

قياس درجة العوامل المؤثرة في الربحية في المصارف التجارية الليبية  
 "دراسة مقارنة بين المصارف التجارية الليبية خلال الفترة من"  
 2010-2015 م

\*أ. نبيل إمجيد الشريف

\*أ. عبدالسلام محمد عمر البريكي

\*\*أ. محمد الطيب موسى القذافي

**المستخلص:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في الربحية المصارف التجارية الليبية وقياس أثر هذه العوامل على الربحية لوضع الحلول المناسبة بشأنها والخروج بتوصيات تساعد إدارات هذه المصارف في تطوير أدائها المصرفي. ولدراسة هذه المشكلة تم اتباع المنهج التحليلي الوصفي في تحليل بيانات الدراسة وذلك من خلال إتباع الخطوات التالية :

- 1- مراجعة أدبيات الدراسة للتعرف على محددات الربحية في المصارف التجارية بصفة عامة.
  - 2- تكوين الإطار النظري للدراسة (Theoretical Framework) من خلال الاعتماد على أدبياتها لتحديد المتغيرات المختلفة التي يمتثل ان تؤثر سلبيا على ربحية المصارف التجارية بصفة عامة .
  - 3- دراسة الإطار النظري للدراسة في ضوء العوامل البيئية المحلية التي تعمل في ظلها المصارف التجارية الليبية للتعرف على المتغيرات المختلفة التي يمتثل ان تؤثر سلبياً على ربحية المصارف التجارية في الليبية بصورة خاصة، أي بمعنى آخر صياغة فرضيات الدراسة ( الاستنتاجات النظرية ) .
- وتم تحديد مجتمع الدراسة في المصارف التجارية ، والحصول على البيانات والمعلومات ذات العلاقة بموضوع الدراسة من القوائم المالية لكل مصرف من المصارف التجارية الليبية والتقارير السنوية الصادرة عن مصرف ليبيا المركزي خلال الفترة الزمنية "2010-2015".
- واقترنت هذه الدراسة على تحليل البيانات المالية المتحصل عليها من القوائم المالية للمصارف التجارية ذات الملكية العامة وهي ( مصرف التجاري الوطني ومصرف الوحدة ) بالإضافة إلى مصرف التجارة والتنمية وذلك عن الفترة من (2010-2015)، وذلك لغرض معرفة العوامل المؤثرة على الربحية في المصارف التجارية الليبية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ان هناك عوامل تؤثر على الربحية و في كفاءة أداء المصارف التجارية فمثلا وضحت نتائج الدراسة أنه توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف والربحية في مصرف الوحدة ، وتأتي هذه النتيجة متوافقة مع الأدب المحاسبي بأنه كلما كبر حجم المصرف واتسعت دائرة نشاطه كلما أدى ذلك إلى تحقيق بعض الوفورات الاقتصادية ، والتي تتمثل في انخفاض تكلفة الخدمات المقدمة، وكذلك ازدياد تنوع العمليات التي يقوم بها، وبالتالي تنوع المخاطر التي يتعرض لها، كما أوضحت هذه الدراسة بأن هناك علاقة عكسية بين الحجم والربحية ولكن ليست ذات دلالة إحصائية في كل من المصرف التجاري و مصرف التجارة والتنمية والمصارف مجتمعة، مما يدل ذلك على انخفاض كفاءة إدارات المصارف في استغلال الأموال المستثمرة، وعدم وجود فرص استثمار حقيقية في بعض المجالات.

كما كان من اهم توصياتها ان تقوم المصارف التجارية الليبية بالتركيز على تطوير التكنولوجيا لديها لرفع كفاءة عمليات التشغيل وتحسين الإنتاجية وتحسين مستوى وسرعة تقديم الخدمة للعملاء ، لزيادة الأرباح ، وأيضا التركيز على فخامة المباني لجذب عملاء ومستثمرين أكثر للمصارف مما يجعلها مدرة للربح بشكل غير مباشر.

Email:nabilalaribe@gmail.com

Email:abdelsalam.elbariky@uob.edu.ly

Email: Msl191494@gmail.com

\* محاضر - قسم المحاسبة ، كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي

\* محاضر - قسم المحاسبة ، كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي

\*\*محاضر- كلية الإدارة والمحاسبة ، جامعة النجم الساطع

## 1- مقدمة :

لقد حققت الصناعة المصرفية خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين إنجازات هامة على الصعيد المحلي والعالمي إذا استطاعت أن تقوم بدور فعال ومميز في خدمة الاقتصاد ، كما تعد المصارف من المنشآت المالية الحيوية ضمن إطار الاقتصاد القومي (صيام وخربوش 2002)، حيث لعبت ولا تزال تلعب دوراً ريادياً واستراتيجياً في تنفيذ أهداف ومكونات السياسة المالية للدولة بعناصرها الائتمانية والنقدية وعليه فإنها تساهم بشكل جوهري في تطور الدول اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً (حسني و الدوري ، 2000).

