | %6    | %6    | 0        | 0            | لجذب الزبائن                             |
| 3             | 9     | 3     | 0        | 0            | يسعي المصرف دائما الى اتباع سياسات تسعير |
| %20           | %60   | %20   | 0        | 0            | مختلفة لجذب زبائن جدد                    |

## استراتيجيات النمو والاستدامة المصرفية وأثرها في جذب العملاء دراسة حالة بنك الخرطوم فرع كوستي

|   |     |     |     |     |         |                                              |
|---|-----|-----|-----|-----|---------|----------------------------------------------|
| 0 | 3   | 4   | 2   | 6   | التكرار | تتّم ادارة المصرف بتنشيط بحوث التسويق لمعرفة |
| 0 | 20% | 26% | 14% | 40% | النسبة  | قطاعات سوقية جديدة يمكن تغطيتها              |
| 0 | 1   | 2   | 2   | 10  | التكرار | يستخدم المصرف احيانا سياسة التوجه للزبائن    |
| 0 | 7%  | 13% | 13% | 66% | النسبة  | الاعلي قيمة                                  |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

1. يلاحظ ان 79% من افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الرابعة، و(13%) لا يوافقون على ذلك (7%) لم يعطوا اجابات محددة.

### جدول ( 13 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات (السوق الجديدة)

| العبارة                                                                      | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| سياسة المصرف تسعى الى مزيج تسويقي افضل لجذب الزبائن                          | 4.18          | 0.81              | 2       | اوافق      |
| يسعي المصرف دائماً الى اتباع سياسات تسعير مختلفة لجذب زبائن جدد              | 4.56          | 0.69              | 1       | اوافق بشدة |
| تتّم ادارة المصرف بتنشيط بحوث التسويق لمعرفة قطاعات سوقية جديدة يمكن تغطيتها | 3.95          | 0.82              | 4       | اوافق      |
| يستخدم المصرف احيانا سياسة التوجه للزبائن الاعلي قيمة                        | 4.07          | 0.96              | 3       | اوافق      |
| المؤشر العام للفرضية                                                         | 4.07          | 0.85              |         | اوافق      |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

- 1/ بلغ متوسط جميع العبارات (4.07) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون بشدة على جميع العبارات التي تقيس استراتيجيات النمو (السوق الجديدة)، بانحراف معياري (0.85).

جدول ( 14 ) اختبار مربع كاي لعبارات: (السوق الجديدة)

| العبارة                                                                      | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| سياسة المصرف تسعى الى مزيج تسويقي افضل لجذب الزبائن                          | 32.3            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| يسعى المصرف دائماً الى اتباع سياسات تسعير مختلفة لجذب زبائن جدد              | 29.5            | 26.7            | 3           | 0.00              | دالة    |
| تهتم ادارة المصرف بتنشيط بحوث التسويق لمعرفة قطاعات سوقية جديدة يمكن تغطيتها | 29.3            | 26.7            | 3           | 0.00              | دالة    |
| يستخدم المصرف احياناً سياسة التوجه للزبائن الاعلى قيمة                       | 35.7            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                                         | 36.8            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات استراتيجيات النمو (السوق الجديدة) الي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (السوق الجديدة) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (36.8) ومقارنتها بالجدولية (26.7) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك.

4 - خفض التكاليف :

الجدول ( 15 ) التوزيع التكراري لعبارات (خفض التكاليف)

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارة                                     |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|---------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                             |
| 0             | 0        | 2     | 8     | 5          | التكرار | يعتمد المصرف على اقتصاديات الحجم والتكامل   |
| 0             | 0        | 13%   | 53%   | 33%        | النسبة  | العمودي في خفض التكاليف                     |
| 0             | 0        | 4     | 7     | 4          | التكرار | للمصرف جهاز محاسبي متطور قادر على متابعة    |
| 0             | 0        | 27%   | 47%   | 26%        | النسبة  | التكاليف                                    |
| 0             | 0        | 0     | 3     | 12         | التكرار | يقوم المصرف باستخدام الادارة الاستراتيجية   |
| 0             | 0        | 0     | 20%   | 80%        | النسبة  | للتكلفة لخفض التكاليف وتحسين الاداء والجودة |
| 0             | 0        | 1     | 4     | 10         | التكرار | تمتاز الوحدة الاقتصادية المقدمة من المصرف   |
| 0             | 0        | 7%    | 26%   | 66%        | النسبة  | (الخدمة) بانخفاض تكاليفها في سوق المنافسة   |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1. أفراد عينة البحث يوافقون وبشدة على ان تمتاز الوحدة الاقتصادية المقدمة من المصرف (الخدمة) بانخفاض تكاليفها في سوق المنافسة وذلك بنسبة (93%) و(7%) لم يعطوا اجابات محددة.

