

العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية حسب نظرة العاملين فيها

(دراسة على المصارف التجارية لبلدية الزاوية)

طارق البشير جموم

قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد، جامعة الزاوية

t.jamum@zu.edu.ly

الملخص

يهدف البحث إلى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية حسب نظرة العاملين بها، وترتيبها حسب أهميتها النسبية، حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على جميع العاملين بالمصارف التجارية لبلدية الزاوية، والبالغ عددهم 268 موظفاً، وتم الحصول على عدد 242 استمارة من الاستثمارات الموزعة، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل البحث إلى نتائج عدة، ومن أهمها: تتأثر ربحية المصارف التجارية بمجموعة من العوامل يمكن تصنيفها ضمن فئتين: عوامل داخلية، وعوامل خارجية، ويختلف تأثير هذه العوامل حسب أهميتها النسبية، كالاتي: الظروف الاقتصادية والسياسية، إدارة المصرف، المنافسة، الثقافة الاجتماعية، الوعي المصرفي، السياسة النقدية، التشريعات القانونية والضوابط المصرفية، عدد فروع المصرف، توظيف الموارد، أسعار الفائدة، أرباح وخسائر القروض، هيكل الودائع، عدد موظفين المصرف، عمر المصرف، أرباح وخسائر الأوراق المالية، حجم المصرف والسيولة، ومن أهم التوصيات التي يقدمها الباحث هو العمل على استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية من أجل استقرار المصارف التجارية واستمرارها في تقديم الخدمات على أحسن وجه، والعمل على إعادة منح القروض والتسهيلات كونها المصدر الأساسي لتحقيق الأرباح في المصارف التجارية، والعمل على تأمين عناصر امنية خاصة للمصارف التجارية.

Abstract

This research study aims to identify the factors affecting the profitability of commercial banks according to the view of their employees. The data were collected by a questionnaire which was designed and distributed to all the employees (268 employees) working at the commercial banks at Zawia city, Libya. The questionnaire was answered

by 242 employees. The data of the questionnaire were analyzed by using the descriptive statistics. The results of the study show that the profitability of the commercial banks is affected by a number of the factors which can be classified into two categories: internal factors and external factors. The impact of these factors varied according to the relative importance of the following (economic and political conditions, bank management, competition, social culture, banking awareness Monetary policy, legal legislation and banking controls, number of bank branches, recruitment of resources, interest rates, profit and loss of loans, deposit structure, number of bank employees, age of the bank, profits and losses of securities, bank size and liquidity. The study ends which several studies and the most important one is that working on stabilizing the economic and political conditions is essential for the stability of commercial banks and their continuity in providing good services, to re-grant loans and facilities which are the main source for making profits for them and to be secure.

مقدمة

إن الخدمات المالية التي تقدمها المصارف التجارية التي تعتبر بدورها من أهم القطاعات الاقتصادية في أي دولة، المتمثلة في الوساطة المالية بين المدخرين والمقترضين، وإدارة المخاطر والخدمات الأخرى تساهم بشكل فاعل في تسيير عجلة التنمية الاقتصادية، وتعتبر نواة لأي خطة تسعى إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية، فسلامة الجهاز المصرفي والنظام المالي له أثر كبير على اقتصاديات الدول، فالنظام المالي السليم والمستقر والمدعوم بإدارة جيدة للاقتصاديات الكلية والتنظيم الحذر تمثل أمورا لا غنى عنها لاستمرار النمو، وعلى عكس من ذلك فإن اضطراب الاقتصاديات الكلية، الذي ينبع عن عناصر الضعف في القطاع المالي يمكن أن يعصف بعملية التنمية.

والمصارف التجارية بوصفها من أهم المؤسسات المالية تهدف بدرجة أولى إلى تعظيم ربحيتها شأنها شأن أي منشأة أعمال يهدف ملاكها إلى تعظيم ثروتهم وزيادة القيمة السوقية لأسهمهم، وتلجأ المصارف التجارية إلى تحقيق تلك الأهداف من خلال زيادة الإيرادات إلى أقصى حد ممكن، أو تخفيض التكاليف إلى أدنى حد ممكن أو كلاهما معا.

وتوجه إدارة المصارف التجارية جهدا كبيرا نحو تعظيم ثروة الملاك، عن طريق تحقيق أرباح ملائمة لا تقل قيمتها عن العائد الممكن تحقيقه من خلال الاستثمار في استثمارات بديلة تتعرض لنفس الدرجة من المخاطر، ولكي يحقق المصرف هذه الأرباح يقوم بتوجيه موارده المالية نحو الاستثمار المدرة للدخل.

وتواجه المصارف في سبيل تحقيق أهدافها العديد من العوامل التي يتفاوت تأثيرها على ربحيتها سواء أكانت هذه العوامل خارجية تتعلق بالبيئة المحيطة (الظروف الاقتصادية والسياسية، التشريعات القانونية والضوابط المصرفية، السياسة النقدية،...الخ)، أم داخلية تتعلق بالمصارف نفسها (إدارة المصرف، حجم المصرف، هيكل الودائع،...الخ)، وتختلف الأهمية النسبية لهذه العوامل من حيث درجة وشدة تأثيرها على الأرباح، مما يستدعي دراسة هذه العوامل بشكل دقيق وتحديدتها، الأمر الذي قد يساعد في ترشيد القرارات الإدارية والمالية للمصارف التجارية.

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الآتي: (ما هي العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية؟)

أهمية البحث

تتجل أهمية البحث من خلال:

1. تحديد العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية وترتيب هذه العوامل بشكل علمي من حيث أولويتها في التأثير على ربحية المصارف التجارية.
2. تعد الربحية دليلا على كفاءة إدارة المصرف، وموضع ثقة ومؤشرا إيجابيا لجذب المزيد من العملاء.

أهداف البحث

تحديد العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية وترتيبها حسب أهميتها النسبية.

متغيرات البحث

1. المتغيرات المستقلة: المتغيرات الشخصية على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية.
2. المتغيرات التابعة

فرضيات البحث

• الفرضيات الرئيسية

1. توجد عوامل تؤثر على ربحية المصارف التجارية حسب نظرة العاملين فيها.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغيرات الشخصية على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية.

• الفرضيات الفرعية

1. توجد عوامل داخلية تؤثر على ربحية المصارف التجارية حسب العاملين فيها.
2. توجد عوامل خارجية تؤثر على ربحية المصارف التجارية حسب العاملين فيها.

منهجية البحث

لدراسة العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية لبلدية الزاوية، استعمل الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي سيساعد في تحديد هذه العوامل، ولجمع المعلومات لهذه الدراسة، استعمل الباحث استبانة وزعت على العاملين في المصارف التجارية بالزاوية.

مجتمع البحث

يعتبر مجتمع البحث لهذه الدراسة العاملين بالمصارف التجارية لبلدية الزاوية، وهذه المصارف هي مصرف الجمهورية وفروعه، مصرف الصحاري، مصرف الادخار العقاري، مصرف شمال إفريقيا، مصرف الوحدة، مصرف التجاري الوطني، مصرف الواحة، مصرف الزراعي، وزعت 268 استبانة على العاملين بهذه المصارف، وقد بلغ عدد الاستبانات المستردة 242 استبانة.

أداة البحث

استعمل الباحث استبانة لجمع المعلومات المناسبة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية، قسمت الاستبانة إلى ثلاث أجزاء، الجزء الأول يتعلق بمعلومات عامة، والجزء الثاني يتعلق بالعوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية، والجزء الثالث يتعلق بالعوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة (وليد زكريا صيام وحسني على خربوش، 2002)، العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية في الأردن، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية في الأردن، ولتحقيق ذلك قام الباحثان بجمع البيانات اللازمة عن المصارف المدرجة في بورصة الأردن المالية وذلك عن الفترة 1991-2000، وتحليلها إحصائياً، حيث تم دراسة سلوك المتغير وحجم المصرف مقاساً بإجمالي الأصول ونسبة المديونية ونسبة الفوائض النقدية، والسيولة النقدية،

ومصاريف الدعاية والإعلان؛ ولتحقيق ذلك تم قياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بالاستناد إلى نموذج الانحدار الخطي، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها، وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين ربحية المصارف التجارية والعوامل الآتية: حقوق الملكية ونسبة المديونية والفوائض النقدية والسيولة النقدية ومصاريف الدعاية والإعلان، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ربحية المصارف التجارية من جهة وإجمالي الأصول من جهة أخرى، ووجود علاقة سالبة بين ربحية المصارف التجارية وإجمالي الأصول فيها.