ونظراً لتمييز المصارف التجارية بطبيعة اقتصادية تقتضي المحافظة على سلامة مراكزها المالية والتنسيق اليومي بين مواردها واستخداماتها بما يحقق خدمة العملاء ، وتوفير السيولة المطلوبة لهم مع تلبية طلبات العملاء من الإقراض والاستثمار، فان إدارات المصارف تحتاج إلى مجموعة من العوامل التي تساعد في تطوير ادائها المصرفي للوصول الى معدلات مرتفعة فيما يتعلق بمعدل العائد على حقوق الملكية (عبدالحميد ، 1991)

**2- الدراسات السابقة :-** يوجد العديد من أدبيات الدراسة التي ترتبط بموضوع العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، فعلى سبيل المثال ، هناك دراسات اهتمت بالعلاقة بين ربحية المصارف التجارية وحقوق أصحاب المشروع وهناك دراسات أخرى اهتمت بالعلاقة بين ربحية المصارف التجارية والهيكلة المالي ودراسات أخرى اهتمت بدراسة عوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية سواء أكانت عوامل داخلية أو خارجية .

فقد هدفت دراسة صيام وخربوش (2002م) إلى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية في الأردن ولتحقيق ذلك قام الباحثان بجمع البيانات اللازمة عن البنوك المدرجة في بورصة الأوراق 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، وعمر البنك لتحقيق ذلك بناءً على نموذج لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع بالاستناد إلى نموذج معادلة الانحدار الخطي ، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها :- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين ربحية البنوك التجارية والعوامل الآتية: حقوق الملكية، ونسبة المديونية، والفوائض النقدية والسيولة النقدية ومصاريف الدعاية والإعلان ، وعدم وجود علاقة

ذات دلالة إحصائية بين ربحية البنوك التجارية من جهة وإجمالي الأصول وعمر البنك من جهة أخرى. ووجود علاقة سالبة بين ربحية البنوك التجارية وإجمالي الأصول فيها.

أما دراسة مرهج وآخرون (2014) هدفت الى تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية السورية وترتيبها حسب اهميتها النسبية والمقارنة بين المصارف التجارية العامة والخاصة بخصوص العوامل التي تؤثر في ربحيتها وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة ان ربحية المصارف التجارية السورية تتأثر بمجموعة من العوامل يمكن تصنيفها ضمن فئتين : عوامل داخلية وعوامل خارجية كذلك أن هذه العوامل تختلف في اهميتها النسبية حيث كان اكثر العوامل تأثيراً الظروف الاقتصادية والسياسية وتوظيف الموارد والتشريعات القانونية والضوابط المصرفية، بينما كان عمر المصرف وعدد موظفي المصرف اقل العوامل تأثيراً كذلك توصلت الدراسة الى انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المصارف التجارية العامة والخاصة في العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على ربحيتها.

بينما دراسة جزوري (2018) هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة على الربحية في بعض المصارف التجارية الخاصة في سورية وهي مصرف بيمو السعودي الفرنسي ومصرف بيلوس ومصرف عودة والمصرف العربي وقد تم دراسة سلوك ربحية المصارف كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة المتمثلة في حجم حقوق الملكية ونسبة المديونية والسيولة النقدية وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة ارتباط تختلف قوتها بين مصرف واخر بين الربحية وكل من حجم حقوق الملكية ، حجم المديونية، حجم السيولة،

**3- مشكلة الدراسة :** يُعد قطاع المصارف احد القطاعات التي تميزت بالتطور الهائل وانطلاقاً من الدور الفعال الذي تساهم به في دعم الإنماء الاقتصادي والاجتماعي على الصعيد الوطني والعالمي لما تقدمه من خدمات لعملائها تزداد يوماً بعد يوم، فهي لا تزال جوهر النظام المالي في الدول النامية، وكذلك تعتبر المصارف التجارية هي المحرك الفعلي للنشاط الاقتصادي في كثير من دول العالم باعتبارها مجمع السيولة والربحية ومصدر الائتمان لمختلف المجالات الاقتصادية وغيرها من ميادين التنمية الاقتصادية والعمرانية، والتوجه حديثاً لتطوير مساهمة القطاع المصرفي (المصارف التجارية) في تنمية الاقتصاد الليبي من اجل تقليل الاعتماد على النفط(مسعود،2005).

ومما هو متعارف عليه دولياً ، انه من أهم أهداف المصارف التجارية تعظيم الأرباح في الأجل الطويل وتعظيم ثروة حاملي الأسهم في حدود القيود المفروضة على المصارف ، مع ملاحظة إن تحقيق هذه الأهداف يرتبط بمدى كفاءة وجود الخدمات المصرفية (سعيد، 1999).