جدول ( 16): الاحصاءات الوصفية لعبارات (خفض التكاليف)

| العبارة                                                                               | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| يعتمد المصرف على اقتصاديات الحجم والتكامل العمودي في خفض التكاليف                     | 4.30          | 0.73              | 2       | اوافق بشدة |
| للمصرف جهاز محاسبي متطور قادر على متابعة التكاليف                                     | 4.21          | 0.79              | 3       | اوافق      |
| يقوم المصرف باستخدام الادارة الاستراتيجية للتكلفة لخفض التكاليف وتحسين الاداء والجودة | 3.85          | 0.82              | 4       | اوافق      |
| تمتاز الوحدة الاقتصادية المقدمة من المصرف (الخدمة) بانخفاض تكاليفها في سوق المنافسة   | 4.41          | 0.75              | 1       | اوافق بشدة |
| المؤشر العام للفرضية                                                                  | 4.33          | 0.66              |         | اوافق بشدة |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1/ بلغ متوسط جميع العبارات (4.33) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس (خفض التكاليف)، بانحراف معياري (0.66) .

جدول ( 17 ) اختبار مربع كاي لعبارات (خفض التكاليف)

| العبارة                                                                               | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | الدالة |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|--------|
| يعتمد المصرف على اقتصاديات الحجم والتكامل العمودي في خفض التكاليف                     | 24.7            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة   |
| للمصرف جهاز محاسبي متطور قادر على متابعة التكاليف                                     | 32.5            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة   |
| يقوم المصرف باستخدام الادارة الاستراتيجية للتكلفة لخفض التكاليف وتحسين الاداء والجودة | 20.1            | 18.3            | 2           | 0.00              | دالة   |
| تمتاز الوحدة الاقتصادية المقدمة من المصرف (الخدمة) بانخفاض تكاليفها في سوق المنافسة   | 39.4            | 18.3            | 3           | 00.0              | دالة   |

|                      |      |      |   |      |      |
|----------------------|------|------|---|------|------|
| المؤشر العام للفرضية | 29.6 | 20.4 | 4 | 0.00 | دالة |
|----------------------|------|------|---|------|------|

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات استراتيجيات النمو - خفض التكاليف الى صحتها واثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (خفض التكاليف) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (29.6) ومقارنتها بالجدولية (20.4) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

## 5 - استراتيجيات المنافسة :

جدول ( 18 ) التوزيع التكراري لعبارات (السوق الرائدة).

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                          |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|---------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                   |
| 0             | 0        | 3     | 6     | 6          | التكرار | تتصف أنشطة المصرف بالتعدد وكبر حجمها              |
| 0             | 0        | %20   | %40   | %40        | النسبة  |                                                   |
| 0             | 0        | 0     | 3     | 12         | التكرار | تتصف أنشطة المصرف بضخامة رأس مالها المادي والبشري |
| 0             | 0        | 0     | %20   | %80        | النسبة  |                                                   |
| 0             | 0        | 0     | 8     | 7          | التكرار | للمصرف سمعة قوية وهوية نشطة متميزة                |
| 0             | 0        | 0     | %53   | %47        | النسبة  |                                                   |
| 0             | 3        | 3     | 5     | 4          | التكرار | للمصرف القدرة على الحفاظ على الزبائن الحاليين     |
| 0             | %20      | %20   | %33   | %27        | النسبة  | وكسب زبائن جدد                                    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

يلاحظ ان معظم افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الرابعة وذلك بنسبة (60%) و(20%) لا يوافقون على ذلك و(20%) لم يعطوا اجابات محددة.