2. دراسة (بو يوسف فوزية، 2009)، أثار العوامل المؤثرة على أداء المصارف التجارية، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وقياس أثر العوامل المؤثرة على أداء المصارف التجارية من حيث الربحية، حيث درست سلوك المتغيرات المستقلة ممثلة في حجم الأصول السائلة، حجم الأصول المربحة، حجم حقوق المساهمين، حجم وتركيبه الأموال الخارجية، إيراد الخدمات، وتكلفة إدارة الأموال وتقديم الخدمات وأثرها على المتغير التابع ربحية المصارف التجارية. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر للمتغيرات المستقلة على ربحية المصارف التجارية، وكان حجم حقوق المساهمين أكثر العوامل تأثيراً على ربحية المصارف التجارية.

3. دراسة موسى وآخرون، (2017) بعنوان: محددات الربحية في المصارف التجارية الليبية، دراسة مقارنة بين المصارف التجارية الليبية خلال المدة بين 2000 حتى 2010، تهدف هذه الدراسة لمعرفة محددات الربحية للمصارف التجارية في ليبيا، وقياس أثر هذه المحددات على الربحية، وتم استخدام المنهج التحليلي الوصفي في تحليل بيانات الدراسة ومعالجتها باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة أن لهذه المحددات (حجم المصرف، مخاطر رأس المال، مخاطر هامش الفائدة، تكلفة الودائع، نوعية القروض، الرافعة المالية والنشاطات خارج الميزانية)، أثر واضح على الربحية، وكذلك على كفاءة أداء المصارف التجارية، إذ توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف والربحية في مصرف الوحدة، وجاءت هذه النتيجة متوافقة مع المنطق المحاسبي والاقتصادي، بينما جاءت العلاقة غير متوافقة في كل من المصرف التجاري الوطني والمصارف الأخرى مجتمعة، مما يدل على انخفاض كفاءة المصرف في استغلال الأموال المستثمرة وعدم وجود فرص استثمارية في مجالات عدة، وأهم

التوصيات تركز على تطوير التكنولوجيا المصرفية؟، وذلك لتحسين الإنتاجية عن طريق رفع كفاءة عمليات التشغيل وكذلك سرعة تقديم الخدمات لعملاء المصرف مما يسهم في زيادة الربحية.

4. دراسة حزوري، (2018)، بعنوان: العوامل المؤثرة في ربحية المصارف، دراسة تحليلية على عينة من المصارف الخاصة في سوريا. هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية بعض المصارف التجارية الخاصة في سوريا، ولتحقيق ذلك قام الباحث بجمع البيانات المالية اللازمة عن المصارف عينة الدراسة وذلك عن الفترة بين 2006 حتى 2016، وتحليلها إحصائياً، وتم دراسة سلوك المتغير التابع المتمثل في ربحية المصارف، والمتغيرات المستقلة في حجم حقوق الملكية، ونسبة المديونية، والسيولة النقدية، ولتحقيق ذلك تم بناء نموذج لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بالاستناد إلى نموذج الانحدار الخطي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط تختلف قوتها بين مصرف وآخر، وبين الربحية وكل من حجم حقوق الملكية، وحجم المديونية وحجم السيولة.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Dimitry Sologoub، 2006)، هدفت الدراسة إلى توضيح كفاءة الأعمال المصرفية في أوكرانيا، وذلك من خلال دراسة محددات ربحية المصارف التجارية، حيث قام الباحث بتحديد ربحية المصرف على أنها دالة لمحددات مختلفة مقسمة إلى ثلاث مجموعات: المجموعة الأولى خاصة بالمصرف (الحجم، الملكية، نوعية القرض، وملاءمة رأس المال، المصاريف التشغيلية، وحصص الأصول السائلة)، والمجموعة الثانية خاصة بالصناعة أو المجال المصرفي (نسبة تركيز السوق)، المجموعة الثالثة خاصة بعوامل الاقتصاد الكلي (التضخم، النمو الناتج المحلي الإجمالي، سعر الفائدة الحقيقي). وقد اشتملت الدراسة على بيانات أفضل ثلاثين مصرفاً تجارياً في أوكرانيا للفترة 2002-2005، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن كلا من العوامل الخاصة بالمصرف والعوامل الخاصة بالاقتصاد الكلي وثيقة الصلة بتفسير فاعلية ربحية المصارف في أوكرانيا، وكان وضع حقوق ملكية المصرف على وجه الخصوص له تأثير جوهري على ربحية المصارف، فالمصارف الممولة بشكل جيد لها ربح أكثر، وهذه النتائج تؤكد على أهمية الرسلة للمصارف الأوكرانية؛ لتحقيق ربحية عالية، كما أن الكفاءة المتدنية للتكلفة تعد كذلك أحد الأسباب الرئيسية لانخفاض ربحية المصارف الأوكرانية.

2. دراسة (Adeus,S & Kolapo, F. Aluko,A، 2015، بعنوان محددات الربحية في المصارف التجارية في نيجيريا، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة محددات الربحية للمصارف التجارية في نيجيريا، وشملت عينة الدراسة 14 مصرفا تجاريا خلال الفترة (2000-2013)، تم التعبير عن الربحية (المتغير التابع) بمعدل العائد على الأصول (ROA) بينما محددات الربحية (المتغيرات المستقلة)، تم التعبير عنها بمجموعة من المتغيرات شملت متغيرات خاصة بالمصرف وأخرى متعلقة بالاقتصاد ككل، واستخدام الباحث في هذه الدراسة نموذج الانحدار ذو الأثر الثابت والأثر المتغير لتحليل البيانات والوصول إلى النتائج المرجوة. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أن أهم محددات الربحية في المصارف التجارية عينة البحث (جودة الأصول، كفاءة الإدارة والنمو الاقتصادي)، إذ كانت هذه المتغيرات ذات دلالة إحصائية ترتبط بعلاقة عكسية مع الربحية المصرفية سواء في النموذج ذي الأثر الثابت أو النموذج ذي الأثر المتغير.

الإطار النظري

الربحية في المصارف التجارية

تعتبر المصارف من أهم القطاعات الاقتصادية التي يتم من خلالها تقديم مجموعة من الخدمات المتنوعة التي لا غنى عنها لأي اقتصاد كالوساطة المالية وإدارة المخاطر الائتمانية وغيرها من الخدمات، التي تسهم بشكل فعال في تسيير عجلة النمو الاقتصادي، لذلك فإن سلامة القطاع المصرفي واستقراره ينعكس ويشكل إيجابيا على سلامة الاقتصاديات المحلية. (Dalniel&Brain 2010,784).

يقوم النظام المصرفي السليم على اكتشاف المصارف الربحية وذات رأس المال الكافي، لذا تشهد المصارف بطبيعتها حالة منافسة شديدة بينها في كافة المجالات، وهي تنفق مبالغ طائلة بهذا الاتجاه، ولا يمكن لأي نظام مصرفي أن يتعارض مع السعي لتعظيم الأرباح شأنه بذلك شأن أي منظمة أعمال يهدف ملاكها إلى تعظيم ثروتهم، وزيادة القيمة السوقية للأسهم، ويعد تحقيق الأرباح من أهم الأهداف التي تسعى إليها المصارف (العلاق، 2001، 117)، (الرشدان، 2002، 55).

يمكن تعريف الربح من مفهوم اقتصادي على أنه مقدار التغير في القيمة صافي أصول الوحدة الاقتصادية خلال فترة زمنية معينة، أما من مفهوم محاسب فهو الفرق بين الإيرادات المتحققة من قبل الوحدة الاقتصادية خلال فترة زمنية معينة والمصروفات التي تكبدتها هذه الوحدة خلال هذه الفترة (Jeter & Chaney,2012, 46).

أما الربحية فهي عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المؤسسة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح، وتعد الربحية هدفا للمؤسسات ومقياسا للحكم على كفايتها، سواء أكان ذلك على مستوى الوحدة الاقتصادية بشكل إجمالي أم على مستوى الأقسام بشكل جزئي (Lumby & Jones, 2011, 174)، (Vernimmen & Quiry et al, 2011, 227).

فمفهومها واسع يمكن أن يطبق على كل عمل اقتصادي تستعمل فيه الإمكانيات المادية والبشرية والمالية ويعبر عنها بالعلاقة بين النتيجة والموارد (المدخلات) المستعملة أي بما يعرف بمقياس الإنتاجية، والربحية يمكن أن تكون تشغيلية عندما تكون الإيرادات المحققة أكبر من التكاليف المستنفدة (Levintha & Wu, 2010)، وهي غاية ما يتطلع لها المستثمرون ومؤشر يهتم به الدائنون عند تعاملهم مع المنظمة، فضلا على أنها أداة مهمة لقياس كفاءة الإدارة في استخدام الموارد المتاحة لديها، لذا نجد أن جهد الإدارة المالية في المنظمة يوجه بالدرجة الأولى نحو الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق أفضل عائد ممكن لأصحابها (Levintha & Wu, 2010, 791).