ورغم كل ذلك فإنه لا يخفى إن الصناعة المصرفية تعاني من بعض نقاط الضعف، لاسيما وأن التحولات الجارية عالمياً تضع المصارف التجارية أمام تحديات جسام تجعلها مطالبة بتبني استراتيجيات فعالة وملائمة لتجاوز هذه التحديات وذلك بامتلاك القدرة على التماشي مع متطلبات التطوير والتحديث، رغم ضخامة التحديات في القدرة على التماشي مع متطلبات التطور والتحديث ومواجهة التحديات لاسيما وأن الدور الملحق على عاتق القطاع المصرفي يكبر عاماً بعد عام في ضوء المستجدات والتطورات الاقتصادية التي يشهدها العالم (صيام وخربوش، 2002).

لذلك على المصارف التجارية الليبية أن تواكب كل هذه المستجدات من خلال تحديث الخدمات التقليدية وإدخال الخدمات الجديدة مثل خدمات المصرف الناطق، خدمات صناديق الاستثمار، خدمات التأجير التمويلي، خدمات اعتماد الضمانات أو الجوهزات، خدمات ائتمان الاستثمار وغيرها، وتنمية وتطوير قدرات العناصر البشرية العاملة بهذه المؤسسات، وأن تنمي الوعي المصرفي لدى العملاء، حيث أن الوعي لأهمية العمل المصرفي وتثقيف العملاء بأهمية إيداع الأموال بالمصارف والتعامل بالصكوك وبطاقات الائتمان وهو دون شك له مردود إيجابي على كافة أفراد المجتمع (مسعود، 2002)، فالمصارف التجارية الليبية بحاجة إلى كوادر متينة متخصصة في تقديم خدماتها، وأن تنمي الوعي المصرفي لدى العملاء، فهي تعاني من تدني الربحية وتدني رؤوس أموالها وإلى وجود فائض في السيولة لدى المصارف التجارية وهي نابعة أساساً من عدم قدرة إدارة هذه المصارف على توظيف هذه الأموال بسبب عدم كفاءة الإدارة ومحدودية الفرص الاستثمارية في الدولة (الكيلاني، 2004).

ولأهمية المصارف التجارية المنبثقة عن قيامها بالعديد من الوظائف الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق اعلى عائد ممكن من خلال القيام بمهامها فكان لابد لنا من التعرف على العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية في ليبيا، إسهاماً في مساعدة إدارة تلك المصارف على تهيئة المناخ الملائم لتعزيز هذه العوامل بما يضمن للمصارف استمراريتها ونجاحها في تحقيق اهدافها وتحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة. وبذلك تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال التالي:-

ما هي العوامل التي تؤثر في ربحية المصارف التجارية الليبية؟

4- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:-

- (1) التعرف على العوامل المؤثرة في الربحية في المصارف التجارية الليبية.
- (2) تفسير سلوك العوامل ، ومالها من أثر على ربحية المصارف التجارية الليبية، مما يمكن تلك المصارف من إدارة أموالها بصورة أفضل، تعتمد على تقديرات رقمية محددة بمعاملات ثقة معينة، مما يرفع من كفاءة إدارة ربحية المصارف.
- (3) الخروج بتوصيات تساعد إدارات هذه المصارف في تطوير أدائها المصرفي.

### 5-أهمية الدراسة:-

تكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة وذلك للأسباب الآتية:-

- 1-إن قدرة المصارف التجارية على مواكبة المستجدات وتحسين الذات لمواجهة تحديات العولمة مرتبطة بنجاحها في تحقيق الربحية والاستمرارية ، ولتحقيق ذلك فان المصارف التجارية بحاجة إلى مجموعة من العوامل التي تساعد على تطوير أدائها بأسلوب يمكنها من تقديم خدماتها بكفاءة وفاعلية للتعامل مع المتغيرات التي تحدث في العالم الآن ولتعظيم ثروة الملاك .
- 2-تلبية حاجة العديد من فئات المجتمع الى التعرف على العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية ، كون الربحية دليلاً على كفاءة ادارة المصرف ومؤشراً إيجابياً للعملاء الذي يتعاملون معه ، ومصدر اطمئنان للمستثمرين فيه ، وموضوع ثقة للجهات الرسمية .
- 6-فرضيات الدراسة:- بناءً على ما ورد في مقدمة الدراسة والسؤال الرئيسي المطروح في مشكلة الدراسة فإنه يمكن صياغة الفرضيات

الآتية:

- الفرضية الاولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الأصول وربحية المصارف التجارية.
- الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وربحية المصارف التجارية.
- الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المديونية وربحية المصارف التجارية.
- الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الفوائض النقدية للمصارف التجارية وربحياتها.
- الفرضية الخامسة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السيولة النقدية للمصارف التجارية وربحياتها.
- الفرضية السادسة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والإعلان المنفقة سنوياً وربحية المصارف التجارية.