جدول ( 19 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات: (السوق الرائدة)

| العبارة                                                      | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|--------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| تتصف أنشطة المصرف بالتعدد وكبر حجمها                         | 4.52          | 0.62              | 2       | اوافق بشدة |
| تتصف أنشطة المصرف بضخامة رأس مالها المادي والبشري            | 4.77          | 0.47              | 1       | اوافق بشدة |
| للمصرف سمعة قوية وهوية نشطة متميزة                           | 4.42          | 0.74              | 3       | اوافق بشدة |
| للمصرف القدرة على الحفاظ على الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد | 4.30          | 0.52              | 4       | اوافق بشدة |

|                      |      |      |            |
|----------------------|------|------|------------|
| المؤشر العام للفرضية | 4.29 | 0.78 | اوافق بشدة |
|----------------------|------|------|------------|

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.29) ، وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس استراتيجيات المنافسة (السوق الرائدة)، بانحراف معياري (0.78) مما يشير إلى تجانس إجابات المستطلعين تجاه هذه العبارات .

جدول ( 20 ) اختبار مربع كاي لعبارات: السوق الرائدة

| العبارات                                                     | القيمة المحسوبة | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| تتصف أنشطة المصرف بالتعدد وكبر حجمها                         | 36.5            | 4           | 0.00              | دالة    |
| تتصف أنشطة المصرف بضخامة رأس مالها المادي والبشري            | 32.4            | 3           | 0.00              | دالة    |
| للمصرف سمعة قوية وهوية نشطة متميزة                           | 37              | 3           | 0.00              | دالة    |
| للمصرف القدرة على الحفاظ على الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد | 31.6            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                         | 33.7            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات الفرضية الثانية إلى صحتها وإثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين استراتيجيات المنافسة (السوق الرائدة) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (33.7) ومقارنتها بالجدولية (28.1) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

6 - استراتيجيات المنافسة (المنافسة في السوق) :

جدول ( 21 ): التوزيع التكراري لعبارات: المنافسة في السوق

| درجة الموافقة |       |       |          |              |         | العبارات                                   |
|---------------|-------|-------|----------|--------------|---------|--------------------------------------------|
| اوافق بشدة    | اوافق | محايد | لا اوافق | لا اوافق بشد |         |                                            |
| 13            | 1     | 1     | 0        | 0            | التكرار | يعمل المصرف على تحدي المصارف الاكثر تميزاً |
| %88           | %6    | %6    | 0        | 0            | النسبة  | منه                                        |
| 3             | 9     | 3     | 0        | 0            | التكرار | تحاول ادارة المصرف البحث عن نقاط ضعف       |
| %20           | %60   | %20   | 0        | 0            | النسبة  | المصارف الاخري واستثمارها                  |

|   |     |     |     |     |         |                                                |
|---|-----|-----|-----|-----|---------|------------------------------------------------|
| 0 | 3   | 4   | 2   | 6   | التكرار | يستخدم المصرف اساليب تسويق مصرفي حديثة         |
| 0 | %20 | %26 | %14 | %40 | النسبة  | تسمح له بالبقاء في الصدارة                     |
| 0 | 1   | 2   | 2   | 10  | التكرار | يمتاز المصرف بمعرفة طبيعة الزبون والمنافسين من |
| 0 | %7  | %13 | %13 | %66 | النسبة  | خلال دراسات السوق                              |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

1. ان 79% من افراد عينة البحث يوافقون ويشدة على محتوى العبارة الرابعة، و(13%) لا يوافقون على ذلك (7%) لم يعطوا اجابات محددة.

#### جدول ( 22 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات (المنافسة في السوق)

| العبارة                                                           | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| يعمل المصرف على تحدي المصارف الاكثر تميزاً منه                    | 4.18          | 0.81              | 2       | اوافق      |
| تحاول ادارة المصرف البحث عن نقاط ضعف المصارف الاخرى واستثمارها    | 4.56          | 0.69              | 1       | اوافق بشدة |
| يستخدم المصرف اساليب تسويق مصرفي حديثة تسمح له بالبقاء في الصدارة | 3.95          | 0.82              | 4       | اوافق      |
| يمتاز المصرف بمعرفة طبيعة الزبون والمنافسين من خلال دراسات السوق  | 4.07          | 0.96              | 3       | اوافق      |
| المؤشر العام للفرضية                                              | 4.07          | 0.85              |         | اوافق      |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

- 1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.07) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون بشدة على جميع العبارات التي تقيس (المنافسة في السوق)، بانحراف معياري (0.85).