تعتبر الربحية هدفا للمنشأة ومقياسا للحكم على كفاءتها على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدات الجزئية (اللوزي وآخرون، 1997، 122)، وينظر الآخرون للربحية بوصفها المؤشر الكاشف لمركز المصرف التنافسي في الأسواق المالية ولجودة إدارتها، وهي تسمح للمصرف بالاحتفاظ بمستوى مخاطرة معينة وتوفر وقاء ضد المشكلات القصيرة (حماد، 2005، 477).

كما تعد الربحية أحد المصادر لتوليد رأس المال بشكل أرباح متراكمة واحتياطيات، لذا توجد عدة طرق يمكن من خلالها تحسين الربحية في المصارف منها (الرشدان، 2002، 53)

1. البحث عن فرص جديدة يقدمها المصرف في قطاعات وأنشطة جديدة أو في مناطق جغرافية جديدة أو لعملاء جدد أو خدمات جديدة للعملاء الحاليين.
2. رفع أسعار بعض الخدمات المصرفية التي تسمح بها التشريعات المصرفية بزيادتها مع مراعاة الحالة التنافسية.

3. الانتفاع الكامل بالأموال والموجودات المتاحة تحت تصرف المصرف.

4. ترشيد النفقات وضبطها ولا سيما في المصروفات العامة.

ويتحقق هدف الربحية من خلال قرارين هما: (عقل، مفلح، 1999، 42) (محمد، علي محمد، 2014، 543)، (شاهين، 2017، 95).

1. قرار التمويل: هو مجموعة من القرارات التي تتخذها المؤسسات أو المصارف التجارية والمتعلقة بالاجتهاد بكفية اختيار المصادر التي سيتن الحصول منها على الأموال اللازمة لتمويل الاستثمارات في موجوداتها وينعكس أثر التمويل على الربحية من خلال ترتيب مصادر الأموال المختلفة بشكل يتيح لأصحاب المصارف من الحصول على أكبر عائد ممكن وبأقل قدر ممكن من التكلفة والمخاطر.

2. قرار الاستثمار: مجموعة من القرارات التي تتعلق بكفية اختيار نوع ومستوى استثمارات المؤسسات أو المصارف التجارية إلى مجموع موجوداتها، يعني اختيار نوع الاستثمارات أي كفية المفاضلة في توزيع الأموال بين الاستثمارات قصيرة الأجل (موجودات متداولة) والاستثمارات طويلة الأجل (موجودات ثابتة)، وهو ما يتم قياسه بنسبة الموجودات المتداولة إلى الموجودات الثابتة، ويعتبر هذا الاختبار ذا أهمية كبيرة لتأثيره على السيولة وربحية المصارف.

العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

تواجه المصارف في سبيل تحقيقها لهدفها المتعلق بتعظيم ربحيتها، العديد من العوامل التي يتفاوت تأثيرها في هذه الربحية، وتتنوع هذه العوامل بين عوامل داخلية تتعلق بالمصارف نفسها، وعوامل خارجية تتعلق بالبيئة الحيطية بها، منها:

أولاً: العوامل الخارجية:

وهي عوامل ليست تحت سيطرة الإدارة، ولا تستطيع التحكم فيها من جهة، وأن جميع المنظمات تتعرض لها في نفس الوقت، تتمثل العوامل الخارجية المؤثرة في ربحية المصارف التجارية في الآتي:

1. الظروف الاقتصادية والسياسية (أبو زعتر، باسل، 2006، 95).

إن استقرار الظروف السياسية والاقتصادية للدول من عدمها تؤثر على ربحية المصارف التجارية.

لقد مرت ليبيا بالعديد من الظروف الاقتصادية والسياسية حيث عانت سابقاً من حصار خلال فترة الثمانينات والتسعينات تأثرت بها أرباح المصارف التجارية، وكذلك خلال هذه الفترة من قفل المصارف وعدم فتح الاعتمادات والحوالات وتجمد أرصدة المصارف التجارية بالخارج نتيجة الوضع الذي تمر بها المصارف التجارية في الوقت الحاضر، أما بالنسبة للنشاط الاقتصادي فهي تؤثر على الأعمال المصرفية، التي بدورها تؤثر على ربحية المصارف، وما يحمله هذا النشاط من

حالات كالرواج الاقتصادي الذي يزيد معه حجم الودائع بسبب زيادة حجم المبيعات للعملاء وتوسع أنشطتهم الاقتصادية، ويرافق ذلك الوضع زيادة الطلب على الائتمان المصرفي والخدمات المصرفية المتنوعة، كالطلب على الاعتمادات المستندية وخطابات الضمان والحوالات وغيرها، بينما تتأثر ربحية المصارف عكسياً بأوضاع الكساد الاقتصادي الذي يؤدي إلى انخفاض الطلب على القروض وبالتالي انخفاض الدخل من الفوائد على تلك القروض، بالإضافة إلى ذلك فإن حدوث الكساد الاقتصادي يحمل في طياته ازدياد احتمالات عدم قدرة المقترضين على السداد مما تضطر إدارة المصارف إلى استقطاع جزء من الأرباح كمخصصات لمواجهة تلك الاحتمالات مما يؤدي ذلك إلى انخفاض أرباح المصرف، وعلى الرغم من أن المصارف لا تستطيع السيطرة على هذه العوامل، فإنه يمكن أن تجعل خططها مرنة بحيث إنها تستجيب لها. (خالد، امين، 2006، 109).

2. التشريعات القانونية والضوابط المصرفية

تتأثر الربحية بمجموعة من القوانين والتشريعات التي يقرضها المصرف المركزي على المصارف التجارية، التي تساعده على تنفيذ سياساته النقدية، بينما يتماشى مع الوضع الاقتصادي السائد، مستخدماً أدواته المختلفة كتحديد نوعية وحجم القروض الممنوحة من قبل المصارف، وتحديد نسب الاحتياطي القانوني من الودائع المختلفة، وتحديد نسب السيولة الواجب الاحتفاظ بها، ورفع سعر إعادة الخصم، جميعها تؤثر على ربحية المصارف بالانخفاض، كما تضع الشريعة الإسلامية الضوابط التي يتشكل منها منهاج وأسلوب النشاط المصرفي اللاربي، فالالتزام بقاعدة الحلال والحرام والابتعاد عن التعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً، إيداعاً أو توظيفاً، قبولا أو خصماً، يعد عاملاً يؤثر على الخدمات المصرفية وقنوات الاستثمار المتاحة للعملاء. (أبو موسى، رسمية، 2000، 113). فالشريعة الإسلامية تهدف إلى تحريم كافة أساليب الكسب غير المشروع وأحد أساليب الكسب غير المشروع هو الفائدة، حيث يتم الحصول على الأرباح دون تحمل مخاطر لأن دينه مضمون في ذمة المدين بالإضافة إلى الفائدة المترتبة عليها، (سعيد، بنان، 2006، 62).

3. السياسة النقدية

تعد السياسة النقدية للمصارف التجارية ذات أهمية كبرى في التأثير في سياسات المصارف من حيث إدارة الموجودات والمطالب، وذلك من خلال تخفيض سقف الائتمان النقدي الممنوح من

قبل المصارف التجارية الحكومية والأهلية واللائم الأخيرة التقيد بها ضمن الخطة الائتمانية السنوية. (Tariq et al, 2014,15)، وبالتالي فإن ذلك يكون ذا تأثير في ربحيتها، وهناك العديد من الأدوات لتلك السياسة سواء أكانت أدوات الرقابة الكمية أم النوعية أم الرقابة المباشرة (أبو زعيتر، 2006، 102).

4. الثقافة الاجتماعية والوعي المصرفي

تؤثر الثقافة الاجتماعية في ربحية المصارف وخاصة في المصارف الإسلامية أكثر من المصارف التجارية التقليدية، حيث تتأثر الحصة السوقية للمصارف من الودائع والتمويلات نتيجة توجه بعض العملاء لحصر تعاملاتهم مع المصارف الإسلامية دون المصارف التقليدية، وكذلك يؤثر الوعي المصرفي في قوة الجهاز المصرفي ومثاقفه، وقناعة العملاء بهذه القوة إلى زيادة الثقة والتعامل مع المصارف، مما قد ينعكس على ربحيتها بشكل إيجابي، أما الجهل والتعامل مع المصارف بقصد التحايل وعدم السداد قد ينعكس على ربحيتها بشكل سلبي. (الرشدان، 2002، 55).