## 7- منهجية الدراسة:-

أ- منهج البحث العلمي المستخدم في الدراسة:- نظراً لكون الدراسة تبحث في طبيعة العلاقة بين عدة متغيرات فسوف يتم إتباع

المنهج التحليلي الوصفي في تحليل بيانات الدراسة. وقد اتبعت الدراسة هذا المنهج من خلال إتباع الخطوات التالية:

- 1- مراجعة أدبيات الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة على الربحية في المصارف التجارية بصفة عامة.
- 2- تكوين الإطار النظري للدراسة (Theoretical Framework) من خلال الاعتماد على أدبياتها لتحديد المتغيرات المختلفة التي يحتمل ان تؤثر سلبيا على ربحية المصارف التجارية بصفة عامة.
- 3- دراسة الإطار النظري للدراسة في ضوء العوامل البيئية المحلية التي تعمل في ظلها المصارف التجارية الليبية للتعرف على المتغيرات المختلفة التي يحتمل ان تؤثر سلبيا على ربحية المصارف التجارية في الليبية بصورة خاصة، أي بمعنى آخر صياغة فرضيات الدراسة (الاستنتاجات النظرية).
- 4- استخدام المصادر المتاحة مثل القوائم المالية كوسيلة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، وتصنيفها وتبويبها وتحليلها وصياغة النتائج (الاستنتاجات العملية).

ب- مجتمع الدراسة وعينتها:- يتكون مجتمع الدراسة من المصارف التجارية الليبية ذات الملكية العامة وذات الملكية الخاصة وهي

كما يلي:-

" مصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، ومصرف الجمهورية، ومصرف التجاري الوطني، والمصارف المملوكة للقطاع الخاص (مصرف التجارة والتنمية، ومصرف الأمان، ومصرف الإجماع العربي، ومصرف الوفاء، ومصرف السرايا، ومصرف المتوسط، والمصرف المتحد، ومصرف التجاري العربي ومصرف الواحة هذا مملوك لمصرف الساحل والصحراء).

عينة الدراسة:- تتكون من المصارف التجارية ذات الملكية العامة ونظرا لصعوبة تبني أسلوب المسح الشامل لكل مفردات المجتمع، فقد اقتصرت الدراسة على مصرف الوحدة ومصرف التجاري الوطني لتمييزهما بالانتشار الجغرافي. بالإضافة إلى مصرف التجارة والتنمية ذي الملكية الخاصة لتمييز نشاطه. وقد تم استبعاد المصارف التجارية الأخرى لصعوبة الحصول علي البيانات المالية التي تستخدم في احتساب متغيرات الدراسة.

ج- وسائل جمع البيانات:- تم جمع البيانات من المصادر المتاحة مثل القوائم المالية لكل مصرف من المصارف التجارية الليبية (مجتمع الدراسة)، كذلك التقارير المالية السنوية الصادرة عن مصرف ليبيا المركزي خلال الفترة من (2010م-2015م).

د- معالجة البيانات وتحليلها:- تم معالجة البيانات باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression Model) في اختبار فرضيات الدراسة وذلك من خلال التركيز على ما يأتي :-

تحليل التباين:- وذلك للتأكد من وجود دلالة إحصائية لكل متغير من متغيرات الدراسة المستقلة.

تحليل الانحدار المتعدد:- باستخدام أسلوب (Step Wise Regression) لتحديد المتغيرات الأكثر تأثيراً على ظاهرة الدراسة .

معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation):- للتعرف على اتجاه العلاقات المفترضة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع .

حدود ونطاق الدراسة:- اقتصرت هذه الدراسة على تحليل البيانات المالية المتحصل عليها من القوائم المالية للمصارف التجارية ذات الملكية العامة وهي (مصرف التجاري الوطني ومصرف الوحدة) بالإضافة إلى مصرف التجارة والتنمية وذلك عن الفترة من (2010-2015) وذلك لغرض معرفة محددات الربحية في المصارف التجارية الليبية.

8- متغيرات الدراسة : لغرض القيام بهذه الدراسة يتطلب الأمر تحديد المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وعند تحديد هذه المتغيرات يتم مراعاة أن تكون ملائمة للغرض المطلوب تحديده (العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية الليبية).

أولاً المتغير التابع : ويتمثل هذا المتغير في ربحية المصارف التجارية المقاسة بمعدل العائد على الاستثمار، حيث تمثل هذه النسبة مدى نجاح المصرف التجاري في توظيف أمواله.