#### جدول ( 23 ) اختبار مربع كاي لعبارات: (المنافسة في السوق)

| العبارة                                                        | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| يعمل المصرف على تحدي المصارف الاكثر تميزاً منه                 | 32.3            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| تحاول ادارة المصرف البحث عن نقاط ضعف المصارف الاخرى واستثمارها | 29.5            | 26.7            | 3           | 0.00              | دالة    |

## استراتيجيات النمو والاستدامة المصرفية وأثرها في جذب العملاء دراسة حالة بنك الخرطوم فرع كوستي

|                                                                    |      |      |   |      |      |
|--------------------------------------------------------------------|------|------|---|------|------|
| يستخدّم المصرف اساليب تسويق مصرفي حديثة تسمح له بالبقاء في الصدارة | 29.3 | 26.7 | 3 | 0.00 | دالة |
| يمتاز المصرف بمعرفة طبيعة الزبون والمنافسين من خلال دراسات السوق   | 35.7 | 26.7 | 4 | 0.00 | دالة |
| المؤشر العام للفرضية                                               | 36.8 | 26.7 | 4 | 0.00 | دالة |

**المصدر:** إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات (المنافسة في السوق) الي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (المنافسة في السوق) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (36.8) ومقارنتها بالجدولية (26.7) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك.

### 7 - سوق افضل :

جدول ( 24 ) التوزيع التكراري لعبارات: (سوق افضل)

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                                                                |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                                                         |
| 0             | 0        | 1     | 1     | 13         | التكرار | يتبع المصرف استراتيجيات تسويقية مبتكرة                                                  |
| 0             | 0        | %6    | %6    | %88        | النسبة  |                                                                                         |
| 0             | 0        | 3     | 9     | 3          | التكرار | يقدم المصرف سعر منخفض عند دخول السوق لجذب اكبر عدد من العملاء                           |
| 0             | 0        | %20   | %60   | %20        | النسبة  |                                                                                         |
| 0             | 3        | 4     | 2     | 6          | التكرار | تتصف اجراءات العمل بالسهولة والحدائة في مجال التسويق                                    |
| 0             | %20      | %26   | %14   | %40        | النسبة  |                                                                                         |
| 0             | 1        | 2     | 2     | 10         | التكرار | يهدف المصرف الى الاستفادة من المنافذ الموجودة من خلال التخصّص في الاسواق الصغيرة نسبياً |
| 0             | %7       | %13   | %13   | %66        | النسبة  |                                                                                         |

**المصدر:** إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

1. ان 79% من افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الرابعة، و(13%) لا يوافقون على ذلك (7%) لم يعطوا اجابات محددة .

جدول ( 25 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات (سوق افضل)

| العبارة                                                                                | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| يتبع المصرف استراتيجيات تسويقية مبتكرة                                                 | 4.18          | 0.81              | 2       | اوافق      |
| يقدم المصرف سعر منخفض عند دخول السوق لجذب اكبر عدد من العملاء                          | 4.56          | 0.69              | 1       | اوافق بشدة |
| تتصف اجراءات العمل بالسهولة والحدائة في مجال التسويق                                   | 3.95          | 0.82              | 4       | اوافق      |
| يهدف المصرف الى الاستفادة من المنافذ الموجودة من خلال التخصص في الاسواق الصغيرة نسبياً | 4.07          | 0.96              | 3       | اوافق      |
| المؤشر العام للفرضية                                                                   | 4.07          | 0.85              |         | اوافق      |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.07) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون بشدة على جميع العبارات التي تقيس (سوق افضل)، بانحراف معياري (0.85).