5. المنافسة

تؤثر المنافسة بين المصارف في ربحيتها، وذلك بسبب محدودية الموارد المتاحة لهذه المصارف، كما تعد المنافسة كبيرة ومستمرة بين المصارف من حيث ابتكار آليات حديثة في العمل المصرفي وتطوير أنظمتها وخدماتها ومنتجاتها، (Tsuma, M et al, 2016,70) ودخول بعض المصارف التقليدية في مجال العمل المصرفي الإسلامي عن طريق فتح فروع لديها تعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

6. أسعار الفائدة

يمثل سعر الفائدة المتغير الاقتصادي الذي يربط المقرضين والمقترضين في علاقات تمويلية، فهو إذاً يعتبر السعر الذي يدفعه المقترض لقاء استخدامه الأموال المقترضة لمدة زمنية معينة، وعليه يعتبر سعر الفائدة عائداً على الأموال المقترضين تارة، وتارة أخرى تكلفة لها، ولما إذاً كانت المصارف مؤسسات لوساطة المالية بين المقرضين والمقترضين، فإن سعر الفائدة يعتبر تكلفة عندما يدفع على الودائع المصرفية، وإيراداً لما يحصل عليه المصرف من القروض التي يمنحها، حيث تزداد ربحية المصارف التجارية كلما زاد سعر الفائدة على القروض، خصوصاً عندما تكون أسعار الفائدة على الودائع منخفضة، وتؤدي أسعار الفائدة دوراً فاعلاً في التأثير في استثمارات

المصارف (Staik ouras, Wood.2011,60)، وإن معظم إيرادات المصارف هي عبارة عن الفرق بين الفوائد الدائنة والفوائد المدينة.

ثانيا: العوامل الداخلية

تحتل أهمية كبيرة من خلال تمكن الإدارة من السيطرة عليها من جهة ومن جهة أخرى فإن علاقتها بالربحية يساعد على تبني سياسات وإجراءات من شأنها التأثير الإيجابي على الربحية، وتتمثل العوامل الداخلية المؤثرة فر ربحية المصارف في الآتي:

1. أرباح او خسارة الأوراق المالية

يؤثر انخفاض أو ارتفاع أسعار الأوراق المالية في ربحية المصارف التجارية، حيث تعمل المصارف جاهدا من اجل تعظيم القيمة السوقية لأوراقها المعروضة في سوق الأوراق المالية، وكذلك استثماراتها في بيع وشراء الأوراق المالية لمؤسسات أخرى وذلك من أجل تحقيق هدفي السيولة والربحية.. (الرشدان، 2002، 57).

2. إدارة المصرف

يقصد بإدارة المصارف مدى قدرته على الموازنة بين العائد والمخاطر، وعلى تخفيض التكاليف وزيادة الإيرادات من خلال خبرة الإدارة وقدرتها على التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة، فقدره إدارة المصرف على تحقيق التوازن المطلوب في إدارة هيكلها المالي بشقيه إدارة الموارد، وإدارة الاستخدامات يعكس مدى نجاحها في تحقيق أهداف المصرف من خلال توظيف موارده في موجودات ذات عوائد مجزية مع محاولة تخفيض تكاليف تلك الموارد في الوقت الذي تسعى فيه لتعظيم إيرادات تلك الاستخدامات، فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة ربحية هذه المصارف ما هي إلا ترجمة لجملة من القرارات التي تتخذها الإدارات، فالإدارة الرشيدة هي التي تتخذ القرارات التي تمكنها من تعظيم الربحية من خلال الموازنة بين الربحية والسيولة والأمان، وتتضمن إدارة المصرف حسن إدارته للسيولة والنفقات.

3. حجم المصرف

يتم قياس حجم المصرف اما بموجوداته او بحقوق ملكيته، فقياسها بالموجودات سوف يؤدي كبر حجمها إلى انخفاض معدل العائد على الموجودات، حيث يكون المعدل كبيرا في المصارف

الصغيرة مقارنة مع المصارف الكبيرة، كما ان زيادة حجم الموجودات قد يزيد من قدرة المصارف على الاستثمار فتؤدي إلى زيادة الربحية (أمين، 2006، 108)، وفي حالة قياس حجم المصرف بما يملكه من حقوق ملكية، فالمصارف التي تمتلك حقوق ملكية كبيرة لها تأثير كبير على ربحية المصارف من خلال استثمار تلك الأموال.

4. عدد فروع المصرف

إن إيصال الخدمات المصرفية لهذه التجمعات السكانية وخصوصا إذا كانت بينهما مسافات طويلة سوف تجعل من المصارف ذات الانتشار الجغرافي الواسع هدفا لتعامل الجمهور معها، وذلك للاستفادة من خدماتها وخاصة في مجالات السحب والإيداع والحوالات المالية وغيرها. (خريوش، 2004، 3).

5. عمر المصرف

تتفاوت نسب الربحية طبقا لأعمار المصارف، فهي تسير بعلاقة إيجابية مع عمر المصرف، فزيادة عمر المصرف تؤدي دورا مهما في التأثير على الربحية؛ لأن المدة الطويلة ستؤدي إلى تعزيز الثقة مع الجمهور وبناء سمعة جيدة قياسا مع المصارف حديثة الظهور، وذلك لثقتهم بأن هذه المصارف قادرة على الاستمرار والبقاء ولثقتهم بالخبرة الإدارية التي اكتسبها في التعامل في هذا المجال. (خريوش، ح، 2002، 2002).

6. عدد الموظفين

الأعداد الكبيرة لموظفي المصارف ما هي إلا دلالة على انتشار جغرافي كبير من خلال زيادة عدد فروع المصرف التي تتطلب هذه الزيادة، أو زيادة تنوع الخدمات التي يقوم بها كالخدمات الفنية والتقنية التي تؤدي بدورها إلى تقديم خدمات أوسع لعملاء المصرف. (مزيف، 2014، 53).

7. هيكل الودائع

تعد الودائع المصدر الخارجي الرئيسي لمصادر الأموال، لذا فإن لها تأثيرا قويا على الربحية، مما يعني أن زيادة الودائع يؤدي إلى ربحية عالية وانخفاضها يؤدي إلى انخفاض الربحية، ومن أنواعها: وودائع استثمارية، وودائع تحت الطلب، وودائع ادخارية بالإضافة لودائع الوكالة الاستثمارية. ومن الناحية النظرية وفي الوضع الطبيعي، يتوقع أنه كلما ارتفعت حصيله الودائع الاستثمارية المطلقة والمقيدة وتم توظيفها أو استغلالها بالشكل المدروس والاملثل فان النتيجة

الحتمية لذلك هي زيادة الربحية، وعلى النقيض تماما فإن انخفاض حجم الودائع الاستثمارية أو سوء توظيفها واستغلالها، ينعكس سلبا على الربحية، (سعادة وآخرون، 2017).

8. توظيف الموارد

من خلال هذا المعيار تقوم إدارة المصرف بتوجيه الجانب الأكبر من أموالها في مجالات استثمارية رشيدة، وتعتبر القروض والأوراق المالية من أهم مجالات الاستثمار للمصارف التجارية، أي أن زيادة نسبة الموارد المستثمرة في هذين المجالين تزيد من ربحية المصارف بشكل كبير، إذ يعتبران المصدر الأساسي لإيرادات المصارف وبالأخص الإيرادات المتولدة من القروض. (Muhsen,2000,41).

9. القروض

تعتبر عملية منح القروض والتسهيلات الائتمانية أو ما يعرف اصطلاحا بالائتمان النقدي واحدا من أهم أوجه استخدامات مصادر أموال المصارف التجارية وأكثرها نسبة في إجمالي موجوداته المرحة، فالعائد المتولد عنها يمثل المصدر الرئيسي للإيرادات لأي مصرف مهما تعددت وتنوعت مصادر إيرادات العمليات المصرفية الأخرى. (الدغيم، 2006، 1).

10. السيولة

يقصد بالسيولة هنا قدرة المصرف على مواجهة التزاماته بشكل فوري من خلال تحويل أي أصل من الأصول إلى نقد سائل بسرعة وبدون أي خسائر في القيمة، وتتمثل هذه الالتزامات في عنصرين، الأول هو تلبية طلبات المودعين للسحب على الودائع، والثاني هو تلبية طلبات الائتمان كالقروض والسلف لتلبية حاجيات المجتمع. (قندوز، 2018، 245).

الجانب العملي

أولا- أداة جمع البيانات

1. تصميم استمارة الاستبيان

لقد قام الباحث بإعداد الصورة المبدئية لعبارات الاستبيان بعد الاطلاع على عديد من المراجع العلمية، والدراسات السابقة في مجال البحث الحالي ومن خلال ما تم استخلاصه من الجانب النظري لهذه الدراسة، وقد راع الباحث في إعداد الاستبيان وضوح الفقرات وسهولة الإجابة عليها، حيث طلب من المستجيب وضع علامة (✓) أمام الإجابة التي يراها مناسبة.

2. اختبارات الصدق " الصلاحية

للتأكد من صدق وصلاحية استمارة الاستبيان قام الباحث بالاختبارات الآتية:

أ- صدق المحتوى (أو صدق المضمون) Content validity

لقد راعى الباحث جانب صدق المحتوى في الاستمارة، من خلال التأكد من أن جميع الأسئلة التي تحتويها الاستمارة تغطي جميع أبعاد المشكلة قيد الدراسة، كما تغطي جميع جوانب وأبعاد الفرضيات الرئيسية والفرعية المنتقاة من الإطار النظري للدراسة.