ثانياً المتغيرات المستقلة : حجم الشركة مقاساً بإجمالي الأصول، نسبة الملاءة، نسبة المديونية، نسبة الفوائض النقدية، السيولة النقدية، مصاريف الدعاية والإعلان.

1- حجم المصرف مقاساً باللوغاريتم الطبيعي لجمالي الأصول.

2- نسبة الملاءة تمثل راس المال إلى الأصول الخطرة المرجحة.

3- نسبة المديونية وتمثل إجمالي الالتزامات إلى حقوق المساهمين، حيث يبين من خلال هذه النسبة مدى اعتماد المصرف على أموال الغير كمصدر تمويلي لاستثمارات المصرف.

4- نسبة الفوائض النقدية وتمثل الفوائض النقدية إلى حقوق المساهمين، حيث يتبين من خلال هذه النسبة مدى توافر فائض نقدي قابل للاستثمار.

5- السيولة النقدية وتمثل نسبة التداول التي تبين مدى قدرة المصرف على سداد التزاماته قصيرة الأجل من خلال أصوله المتداولة وقد تم احتساب هذه النسبة بقسمة الاصول السائلة على الخصوم الإيداعية.

6- نسبة مصاريف الدعاية والإعلان وتمثل إجمالي مصاريف الدعاية والإعلان إلى الخصوم الإيداعية ، حيث يتوقع إن مصاريف الدعاية والإعلان تؤدي إلى زيادة المعرفة بنشاطات المصرف وإقبال العملاء عليه مما يؤثر على ربحيته ، وقد تم نسبة مصاريف الدعاية والإعلان إلى الخصوم الإيداعية لان الدعاية والإعلان معني بالدرجة الاساسية بسلوك العملاء التي تمثل ايداعاتهم اهم مصدر خارجي للحصول على الاموال.

#### 9-الاطار النظري للدراسة :

9-1 ربحية المصارف التجارية: إن المنشأة المالية دائماً تسعى الى تحقيق أكبر ربح ممكن للملاك .ويشير وبتشك وآخرون ( نقلا عن هندي،2011). لتحقيق الاستقرار في النظام المصرفي لابد من تحقيق ارباح مجزية لملاك المصرف ، وقد برروا ذلك بأن التشريعات في كافة الدول لا تسمح بإنشاء مصرف جديد ، إلا إذا كان هناك دليل يشير إلى وجود فرصة جيدة لتحقيق عائد ملائم للملاك، حيث يضمن بقاء استثماراتهم فيه ، فانخفاض الربحية من شأنه أن يترك أثراً عكسياً على القيمة السوقية للسهم معلناً عن احتمال تعرض المصرف للتصفية أو ربما الإفلاس. وعرف عقل (1989) الربحية "بأنها عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق الأرباح"، والربحية تعتبر هدفاً للمنشأة ومقياساً للحكم على كفاءتها على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدة الجزئية وتقاس الربحية إما من خلال العلاقة بين الأرباح والمبيعات وإما من خلال العلاقة بين الأرباح والاستثمارات التي ساهمت في تحقيقها كما أن من المعايير الأساسية التي يهتم بها المحللون الماليون وكذلك مستخدمو القوائم المالية للحكم على مدى كفاءة الإدارة هو حجم الأرباح التي تحققها. فهي تمكنهم ليس من تقييم أدائها في الماضي فقط ، بل تمكنهم كذلك من التنبؤ بالتدفقات النقدية المستقبلية، والتي بدورها تؤثر على أسعار الأسهم (هندي،2010).



**9-2 أهمية الربحية في المصارف التجارية:-** إن لربحية المصارف التجارية أهمية لمختلف الفئات الاقتصادية في المجتمع، فمساهموا المصرف يهتمون بالربحية لأنها تمثل العائد على رأسمالهم المستثمر، ويستفيد مودعي المصارف من الربحية لأنها تؤدي إلى نظام مصرفي قوي وسليم عن طريق الأرباح المحتجزة المقيدة والغير مقيدة التي تزيد من ضمان ودائعهم وكذلك المقترضون من المصارف يستفيدون من أرباح المصارف لأنها توسع إمكانيات المصارف الإقراضية لتوسيع قاعدة رأسمالها التي تعتمد بشكل رئيسي على الأرباح المحققة، وحتى فئات المجتمع التي لا تتعامل مباشرة مع المصارف قد تجني فائدة غير مباشرة من الأرباح في القطاع المصرفي للمدى الذي تؤدي هذه الأرباح إلى تثبيت سلامة القطاع المصرفي وضمان الودائع وتوفير التسليف والائتمان اللازمين لدفع حركة الاقتصاد المحلي؛ بمعنى أن للربحية أهمية كبيرة بالنسبة للمصارف حيث تمكنها من تأييده خدماتها بشكل أفضل (باشا، 1987).