جدول ( 26 ) اختبار مربع كاي لعبارات: (سوق افضل)

| العبارة                                                                                | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| يتبع المصرف استراتيجيات تسويقية مبتكرة                                                 | 32.3            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| يقدم المصرف سعر منخفض عند دخول السوق لجذب اكبر عدد من العملاء                          | 29.5            | 26.7            | 3           | 0.00              | دالة    |
| تتصف اجراءات العمل بالسهولة والحدائة في مجال التسويق                                   | 29.3            | 26.7            | 3           | 0.00              | دالة    |
| يهدف المصرف الى الاستفادة من المنافذ الموجودة من خلال التخصص في الاسواق الصغيرة نسبياً | 35.7            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                                                   | 36.8            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024م.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات استراتيجيات النمو (السوق الجديدة) الي وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (السوق الافضل) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (36.8) ومقارنتها بالجدولية (26.7) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

## 8 - اشباع السوق :

الجدول (27) التوزيع التكراري لعبارات (اشباع السوق)

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                          |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|---------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                   |
| 0             | 0        | 2     | 8     | 5          | التكرار | يسعي المصرف للحفاظ على حصته السوقية               |
| 0             | 0        | 13%   | 53%   | 33%        | النسبة  | البقاء في موقف السكون والمتابعة فقط               |
| 0             | 0        | 4     | 7     | 4          | التكرار | المصرف أكثر فرزاً في استراتيجيته التسويقية        |
| 0             | 0        | 27%   | 47%   | 26%        | النسبة  |                                                   |
| 0             | 0        | 0     | 3     | 12         | التكرار | ادارة المصرف ادارة قوية تعطي اولوية لعنصر الربحية |
| 0             | 0        | 0     | 20%   | 80%        | النسبة  | على حصتها السوقية                                 |
| 0             | 0        | 1     | 4     | 10         | التكرار | لا يفضل المصرف سياسة التحدي مع المصارف            |
| 0             | 0        | 7%    | 26%   | 66%        | النسبة  | الاخري في معاملاته                                |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1. افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على ان لا يفضل المصرف سياسة التحدي مع المصارف الاخري في معاملاته وذلك بنسبة (93%) و(7%) لم يعطوا اجابات محددة.

جدول ( 28 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات (اشباع السوق)

| النتيجة    | الترتيب | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | العبارات                                                                 |
|------------|---------|-------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------|
| اوافق بشدة | 2       | 0.73              | 4.30          | يسعي المصرف للحفاظ على حصته السوقية بالبقاء في موقف السكون والمتابعة فقط |
| اوافق      | 3       | 0.79              | 4.21          | المصرف أكثر فرزاً في استراتيجيته التسويقية                               |
| اوافق      | 4       | 0.82              | 3.85          | ادارة المصرف ادارة قوية تعطي اولوية لعنصر الربحية على حصتها السوقية      |
| اوافق بشدة | 1       | 0.75              | 4.41          | لا يفضل المصرف سياسة التحدي مع المصارف الاخري في معاملاته                |
| اوافق بشدة |         | 0.66              | 4.33          | المؤشر العام للفرضية                                                     |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024م.

1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.33) وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس (اشباع السوق)، بانحراف معياري (0.66) .

جدول (29) اختبار مربع كاي لعبارات (اشباع السوق)

| العبارات                                                                 | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | الدالة |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|--------|
| يسعي المصرف للحفاظ على حصته السوقية بالبقاء في موقف السكون والمتابعة فقط | 24.7            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة   |
| المصرف أكثر فرزا في استراتيجيته التسويقية                                | 32.5            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة   |
| ادارة المصرف ادارة قوية تعطي اولوية لعنصر الربحية على حصتها السوقية      | 20.1            | 18.3            | 2           | 0.00              | دالة   |
| لا يفضل المصرف سياسة التحدي مع المصارف الاخرى في معاملاته                | 39.4            | 18.3            | 3           | 00.0              | دالة   |
| المؤشر العام للفرضية                                                     | 29.6            | 20.4            | 4           | 0.00              | دالة   |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات اشباع السوق الى صحتها واثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين (اشباع السوق) وجذب العملاء وذلك من خلال القيمة المحسوبة (29.6) ومقارنتها بالجدولية (20.4) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك.