ب- الصدق الظاهري Face validity

للتأكد من أن أسئلة الاستبيان تحقق الغرض الذي أعدت من أجله وهو هدف الدراسة، تم عرض الاستبيان على عدد من المحكمين وذلك للتأكد من مدى ملائمة عبارات الاستبيان لمجتمع البحث، وأن العبارات تقيس ما وضعت لقياسه، وتجب عن أسئلة المحاور، بالإضافة إلى مدى ملائمة معيار الإجابات المستخدمة للأسئلة الواردة في الاستبيان، وقد أشار الأساتذة المحكمون إلى عديد الملاحظات والاقتراحات التي تم أخذها بعين الاعتبار، ومن تم التوصل إلى الصورة النهائية للاستبيان وهي تضم ثلاثة مجموعات رئيسية من الأسئلة وهي كالاتي: -

المجموعة الأولى: - وتضم 5 أسئلة شخصية وتشمل العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، سنوات الخبرة والوظيفية.

المجموعة الثانية: - وتشمل 10 عبارات حول العوامل الداخلية المؤثر على ربحية المصارف التجارية.

المجموعة الثالثة: - وتشمل 6 عبارات حول العوامل الخارجية المؤثر على ربحية المصارف.

وبعد عملية التحكيم قام الباحث بتوزيع استمارات الاستبيان على جميع العاملين بالمصارف التجارية لبلدية الزاوية، والبالغ عددهم (268) موظفا. وبعد فترة زمنية تم الحصول على عدد (242) استمارة استبيان من الاستمارات الموزعة. والجدول رقم (1) يبين عدد استمارات الاستبيان الموزعة والمسترجعة ونسبة المسترجع منها.

جدول رقم (1) الاستمارات الموزعة والمسترجعة ونسبة المسترجع منها.

الموزع	المسترجع	نسبة المسترجع %
268	242	90.30

من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ أن نسبة المسترجع الكلية 90.30% من جميع استمارات الاستبيان الموزعة وهي نسبة كبيرة.

ثانياً: - ترميز البيانات

بعد تجميع استمارات الاستبيان استخدم الباحث الطريقة الرقمية في ترميز البيانات حيث تم ترميز الإجابات كما بالجدول التالي رقم (2)

جدول رقم (2) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة بالمقياس الخماسي

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

من خلال الجدول رقم (2) يكون متوسط درجة الموافقة (3). فإذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة يزيد معنوياً عن (3) فيدل على ارتفاع درجة الموافقة. أما إذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة يقل معنوياً عن (3) فيدل على انخفاض درجة الموافقة، في حين إذا كان متوسط درجة إجابات مفردات العينة لا تختلف معنوياً عن (3) فيدل على أن درجة الموافقة متوسطة، وبالتالي سوف يتم اختبار ما إذا كان متوسط درجة الموافقة تختلف معنوياً عن (3) أم لا. وبعد الانتهاء من ترميز الإجابات وإدخال البيانات الأولية باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة (SPSS) Statistical (Package for Social Science) تم استخدام هذه الحزمة في تحليل البيانات الأولية.

ثالثاً - اختبار الثبات والصدق **Reliability and Validate**

للتأكد من ثبات وصدق " أداة الدراسة " قام الباحث بحساب معامل كرو نباخ ألفا (Alpha Cronbach) ومعامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل كرو نباخ ألفا (Alpha Cronbach) لكل محور من محاور استمارة الاستبيان ولجميع المحاور. فكانت النتائج كما بالجدول رقم (3).

جدول رقم (3) نتائج اختبار الثبات والصدق

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل ألفاء الصدق
1	العوامل الداخلية المؤثر على ربحية المصارف التجارية	10	0.957	0.978
2	العوامل الخارجية المؤثر على ربحية المصارف	6	0.938	0.969
3	العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية	16	0.968	0.984

من خلال الجدول رقم (3) يلاحظ أن قيم معامل كرو نباخ ألفا (α) لكل محور من محاور استمارة الاستبيان ولجميع المحاور تتراوح بين (0.938 إلى 0.968) وهي قيم كبيرة أكبر من 0.60 وهذا يدل على توفر درجة عالية من الثبات الداخلي في الإجابات. وكذلك فإن معاملات الصدق تتراوح بين (0.969 إلى 0.984) وهي قيم كبيرة وهذا يدل على توفر درجة عالية من الصدق مما يمكننا من الاعتماد على إجابات مفردات العينة في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

رابعاً: - المتغيرات الشخصية لمفردات عينة الدراسة

1. توزيع مفردات عينة الدراسة حسب العمر

جدول رقم (4) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لمفردات عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة %
أقل من 30 سنة	22	9.1
من 30 إلى أقل من 45 سنة	117	48.3
من 45 إلى أقل من 60 سنة	88	36.4
من 60 سنة فأكثر	15	6.2
المجموع	242	100.0

من خلال الجدول رقم (4) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة أعمارهم من 30 إلى أقل من 45 سنة ويمثلون نسبة (48.3%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليهم ممن أعمارهم من 45 إلى أقل من 60 سنة ويمثلون نسبة (36.1%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليهم ممن أعمارهم من 30 إلى أقل من 60 سنة ويمثلون نسبة (9.1%) من جميع مفردات عينة الدراسة، والباقي ممن أعمارهم من 60 سنة فأكثر ويمثلون نسبة (6.2%) من جميع مفردات عينة الدراسة. وبصورة نلاحظ أن معظم مفردات العينة ممن أعمارهم كبيرة وبالتالي يكون لديهم القدرة على تفهم مشكلة الدراسة

2. توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

جدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لمفردات عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
دبلوم متوسط	22	9.1
دبلوم عالي	46	19.0
بكالوريوس	162	66.9
ماجستير	9	3.7
دكتوراه	3	1.2
المجموع	242	100.0

من خلال الجدول (5) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة ممن مؤهلاتهم العلمية بكالوريوس ويمثلون نسبة (66.9%) من جميع مفردات عينة الدراسة، يليهم ممن مؤهلاتهم العلمية دبلوم عالٍ ويمثلون نسبة (19%) من جميع مفردات عينة الدراسة، ثم ممن مؤهلاتهم العلمية دبلوم متوسط ويمثلون نسبة (9.1%) من جميع مفردات عينة الدراسة، ثم ممن مؤهلاتهم العلمية ماجستير ويمثلون نسبة (3.7%) من جميع مفردات عينة الدراسة، والباقي هم ممن مؤهلاتهم العلمية دكتوراه ويمثلون نسبة (1.2%) من جميع مفردات عينة الدراسة. وبصورة عامة نلاحظ أن معظم مفردات العينة مؤهلاتهم العلمية جامعي فما فوق مما يدل على أن مفردات العينة مؤهلة بشكل كافٍ للتفاعل مع موضوع الدراسة مما يجعل آراءهم قابلة للاعتماد عليها لكونها نابعة من وعيهم وإدراكهم الناتج من مؤهلاتهم العلمية.

3. توزيع مفردات عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

جدول رقم (6) التوزيع التكراري والنسبي المنوي لمفردات عينة الدراسة حسب التخصص العلمي

التخصص	العدد	النسبة %
محاسبة	119	49.2
تمويل ومصارف	54	22.3
إدارة أعمال	40	16.5
اقتصاد	18	7.4
تخصص آخر	11	4.5
المجموع	242	100.0

من خلال الجدول رقم (6) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة تخصصهم العلمي محاسبة ويمثلون نسبة (49.2%) من جميع مفردات عينة الدراسة، ثم يليه ممن تخصصهم تمويل ومصارف ويمثلون نسبة (22.3%) من جميع مفردات عينة الدراسة، ثم يليه ممن تخصصهم إدارة أعمال ويمثلون نسبة (16.5%) من جميع مفردات عينة الدراسة، ثم يليه ممن تخصصهم اقتصاد ويمثلون نسبة (7.4%) من جميع مفردات عينة الدراسة والباقي ممن تخصصهم تخصص آخر ويمثلون نسبة (4.5%) من جميع مفردات عينة الدراسة.

4. توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الوظيفة

جدول رقم (7) التوزيع التكراري والنسبي المنوي لمفردات عينة الدراسة حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة %
مدير عام	4	1.7
مدير إدارة	27	11.2
رئيس فرع	8	3.3
رئيس قسم	58	24.0
مراجع	32	13.2
موظف	113	46.7
Total	242	100.0

من خلال الجدول رقم (7) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة وظيفتهم موظف ويمثلون نسبة (46.7%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليه ممن وظيفتهم رئيس قسم ويمثلون نسبة (24%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليه ممن وظيفتهم مراجع ويمثلون نسبة (13.2%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليه ممن وظيفتهم مدير إدارة ويمثلون نسبة (11.2%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليه ممن وظيفتهم رئيس فرع ويمثلون نسبة (3.3%) من جميع مفردات عينة الدراسة، والباقي وظيفتهم ممن وظيفتهم مدير عام ويمثلون نسبة (1.7%) من جميع مفردات العينة

5. توزيع مفردات عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

جدول رقم (8) التوزيع التكراري والنسبي المنوي لمفردات عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة %
أقل من 5 سنوات	22	9.1
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	40	16.5
من 10 إلى أقل من 15 سنة	62	25.6
من 15 إلى أقل من 20 سنة	23	9.5
من 20 سنة فأكثر	95	39.3
المجموع	242	100.0

من خلال الجدول رقم (8) يلاحظ أن معظم مفردات عينة الدراسة سنوات خبرتهم من 20 سنة فأكثر ويمثلون نسبة (39.3%) من جميع مفردات عينة الدراسة، تم يليه ممن سنوات خبرتهم من 10 إلى أقل من 15 سنة ويمثلون نسبة (25.6%) من جميع مفردات عينة الدراسة ، تم يليه ممن سنوات خبرتهم من 5 إلى أقل من 10 سنوات ويمثلون نسبة (16.5%) من جميع مفردات

عينة الدراسة ، تم يليه ممن سنوات خبرتهم من 15 على اقل من 20 سنة ويمثلون نسبة (9.5%) من جميع مفردات عينة الدراسة والباقي ممن سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات ويمثلون نسبة (9.1%) من جميع مفردات عينة الدراسة. وبصورة عامة نلاحظ أن معظم مفردات العينة لهم خبرة كبيرة مما يجعلهم يدركون استمارة الاستبيان بشكل صحيح والإسهام بشكل فعال في الإجابة على أسئلة الاستبيان.

خامسا: - اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة

1. العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

جدول رقم (9) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لإجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية ودرجات الموافقة عليها حسب أسلوب التوزيع النسبي

م	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	درجة الموافقة
1	إدارة المصرف	00	16	14	75	137	عالية جدا
	النسبة%	0.0	6.6	5.8	31.0	56.6	
2	حجم المصرف	12	39	26	119	46	عالية
	النسبة%	5.0	16.1	10.7	49.2	19.0	
3	هيكل الودائع	5	9	40	132	56	عالية
	النسبة%	2.1	3.7	16.5	54.5	23.1	
4	توظيف الموارد		16	31	124	71	عالية
	النسبة%		6.6	12.8	51.2	29.3	
5	أرباح أو خسارة الأوراق المالية		22	83	102	35	عالية
	النسبة%		9.1	34.3	42.1	14.5	
6	أرباح أو خسارة القروض		11	48	124	59	عالية
	النسبة%		4.5	19.8	51.2	24.4	
7	السيولة	13	35	26	129	39	عالية
	النسبة%	5.4	14.5	10.7	53.3	16.1	
8	عمر المصرف	8	36	48	96	54	عالية
	النسبة%	3.3	14.9	19.8	39.7	22.3	
9	عدد موظفي المصرف	16	39	30	85	72	عالية
	النسبة%	6.6	16.1	12.4	35.1	29.8	
10	عدد فروع المصرف		26	13	124	79	عالية
	النسبة%		10.7	5.4	51.2	32.6	

من خلال الجدول رقم (9) يلاحظ أن:

أ- درجة الموافقة عالية جدا على العامل التالي:

1. إدارة المصرف

ب- درجات الموافقة عالية على العوامل التالية:

1. حجم المصرف

2. هيكل الودائع

3. توظيف الموارد

4. أرباح أو خسارة الأوراق المالية

5. أرباح أو خسارة القروض

6. السيولة

7. عمر المصرف

8. عدد موظفي المصرف

9. عدد فروع المصرف

ولاختبار معنوية درجة الموافقة على كل عامل من العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (10)

جدول رقم (10) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل الداخلية

المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

م	العبرة	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدلالة المحسوبة
1	إدارة المصرف	4.38	.866	-12.807	.000
2	حجم المصرف	3.61	1.115	-7.307	.000
3	هيكل الودائع	3.93	.854	-11.037	.000
4	توظيف الموارد	4.03	.829	-11.819	.000
5	أرباح او خسارة الأوراق المالية	3.62	.842	-9.139	.000
6	أرباح أو خسارة القروض	3.95	.790	-11.663	.000
7	السيولة	3.60	1.085	-7.333	.000
8	عمر المصرف	3.63	1.087	-7.689	.000
9	عدد موظفي المصرف	3.65	1.244	-7.128	.000
10	عدد فروع المصرف	4.06	.900	-11.639	.000

من خلال الجدول رقم (10) يلاحظ أن الدلالات المحسوبة أقل من مستوي المعنوية (0.05) ومتوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة تزيد عن متوسط المقياس (3) لجميع العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية لذلك نرفض الفرضيات الصفرية لهذه العبارات ونقبل الفرضيات البديلة لها وحيث إن متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على هذه العبارات تزيد عن متوسط المقياس (3) فهذا يدل على وجود ارتفاع معنوي في درجات الموافقة على هذه العوامل ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى المتعلقة بالعوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية تم إيجاد متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على جميع العبارات المتعلقة بهذه الفرضية، واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (11) الجدول رقم (11) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

البيان	المتوسط العام	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدلالة المحسوبة
العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية	3.8467	.82553	15.955	.000

من خلال الجدول رقم (11) يلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (15.955) بدلالة محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وحيث إن المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة (3.8467) وهو يزيد عن متوسط المقياس (3)، وهذا يشير إلى وجود عوامل داخلية تؤثر في ربحية المصارف التجارية وتتمثل هذه العوامل في العوامل التالية: -

1. في المرتبة الأولى (إدارة المصرف) بمتوسط (4.38) وانحراف معياري (0.866)
2. في المرتبة الثانية (عدد فروع المصرف) بمتوسط (4.06) وانحراف معياري (0.900)
3. في المرتبة الثالثة (توظيف الموارد) بمتوسط (4.03) وانحراف معياري (0.829)
4. في المرتبة الرابعة (أرباح أو خسارة القروض) بمتوسط (3.95) وانحراف معياري (0.790)
5. في المرتبة الخامسة (هيكل الودائع) بمتوسط (3.93) وانحراف معياري (0.854)
6. في المرتبة السادسة (عدد موظفي المصرف) بمتوسط (3.65) وانحراف معياري (1.244)

7. في المرتبة السابعة (عمر المصرف) بمتوسط (3.63) وانحراف معياري (1.087)
8. في المرتبة الثامنة (أرباح أو خسارة الأوراق المالية) بمتوسط (3.62) وانحراف معياري (0.842)
9. في المرتبة التاسعة (حجم المصرف) بمتوسط (3.61) وانحراف معياري (1.115)
10. في المرتبة العاشرة (السيولة) بمتوسط (3.60) وانحراف معياري (1.085)

1- العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

جدول رقم (12) التوزيع التكراري والنسبي المئوي لإجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية ودرجات الموافقة عليها حسب أسلوب التوزيع النسبي

م	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	درجة الموافقة
1	التكرار	00	17	13	66	146	
	النسبة%	0.0	7.0	5.4	27.3	60.3	عالية جدا
2	التكرار	4	8	22	116	92	
	النسبة%	1.7	3.3	9.1	47.9	38.0	عالية
3	التكرار		7	26	128	81	
	النسبة%		2.9	10.7	52.9	33.5	عالية
4	التكرار		7	36	106	93	
	النسبة%		2.9	14.9	43.8	38.4	عالية
5	التكرار		9	27	105	101	
	النسبة%		3.7	11.2	43.4	41.7	عالية
6	التكرار	13	17	44	105	63	
	النسبة%	5.4	7.0	18.2	43.4	26.0	عالية

من خلال الجدول رقم (12) يلاحظ أن:

ت-درجة الموافقة عالية جدا على العامل التالي:

1. الظروف الاقتصادية والسياسية

ث-درجات الموافقة عالية على العوامل التالية:

1. التشريعات القانونية والضوابط المصرفية

2. السياسة النقدية

3. الثقافة الاجتماعية والوعي المصرفي

4. المنافسة

5. أسعار الفائدة

ولاختبار معنوية درجة الموافقة على كل عامل من العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية تم استخدام اختبار ولكوكسون حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما في الجدول رقم (13)

جدول رقم (13) نتائج اختبار ولكوكسون حول متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

م	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدالة المحسوبة
1	الظروف الاقتصادية والسياسية	4.41	.880	-12.910	.000
2	التشريعات القانونية والضوابط المصرفية	4.17	.851	-11.998	.000
3	السياسة النقدية	4.17	.729	-12.702	.000
4	الثقافة الاجتماعية والوعي المصرفي	4.18	.787	-12.380	.000
5	المنافسة	4.23	.792	-12.546	.000
6	أسعار الفائدة	3.78	1.078	-8.639	.000