**9-3 العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية:-** يُعد هدف تعظيم ثروة الملاك من الاهداف الاستراتيجية للمصارف التجارية وقد ساد الاعتقاد ولازال من ان هذا الهدف انما يمثل الهدف الاول الذي يجب ان تدور حوله كل قرارات واستراتيجيات المصرف (حسني والدوري، 2000)، وان الجزء الاكبر من نشاط المصارف التجارية في الواقع ينصب على كيفية تحقيق هذا الهدف، وذلك في ظل الاوضاع والظروف الاقتصادية السائدة في الدولة بدون ان تستطيع التأثير فيها بشكل فعال. ففي مرحلة الانتعاش والتوسع الاقتصادي، تتجه المصارف نحو اصول ذات درجة عالية من العائد والمخاطر مثل القروض، اما في فترات الانكماش الاقتصادي فتحاول المصارف الابتعاد عن الاصول ذات المخاطر متجه نحو الاصول الاستثمارية اقل مخاطر وبالتالي اقل ربحية (علي، 2004)، كما ان هناك مجموعة من العوامل تؤثر في مقدرة المصرف على تعظيم ثروة الملاك وتستطيع ادارة المصرف التحكم فيها بشكل فعال واهمها: (دايس، 1999).

**1-حجم المصرف:-** تُعد زيادة حجم المشروعات وتركز الانتاج من اهم معالم النشاط الاقتصادي في العصر الحديث. ولا يختلف النظام المصرفي عن غيره من الانشطة الاقتصادية الأخرى من حيث انتشار ظاهرة التركيز فيه. فقد تميز التطور المصرفي منذ منتصف القرن التاسع عشر بتركز العمليات المصرفية في عدد قليل من المصارف العملاقة ذو الفروع المتعددة وازمحلال عدد المصارف الصغيرة في معظم الدول. ويفسر هذا الاتجاه العام نحو التركيز في النظم المصرفية الحديثة بما اسفر عنه العمل من تمتع المصارف الكبيرة المتعددة الفروع بميزات هامة منها تلك المزايا التي تنسب للمشروعات الكبيرة في مختلف مجالات الانتاج من حيث (حشيش، 2004).

أ- ان الحجم الكبير للمصرف واتساع دائرة نشاطه ، يؤدي الى تحقيق بعض الوفورات الاقتصادية التي تتمثل في انخفاض تكلفة الخدمة المقدمة وذلك على اساس ان المصرف الكبير ذو الفروع لا يحتاج لنفس الخليط من المهارات المتخصصة لوضع سياسات الاستثمار او سياسات الاقراض ، اذا يمكن الاستفادة بخدمات المركز الرئيسي في هذا الصدد ، يضاف الى ذلك قدرة المصرف الكبير الى جذب وتنمية القيادات الادارية والمهارات المتخصصة التي عادة ما تسهم في تخفيض التكاليف عندما يكون حجم العمليات كبير .

ب- توزيع المخاطر بما يترتب على هذا من تقليل احتمال فقدان السيولة . ذلك انه كلما كبر حجم المصرف وتعددت فروعه كلما ازداد تنوع العمليات التي تقوم بها ، سواء اكان ذلك في ناحية تنوع الاصول ام اتساع نطاق المنطقة الجغرافية التي يباشر فيها عملياته . وبديهي انه يترتب على تنوع الاصول والتوزيع الجغرافي للمخاطر زيادة متانة المركز المالي للمصرف ، اذ يقل بذلك احتمال تأثير مركزه بأزمة طارئة على صناعة معينة ، أو على مدين معين او على منطقة جغرافية بالذات .

وتجدر الإشارة أن الميزة الاولى ستؤدي الى علاقة ايجابية بين ربحية المصرف وحجم المصرف اذا كانت هناك وفورات عالية ، بينما تؤدي الميزة الثانية الى علاقة سلبية اذا ادى التنوع المتزايد لمحفظة القروض الى مخاطر ائتمان منخفضة وبالتالي الى ربحية اقل .

**2- مصاريف الدعاية والإعلان:-** إن الوعي المصرفي يعتبر من الجوانب التي تحكم درجة نمو وتطور الجهاز المالي والمصرفي حيث ان زيادة الوعي المصرفي يترجم الى زيادة حجم العمليات المصرفية وزيادة حجم الودائع والتي تقوم المصارف بمنحها في مجالات استثمارية متعددة تساهم بشكل أو بآخر في تنمية وتطوير مختلف القطاعات الاقتصادية (حسني والدوري، 2000) وتحقيق اقصى ثروة للملاك من ناحية والحفاظ على ودائع العملاء من ناحية اخرى ووسيلتها في ذلك هي محاولة اغراء العملاء بشتى وسائل المزيج الترويجي والتي تتمثل في مصاريف الدعاية والإعلان والعلاقات العامة والبيع الشخصي وتنشيط المبيعات (رمضان، 2006)، واذا كان يستلزم الامر تلطيف عبارات المسميات الوظيفية والتي فعلياً تنحصر في البيع مثل مندوب خدمات العملاء ومدير الحسابات المصرفية (هديب، 2007) وهذه الوسائل لا بد من وجود نوع من التنسيق والتكامل فيما بينها حتى تتحقق الأهداف الترويجية للمصرف، وتعتبر الدعاية والإعلان اقوى ادوات الاتصال التي تستخدمها المؤسسات للتعريف بنفسها وخدماتها (بوسنينة، 2001).