## 9 - الاستدامة المصرفية :

## الجدول (30) التوزيع التكراري لعبارات الاستدامة الاقتصادية

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                                       |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|----------------------------------------------------------------|
| لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                                |
| 0             | 0        | 2     | 8     | 5          | التكرار | يلبي المصرف احتياجات العملاء في الوقت المحدد عند الطلب         |
| 0             | 0        | %13   | 53%   | 33%        | النسبة  |                                                                |
| 0             | 0        | 4     | 7     | 4          | التكرار | تسعي ادارة المصرف للمحافظة على الاداء والسمعة والابتكار دائماً |
| 0             | 0        | %27   | %47   | %26        | النسبة  |                                                                |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024.

1. ان معظم افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على ان تسعي ادارة المصرف للمحافظة على الاداء والسمعة والابتكار دائماً وذلك بنسبة (73%).

## جدول (31) الاحصاءات الوصفية لعبارات الاستدامة الاقتصادية

| العبارة                                                        | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|----------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| يلبي المصرف احتياجات العملاء في الوقت المحدد عند الطلب         | 4.30          | 0.73              | 1       | اوافق بشدة |
| تسعي ادارة المصرف للمحافظة على الاداء والسمعة والابتكار دائماً | 4.17          | 0.79              | 2       | اوافق      |
| المؤشر العام للفرضية                                           | 4.30          | 0.66              |         | اوافق بشدة |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الإستبانة، 2024.

1/ بلغ متوسط جميع العبارات (4.30) ، وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس الفرضية الاولى ، بانحراف معياري (0.66) .

جدول ( 32 ) اختبار مربع كاي لعبارات الاستدامة الاقتصادية

| العبارات                                                       | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | الدلالة |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| يلبي المصرف احتياجات العملاء في الوقت المحدد عند الطلب         | 24.7            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة    |
| تسعي ادارة المصرف للمحافظة على الاداء والسمعة والابتكار دائماً | 32.5            | 29.4            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                           | 29.6            | 20.4            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات الاستدامة الاقتصادية الى صحتها وذلك من خلال القيمة المحسوبة (29.6) ومقارنتها بالجدولية (20.4) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

10 - الاستدامة البيئية :

جدول ( 33 ) التوزيع التكراري لعبارات الاستدامة البيئية

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                                                             |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                                                      |
| 0             | 0        | 0     | 8     | 7          | التكرار | تسعي ادارة المصرف الى خلق بيئة داخلية وخارجية آمنة                                   |
| 0             | 0        | 0     | %53   | %47        | النسبة  |                                                                                      |
| 0             | 3        | 3     | 5     | 4          | التكرار | يسعي المصرف لارشاد وتوجيه العملاء للإسلوب الامثل لاستهلاك الخدمات والمنتجات المصرفية |
| 0             | %20      | %20   | %33   | %27        | النسبة  |                                                                                      |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

1. ان معظم افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الثانية وذلك بنسبة (60%)، و(20%) لا يوافقون على ذلك و(20%) لم يعطوا اجابات محددة.

## جدول ( 34 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات الاستدامة البيئية

| العبارة                                                                              | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الترتيب | النتيجة    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|---------|------------|
| تسعي ادارة المصرف الى خلق بيئة داخلية وخارجية آمنة                                   | 4.42          | 0.74              | 1       | اوافق بشدة |
| يسعي المصرف لارشاد وتوجيه العملاء للإسلوب الامثل لاستهلاك الخدمات والمنتجات المصرفية | 4.30          | 0.52              | 2       | اوافق بشدة |
| المؤشر العام للفرضية                                                                 | 4.29          | 0.78              |         | اوافق بشدة |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

1/ كما بلغ متوسط جميع العبارات (4.29) , وهذا يدل على أن أفراد العينة يوافقون على جميع العبارات التي تقيس الاستدامة البيئية، بانحراف معياري (0.78) مما يشير إلى تجانس إجابات المستطلعين تجاه هذه العبارات .