من خلال الجدول رقم (13) يلاحظ أن الدلالات المحسوبة أقل من مستوي المعنوية (0.05) ومتوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة تزيد عن متوسط المقياس (3) لجميع العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية؛ لذلك نرفض الفرضيات الصفرية لهذه العبارات ونقبل الفرضيات البديلة لها وحيث إن متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على هذه العبارات تزيد عن متوسط المقياس (3)، وهذا يدل على وجود ارتفاع معنوي في درجات الموافقة على هذه العوامل ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية المتعلقة بالعوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية تم إيجاد متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على جميع العبارات المتعلقة بهذه الفرضية، واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (14)

الجدول رقم (14) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة على جميع العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

البيان	المتوسط العام	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	الدالة المحسوبة
العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية	4.1563	.75183	23.926	.000

من خلال الجدول رقم (14) يلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (23.926) بدلالة محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية

البديلة، وحيث إن المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة (4.1563) وهو يزيد عن متوسط المقياس (3)، وهذا يشير إلى وجود عوامل خارجية تؤثر في ربحية المصارف التجارية وتتمثل هذه العوامل في العوامل التالية: -

1. في المرتبة الأولى (الظروف الاقتصادية والسياسية) بمتوسط (4.41) وانحراف معياري (0.880)
2. في المرتبة الثانية (المنافسة) بمتوسط (4.23) وانحراف معياري (0.792)
3. في المرتبة الثالثة (الثقافة الاجتماعية والوعي المصرفي) بمتوسط (4.18) وانحراف معياري (0.787)
4. في المرتبة الرابعة (السياسة النقدية) بمتوسط (4.17) وانحراف معياري (0.729)
5. في المرتبة الخامسة (التشريعات القانونية والضوابط المصرفية) بمتوسط (4.17) وانحراف معياري (0.851)
6. في المرتبة السادسة (أسعار الفائدة) بمتوسط (3.78) وانحراف معياري (1.078)

سادسا: - اختبار الفرضيات الرئيسية للدراسة

1-العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية بالصورة عامة

لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى المتعلقة بالعوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية تم إيجاد متوسطات إجابات مفردات عينة الدراسة على جميع العبارات المتعلقة بهذه الفرضية والمتمثلة في (العوامل الداخلية والعوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية) واستخدام اختبار (Z) حول متوسط المقياس (3) فكانت النتائج كما بالجدول رقم (15).

الجدول رقم (15) نتائج اختبار (Z) حول المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

البيان	المتوسط العام	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجات الحرية	الدلالة المحسوبة
العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية	3.9628	.76473	19.586	241	.000

من خلال الجدول رقم (15) يلاحظ أن قيمة إحصائي الاختبار (19.586) بدلالة محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) لذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وحيث إن المتوسط العام لإجابات مفردات عينة الدراسة (3.9628) وهو يزيد عن متوسط المقياس (3)، وهذا يشير إلى وجود عوامل تؤثر في ربحية المصارف التجارية وتتمثل هذه العوامل في العوامل التالية: -

1. في المرتبة الأولى (العوامل الخارجية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية) بمتوسط (4.1563) وانحراف معياري (0.75183)

2. في المرتبة الثانية (العوامل الداخلية المؤثرة على ربحية المصارف التجارية) بمتوسط (3.8467) وانحراف معياري (0.82553)

2- أثر المتغيرات الشخصية على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية المتعلقة بأثر العوامل الشخصية على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد على متوسطات إجابات مفردات العينة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية كمتغير تابع والمتغيرات الشخصية كمتغيرات مستقلة فكانت النتائج كما في الجدول رقم (16).

الفرضية الصفرية: - لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للمتغير الشخصي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية
مقابل الفرضية البديلة: - يوجد أثر ذو دلالة معنوية للمتغير الشخصي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

جدول رقم (16) نتائج تحليل التباين المتعلقة لأثر المتغيرات الشخصية على العوامل المؤثرة على ربحية

المصارف التجارية

المتغير الديموغرافي	مصدر الاختلاف	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	إحصائي الاختبار F	الدلالة المحسوبة Sig
العمر	بين المجموعات	114.403	3	38.134	342.024	.000
	داخل المجموعات	26.536	238	.111		
	المجموع	140.939	241			
المؤهل العلمي	بين المجموعات	116.587	4	29.147	283.660	.000
	داخل المجموعات	24.352	237	.103		
	المجموع	140.939	241			
التخصص	بين المجموعات	128.261	4	32.065	599.434	.000
	داخل المجموعات	12.678	237	.053		
	المجموع	140.939	241			
الوظيفة	بين المجموعات	120.839	5	24.168	283.761	.000
	داخل المجموعات	20.100	236	.085		
	المجموع	140.939	241			
عدد سنوات الخبرة	بين المجموعات	110.064	4	27.516	211.220	.000
	داخل المجموعات	30.874	237	.130		
	المجموع	140.939	241			

من خلال الجدول رقم (16) يلاحظ أن

1. قيمة إحصائي الاختبار لأثر العمر على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية (342.02) بدلالة معنوية محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوي (0.05) لذلك نرفض الفرية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للعمر على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية وباستخدام اختبار المقارنات المتعدد (LSD) وجد هناك اختلاف بين جميع الفئات العمرية.

2. قيمة إحصائي الاختبار لأثر المؤهل العلمي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية (283.66) بدلالة معنوية محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوي (0.05) لذلك نرفض الفرية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمؤهل العلمي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية وباستخدام اختبار المقارنات المتعدد (LSD) وجد هناك اختلاف بين جميع المؤهلات العلمية عدا بين المؤهل العلمي ماجستير ودكتوراه فلا يوجد اختلاف بينهما

3. قيمة إحصائي الاختبار لأثر التخصص العلمي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية (599.434) بدلالة معنوية محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوي (0.05) لذلك نرفض الفرية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتخصص العلمي على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية. وباستخدام اختبار المقارنات المتعدد (LSD) وجد هناك اختلاف بين جميع التخصصات العلمية.

4. قيمة إحصائي الاختبار لأثر الوظيفة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية (283.761) بدلالة معنوية محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوي (0.05) لذلك نرفض الفرية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للوظيفة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية. وباستخدام اختبار المقارنات المتعدد (LSD) وجد هناك اختلاف بين جميع الوظائف عدا بين مدير إدارة ورئيس الفرع وبين موظف ورئيس قسم فليس هناك اختلاف بينهما

5. قيمة إحصائي الاختبار لأثر سنوات الخبرة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية

(211.22) بدلالة معنوية محسوبة (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوي (0.05) لذلك نرفض الفرية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وهذا يدل على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لسنوات الخبرة على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية وباستخدام اختبار المقارنات المتعدد (LSD) وجد هناك اختلاف بين كل فئات سنوات الخبرة.

سابعا: - نتائج البحث

من خلال النتائج التي توصل إليها الباحث ووفقا لاستجابة مفردات عينة البحث يمكننا عرض النتائج العامة للبحث في المحاور التالية:

1. أثبتت نتائج البحث أن معظم مفردات عينة الدراسة أعمارهم من 30 إلى أقل من 45 سنة ويمثلون نسبة (48.3%)، تم يليهم ممن أعمارهم من 45 إلى أقل من 60 سنة ويمثلون نسبة (36.1%)
2. بينت نتائج البحث معظم مفردات عينة الدراسة ممن مؤهلاتهم العلمية بكالوريوس ويمثلون نسبة (66.9%) من جميع مفردات عينة الدراسة، يليهم ممن مؤهلاتهم العلمية دبلوم عالٍ ويمثلون نسبة (19%)
3. أما أعلى نسبة لمتغير التخصص العلمي عند محاسب ونسبته (49.2%) تم يليه تمويل ومصارف بنسبة (22.3%)
4. أما أعلى نسبة لمتغير الوظيفة عند موظف ونسبته (46.7%) تم يليه رئيس قسم بنسبة (24%).
5. وأعلى نسبة لمتغير سنوات الخبرة عند الفئة (من 20 سنة فأكثر) بنسبة (39.3%) تم الفئة (من 10 على أقل من 15 سنة) بنسبة (25.6%).
6. تتأثر ربحية المصارف التجارية حسب وجهة العاملين بها بمجموعة من العوامل، يمكن تصنيفها ضم فئتين: عوامل داخلية وعوامل خارجية.
7. تختلف العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية في أهميتها، وقد جاءت هذه العوامل وفق الترتيب التالي: الظروف الاقتصادية والسياسية، إدارة المصرف، المنافسة، الثقافة الاجتماعية، الوعي المصرفي، السياسة النقدية، التشريعات القانونية والضوابط المصرفية، عدد فروع المصرف، توظيف الموارد، أسعار الفائدة، أرباح وخسائر القروض، هيكل الودائع، عدد موظفين المصرف، عمر المصرف، أرباح وخسائر الأوراق المالية، حجم المصرف والسيولة.
8. يوجد أثر للمتغيرات الشخصية المتمثلة في (العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، الوظيفة وسنوات الخبرة) على العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية.