فالدعاية وسيلة غير شخصية وجمانية تهدف الى التعريف فقط بتاريخ المنظمة او انجازاتها او كفاءة ادارتها دون ان تدخل في محاولة اقناع العميل مباشرة لشراء الخدمة متبعة في ذلك النهج الاخباري او الصحفي .

أما الإعلان فهي وسيلة تسويقية مدفوعة الثمن لإقناع العميل بأفكار محددة من خلال وسائل الاعلان المختلفة .

**3-نسبة الملاءة:** إن رأس مال له دور هام في المحافظة على سلامة ومثانة وضع المؤسسات وسلامة الأنظمة المؤسساتية بشكل عام والمصرفية بشكل خاص حيث انه يمثل الداعم الاساسي الذي يمنع أي خسارة غير متوقعة يمكن أن يتعرض لها المصرف من أن تطل أموال المودعين، فكما هو معروف ان المصارف تعمل في بيئة تكتنفها درجة عالية من عدم التأكد الأمر الذي ينشأ عنه تعرضها لمخاطر عديدة تشمل بشكل رئيسي المخاطر الائتمانية ومخاطر السوق والمخاطر التشغيلية والمخاطر الاستراتيجية، ويرتبط رأس المال ارتباطاً وثيقاً بملاءة المصارف والتي تعتبر من المواضيع المهمة لكل من السلطات الرقابية والمصارف نفسها (بتال، 2012). حيث يقصد بالملاءة المالية العلاقة بين رأس المال ومجموع أصول المصرف التجاري، كما يسمى البعض هذه العلاقة بكفاية رأس المال (الكروي ومحمد، 2008)

أما ما يخص قياس الملاءة، فقد كانت تعتمد السلطات الرقابية ولسنوات عديدة نسبة الرافعة المالية الى ان حددت لجنة الرقابة المصرفية الدولية نسبة ملاءة رأس المال للمصارف التجارية بحيث لا تقل عن 8% وذلك وفقاً لاتفاقية (بازل 1) لعام (1988م) (المالكي، 2013) وقد اصبحت هذه النسبة معياراً عالمياً متبعاً. فقد جاءت مقررات لجنة بازل لتقدم تعريفاً للملاءة يأخذ بعين الاعتبار طبيعة الدور الذي يلعبه رأس المال في تحمل الخسارة وحماية أموال المودعين وقد ميزت رأس المال إلى شريحتين رئيسيتين هما رأس المال الأساسي ورأس المال المساند، (زاهر، 2014) كما ان لجنة بازل أخذت بعين الاعتبار التباين في مخاطر اصول المصرف، مما يتضح ان أسلوب القياس الذي اقترحتته لجنة بازل حاول تقديم أسلوب قياس ينسجم مع تعريف الملاءة وهي احتمالية إعسار المصارف إلا أن هذا الأسلوب واجه عدة مشاكل دفعت لجنة بازل الى إجراء تعديلات مهمة عليه كان أبرزها في عام 1996م حيث تم إضافة مخاطر السوق لمقام النسبة وإلى العمل أخيراً على تعديله بشكل جوهري من خلال المعيار الجديد للملاءة (كفاية رأس المال) أو ما يسمى بازل 2 الذي تم اضافة الية مخاطر التشغيلية حيث تقدمت لجنة بازل في عام 1999 بمعيار جديد لكفاية رأس المال يهدف إلى:- (المالكي، 2013).

- تعزيز سلامة ومثانة النظام المالي والمصرفي.

- تعزيز التنافسية بين مؤسسات الجهاز المصرفي.

- تغطية أشمل للمخاطر التي تواجه المصارف.

- تطوير أساليب لقياس والمخاطر تتميز بدرجة عالية من الحساسية للمخاطر التي تواجه المصارف.

- التركيز على المصارف الكبيرة التي تمارس الأنشطة المصرفية على أساس دولي وفي نفس الوقت يتضمن مبادئ ووسائل تجعل من المناسب تطبيقه من قبل البنوك الصغيرة ومتوسطة الحجم.