## جدول (35) اختبار مربع كاي لعببارات الاستدامة البيئية

| العبارة                                                                              | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| تسعي ادارة المصرف الى خلق بيئة داخلية وخارجية آمنة                                   | 37              | 28.1            | 1           | 0.00              | دالة    |
| يسعي المصرف لارشاد وتوجيه العملاء للإسلوب الامثل لاستهلاك الخدمات والمنتجات المصرفية | 31.6            | 28.1            | 2           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                                                 | 33.7            | 28.1            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعببارات الاستدامة البيئية الي صحتها واثبات وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين استراتيجيات التسويق المصرفي والاستدامة البيئية وذلك من خلال القيمة المحسوبة (33.7) ومقارنتها بالجدولية (28.1) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك.

## 11 - الاستدامة الاجتماعية :

### جدول ( 36 ) التوزيع التكراري لعبارات الاستدامة الاجتماعية

| درجة الموافقة |          |       |       |            |         | العبارات                                        |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---------|-------------------------------------------------|
| لا اوافق بشد  | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة |         |                                                 |
| 0             | 0        | 1     | 1     | 13         | التكرار | يساهم المصرف بصورة فاعلة كمنظمة                 |
| 0             | 0        | %6    | %6    | %88        | النسبة  | مجتمعية لها تأثيرها في تحقيق العدالة الاجتماعية |
| 0             | 1        | 2     | 2     | 10         | التكرار | يساعد المصرف على توزيع الموارد (الفرص)          |
| 0             | %7       | %13   | %13   | %66        | النسبة  | على المستفيدين وتوسيع قاعدة المشاركة            |

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

1. ان 79% من افراد عينة البحث يوافقون وبشدة على محتوى العبارة الثانية، و(13%) لا يوافقون على ذلك (7%) لم يعطوا اجابات محددة .

### جدول ( 37 ) الاحصاءات الوصفية لعبارات الاستدامة الاجتماعية

| النتيجة | الترتيب | الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | العبارات                                                                        |
|---------|---------|-------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| اوافق   | 1       | 0.81              | 4.18          | يساهم المصرف بصورة فاعلة كمنظمة مجتمعية لها تأثيرها في تحقيق العدالة الاجتماعية |
| اوافق   | 2       | 0.96              | 4.07          | يساعد المصرف على توزيع الموارد (الفرص) على المستفيدين وتوسيع قاعدة المشاركة     |
| اوافق   |         | 0.85              | 4.07          | المؤشر العام للفرضية                                                            |

المصدر: إعداد الباحث، بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

- 1/ أهم عبارة من عبارات الفرضية هي العبارة (يساهم المصرف بصورة فاعلة كمنظمة مجتمعية لها تأثيرها في تحقيق العدالة الاجتماعية)، حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (4.18) وانحراف معياري (0.81) .

جدول ( 38 ) اختبار مربع كاي لعبارات الاستدامة الاجتماعية

| العبارة                                                                         | القيمة المحسوبة | القيمة الجدولية | درجة الحرية | القيمة الاحتمالية | النتيجة |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------------|---------|
| يساهم المصرف بصورة فاعلة كمنظمة مجتمعية لها تأثيرها في تحقيق العدالة الاجتماعية | 32.3            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| يساعد المصرف على توزيع الموارد (الفرص) على المستفيدين وتوسيع قاعدة المشاركة     | 35.7            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |
| المؤشر العام للفرضية                                                            | 36.8            | 26.7            | 4           | 0.00              | دالة    |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة، 2024.

يشير اختبار (مربع كاي) لعبارات الفرضية الثالثة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الاستراتيجيات الحديثة للتسويق المصرفي والاستدامة المصرفية وذلك من خلال القيمة المحسوبة (36.8) ومقارنتها بالجدولية (26.7) وكذلك القيمة الاحتمالية للاختبار (0.00) تؤكد ذلك .