9. تؤثر الأوضاع السياسية والاقتصادية الغير المستقرة التي تمر بها ليبيا حاليا في انخفاض ربحية المصارف التجارية، حيث تم استهداف اعمال المصارف، فتعطلت تقديم الخدمات المصرفية، وتوقف نقل الأموال السائلة بين المدن بسبب الحالة الأمنية، يضاف إلى ذلك توقف عمليات التحويل المصرفي، وتقلبات أسعار الصرف الناتج عن تلاعب تجار العملة.
10. يوظف المصارف التجارية أمواله في أوجه استثمارية معينة، وبموجب لوائح قانونية تحد من هذه التوظيفات، وتتمثل في اسناد القروض وشراء اذونات الخزينة ومنح القروض والسلفيات والمتاجرة بالعملات الأجنبية وتقديم بعض الخدمات المصرفية، إلا ان هذه المهام تبقى محدودة بالمقارنة بالمهام التجارية والمالية للمصارف التجارية العالمية، مما يؤثر سلبا في ربحيتها.
11. تلعب السياسة النقدية للمصرف المركزي دورا بالغ الأهمية في التأثير في سياسات للمصارف التجارية فيما يتعلق بإدارة موجوداتها ومطلوباتها، وتختلف هذه الإجراءات من حيث انها اجراءات تقييدية او تتسم بطابع من التخفيف وذلك تماشا مع الظروف والأوضاع التي تمر بها البلاد حاليا.
12. إن جهل المتعاملين بأهمية العمل المصرفي، وخصوصا في ظل الأوضاع الحالية لديهم نوايا سيئة فيما يتعلق بالتعامل السلبي مع المصارف التجارية حيث يتأخرون أو يمتنعون من سداد ما عليهم من قروض وتسهيلات، مما يؤثر في ربحية المصارف التجارية.

التوصيات

1. لا بد من الاستقرار السياسي والاقتصادية، وبالتالي تخفيف القيود على المصارف التجارية في تقديمها للخدمات المصرفية للعملاء، وذلك من اجل زيادة ربحيتها.
2. لا بد من اختيار الرجل المناسب في المكان المناسب في إدارة المصارف التجارية، من أجل استقرار المصارف واستمرارها في العمل.
3. تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية بما يسهم في تشجيع إقبال المودعين والمقترضين للتعامل.
4. إعادة منح القروض كونها المصدر الأساسي لتحقيق الأرباح في المصارف التجارية، عن طريق زيادة ثقة العملاء وإغرائهم بتنوع الخدمات المالية المصرفية المقدمة للجمهور للجذب الزبائن، كتخفيض فوائد الإقراض وزيادة الإيداع.
5. التركيز على أوضاع المتعاملين الراغبين بالاقتراض للتأكد من قدرتهم على الوفاء بالتزاماتهم

- وأخذ الضمانات الكافية لمنع تعثر هؤلاء العملاء وقد المصرف كجزء من تسهيلات كديون متعثرة.
6. توفير بيئة مصرفية مستقرة وآمنة من أجل رفع الجدارة الائتمانية للجهاز المصرفي.
7. ضرورة قيام المصارف التجارية بتنويع استثماراتها من أجل زيادة الإيرادات وتقليل المخاطر، من ضمنها توظيف الأموال في محفظة الأوراق المالية؟
8. لا بد على المصارف التجارية العاملة في ليبيا أن توسع نشاطها من خلال زيادة انتشارها الجغرافي، لما لذلك من أثر إيجابي على ربحيتها، حيث إن زيادة عدد فروع المصرف يزيد من قدرته على جذب الودائع ومنح القروض للعملاء، ويضمن تقديم المصرف الخدمات المصرفية المتنوعة لأكبر عدد من العملاء، وبالتالي زيادة ربحية المصارف التجارية.

المراجع

1. أبو زعيتر، باسل، (2006). العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
2. الرشدان، ايمن احمد، (2002). محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية، جامعة آل البيت، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، عمان.
3. اللوزي، سليمان احمد، (1997). إدارة المصارف، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، عمان.
4. حماد، طارق عبد العال، (2005). حوكمة الشركات: المفاهيم والمبادئ والتجارب، تطبيقات الحوكمة في المصارف، الدار الجامعية.
5. الطيب موسى، نبيل مجيد الشريف، (2017). محددات الربحية في المصارف التجارية الليبية، دراسة مقارنة بين المصارف التجارية الليبية خلال الفترة بين 2000 - 2010، مجلة جامعة البحر المتوسط الدولية، العدد 3.
6. بنان، سعيد، (2006). تقييم الأداء المالي للمصارف الإسلامية، دراسة حالي المصرف الإسلامي والمصرف البركة الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
7. بو يوسف، فوزية، (2009). العوامل المؤثرة في أداء المصرف التجارية وعملياتها غير التقليدية، دراسة مقارنة بين المصرف الخاصة والمصارف العامة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطييف.

8. حسني خروري، (2018). العوامل المؤثرة في ربحية المصارف، دراسة تحليلية على عينة من المصارف الخاصة في سوريا، مجلة جامعة الفرات، سوريا.
9. خربوش، حسني علي، (2002). العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية في الأردن، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، مجلد 16، عدد 2.
10. خربوش، حسني علي، (2004). تقييم أداء محفظة القروض والتسهيلات الائتمانية لدى القطاع المصرفي الأردني، مجلة مؤتته للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الإنسانية.
11. خالد امين، (2006). إدارة العمليات المصرفية، المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
12. رسمية أبو موسى، (2000). أثر جودة الخدمة على الربحية ورضاء العملاء في المصارف الأردنية، دراسة مقارنة بين المصرف الإسلامي والمصرف الإسلامي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
13. سمير، كامل عاشور. سامية، أبو الفتوح، (1995). الاختبارات اللامعملية، معهد الإحصاء، ط1.
14. شاهين، على عبد الله، (2017). سياسات التمويل وأثره على أداء الشركات، دار حمير للنشر والتوزيع، القاهرة.
15. عايدة، نخلة رزق الله، (2002). دليل الباحثين في التحليل الإحصائي، دار الكتب، ط1، القاهرة.
16. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، (1997). الإحصاء للعلوم الإدارية والتطبيقية، دار الشروق، ط1، عمان.
17. عقل، مفلح، (1999). مقدمة في الإدارة المالية، معهد الدراسات المصرفية، ط2، عمان.
18. غانم، مروان، (2002). تقييم الأداء المالي للمصارف التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، عمان.
19. قندوز، علي احمد (2018)، التحوط وإدارة المخاطر ، مدخل مالي.
20. محمد، علي محمود، (2014). سعر الفائدة وتأثيره في ربحية المصارف التجارية، دراسة حالة مصرف سورية والمهجر، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 30، العدد الأول.
21. محمود، مهدي البياتي، (2005). تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، دار الحامد، ط1، عمان.



المراجع الأجنبية

1. Dalniela & Brain, W. (2010). Opportunity Costs and Non scale free capabilities: profit Maximization Corporate scope and profit Manger strategic management journal.31, (7).
2. Dimitry, Sologoub (2006). The Determinants of Bank Interest Margins and Profitability Case of Ukraine, BOFIT/CEFIR Workshop on Transinkki, April 7-8, Bank of Finland, Rauhankatu 19.
3. Jeter. D. C & P.K.Chaney.(2012). Advance Accounting. New Jersey: John Wiley and Sons Ins.
4. Levinthal, Daniel, A & WU, Brain. (2010). Opportunity costs and Non Scale free corporate scope and profit margins strategic management. Journal Strat, Mgmt. j,31.
5. Lumbym S & C, Jones. (2011). Corporate finance Theory and practice, London: south western.
6. Muhsen, M. (2000). Corporate Performance in Jordan: A study of Banking sector, The Arab Bank Reviw.
7. Staikouras, C. K & Wood, G.E. (2011). The Determinants of European Bank profitability, International Business & Economics Research Journal, 3 (6).
8. Tariq, W. Muhammad, U. Haseeb, Z. Inam, A. Imran. (2014). Determinants of Commercial Banks. Profitability: Empirical Evidence from Pakistan, International Journal of Accounting and Financial Reporting, 4 (2).
9. Tsuma, M. W & Gichinagal, L. (2016). Impact of strategic Response to change on financial performance of commercial Bank in Kenya, International Journal of social sciences and Entrepreneurship, 1 (13).
10. Vernimmen, P. P, Quiry. M, Dollochio & A, Salvi. (2011). Corporate finance: theory and practice, john Wiley and sons, ltd.