## الخلاصة :

### أولاً: النتائج:

1. دعم بنك الخرطوم نموه المستقبلي من خلال توسيع قاعدة الزبائن.
2. زادت حصة بنك الخرطوم السوقية في ظل المنافسة.
3. جذب بنك الخرطوم زبائن جدد من خلال سياسته التسعيرية المختلفة.
4. تكاليف الوحدة الاقتصادية المقدمة من بنك الخرطوم هي الأقل في سوق المنافسة.
5. تقوم أنشطة المصرف على رأس مال مادي وبشري ضخم.
6. يستثمر بنك الخرطوم في نقاط ضعف المصارف الأخرى.
7. لجذب أكبر عدد من العملاء عند دخول السوق يقدم المصرف سعر منخفض.
8. في المعاملات لا ينتهج بنك الخرطوم سياسة التحدي مع المصارف الأخرى .
9. يطبق بنك الخرطوم سياسة (الخدمة عند الطلب) just in time لتلبية احتياجات العملاء.
10. توفر إدارة المصرف بيئة داخلية وخارجية آمنة.

### ثانياً: التوصيات:

1. ضرورة توسع بنك الخرطوم في تخفيض تكاليف الخدمات.
2. لتقليل التكاليف يجب الاعتماد على السوق الحالي في التوسع.
3. ضرورة العمل على ابتكار مزيج تسويقي أفضل لجذب الزبائن.
4. تعزيز الإدارة الاستراتيجية لخفض التكاليف وتحسين الأداء والجودة.
5. أهمية تعزيز قدرة بنك الخرطوم على الحفاظ على الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد.
6. للبقاء في الصدارة على بنك الخرطوم انتهاز أساليب تسويق مصرفي حديثة.
7. ضرورة العمل على تسهيل إجراءات العمل في مجال التسويق وتحديثها .
8. على إدارة المصرف إعطاء الأولوية لعنصر الربحية على حصتها السوقية.
9. ضرورة المحافظة على الأداء والسمعة والابتكار ببنك الخرطوم.
10. أهمية تعزيز ثقافة الارشاد والتوجيه للعملاء في استهلاك الخدمات والمنتجات المصرفية.

### قائمة المراجع :

- أبو بكر الصديق متولي، شوقي إسماعيل شحاته، اقتصاديات النقود في إطار الفكر الاقتصادي ، (القاهرة: مكتبة وهبة، 1983).

- سمير رمضان الشيخ، التطوير التنظيمي في البنوك الإسلامية، رسالة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية التجارة بسوهاج، 1994 م.
- السيد على الإحيمر، المفهوم الحديث للتسويق في قطاع الصناعات الغذائية، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، غير منشورة، 2006 م.
- عبد الله إبراهيم عمر، التسويق الإلكتروني وأثره على الاداء المالي، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم، 2008 م.
- خليل، يحيى كمال، (2010)، أثر التسويق الداخلي في تحقيق الالتزام التنظيمي ومتطلبات الجودة، مجله اقتصاديات الاعمال للبحوث التطبيقية، (خاص-ج1).
- خالدة محمود حران محمود: أثر إستراتيجيات التسويق والإعلان علي تقديم الخدمات والمنتجات الجديدة، رسالة ماجستير، جامعة البحر الأحمر، السودان، 2016.
- جبارة، سمية سعيد صديق، (2022)، دور التسويق الداخلي في تعزيز الرضا الوظيفي، مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، جامعة الشرق الاوسط، عمان، المجلد الثاني، العدد السابع.
- حسن النجفي، القاموس الاقتصادي، د. ط، (بغداد: مطبعة الإدارة المحلية، 1977).
- أحمد عبد العزيز النجار، الموسوعة العلمية والعملية للبنوك التجارية، د.ط، (القاهرة، الاتحاد الدولي للبنوك)، 1989.
- منير إبراهيم هندي، ادارة البنوك التجارية، مدخل اتخاذ القرارات، ط2، (طنطا: جامعة طنطا، 1996).
- أحمد أبو الفتوح الناقة، نظرية النقود والبنوك والأسواق المالية، ط1، (الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 1998 م).
- يوسف أحمد الاحسائي، فقه البنوك، ط2، (بيروت، مؤسسة أم القرى للتحقيق والنشر 2002 م)، ص74.
- حسين عمر، مبادئ المعرفة الاقتصادية، د.ط، (الكويت، منشورات دار السلاسل، 1989 م).
- ثابت عبد الرحمن ادريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، ط1، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2005 م).