وقد تضمن المعيار كفاية رأس المال الجديد (بازل2) ثلاثة مبادي هي قياس الحد الأدنى لدرجة الملاءة ويعتبر المبدأ الوحيد الذي تضمنته (بازل1) ومراجعة السلطات الرقابية ومراقبة السوق. (المالكي، 2013).

**4- الفوائض النقدية:-** وهو عبارة عن الفائض في السيولة النقدية والاحتياطي النقدي اللتان يحتفظ بهما المصرف التجاري فعلاً ولا يدران أي عائد من ما يطلبه المصرف المركزي في شكل احتياطات نقدية وسيولة قانونية (عبدالفتاح 1993) ويتحدد حجم الفائض النقدي اللازم على ضوء حجم ونمط ثلاث مجموعات من الفوائض النقدية هي (هندي، 2011).

**أ- الفائض النقدي المجدول:-** وهي تلك التدفقات (الداخلية والخارجية) التي يتوفر للمصرف بشأنها معلومات تكاد تكون مؤكدة عن حجمها وتوقيت حدوثها،

**ب- الفائض النقدي المتوقع "يمكن التنبؤ به":-** وهي تلك التدفقات التي ليس لدى المصرف بشأنها معلومات مؤكدة عن حجمها او توقيت حدوثها، غير انه يستطيع التنبؤ بها.

**ج- الفائض النقدي غير المتوقع:-** هي تلك التدفقات التي لا يمكن التنبؤ بها سواء من حيث حجمها او توقيت حدوثها وللتغلب على عدم التأكد بشأن تلك التدفقات يمكن اللجوء الى بعض الاجراءات الوقائية . فمثلاً قد يطلب المصرف من كبار المودعين احاطته مقدماً باحتمال قيامهم بمسحوبات غير عادية . كذلك يمكن للمصرف ان يضع نظاماً يقوم بمقتضاه العاملين بقسم الودائع بإخطار رؤسائهم اذا ما لاحظوا تغيرات معينة في حركة الودائع بما يسمح بمواجهة الموقف في الوقت المناسب. وهناك اجراء اخر يتمثل في احتفاظ المصرف برصيد نقدي للطوارئ لمواجهة المسحوبات غير المتوقعة.

**5- السيولة:-** يقصد بالسيولة في معناها المطلق النقدية، أما فنياً فان السيولة يقصد بها قابلية المصرف على تحويل الاصل إلى أصول سائلة لمواجهة الالتزامات المالية في مدة استحقاقها أو خلال مدة قصيرة (عبدالحميد، 2002). كما هو معلوم فإن نسبة كبيرة من خصوم المصرف هي مستحقة الدفع عند الطلب ومن هنا يتوجب على إدارة المصرف أن تكون مستعدة لطلبات هؤلاء المودعين. لان مجرد إشاعة عن عدم توفر سيولة كافية لدى المصرف كفيلاً بان تزعزع ثقة المودعين ويدفعهم فجأة لسحب وداائعهم مما قد يعرض

المصرف للإفلاس. وعلية فان المصارف تحتفظ بجزء من أموالها في شكل نقدية في الخزينة وأرصدة لدى المصارف الاخرى على شكل حسابات جارية كاحتياطي لمواجهة حركة سحب الودائع وذلك لتطبيق قانون مراقبة المصارف الذي ينص بضرورة الاحتفاظ بنسبة من الاحتياطي القانوني في شكل ودائع تحت الطلب لدى المصرف المركزي (رمضان، 2006).

**6- المديونية (الالتزامات):** - هي عبارة عن التزامات المصرف تجاه الغير، ويمكن تعريف الالتزامات "بأنها تضحيات مستقبلية محتملة لفوائد اقتصادية ناشئة عن التزامات حالية لمنظمة معينة، بتحويل اصول أو توفير خدمات لمنظمات أخرى في المستقبل نتيجة لعمليات أو أحداث في الماضي (حجازي، 2000). وبصفة عامة فان التزامات المصارف التجارية تتكون من الودائع المصرفية والاقتراض المصرفي، (شيحه، 1985)

**أ. الودائع :-** تعتبر الودائع بجميع أنواعها (الودائع الجارية (تحت الطلب)، الودائع الثابتة، وودائع الادخار) مصدر التغذية لعمليات المصارف، وان قدرة المصرف على منح الائتمان والقروض لتحقيق الربحية مقيدة بحجم الودائع المتاحة (الزبيدي، 2000).

**ب- القروض المصرفية:-** تعتبر القروض بين المصارف من أهم مصادر الأموال للمصارف التجارية في الوقت المعاصر، حيث يمكن أن يلجأ المصرف التجاري إلى المصرف المركزي مقترضاً المبالغ التي يحتاج إليها تحت شروط معينة يضعها المصرف المركزي ويمكن أيضاً للمصرف التجاري أن يقترض من غيره من المصارف عندما يحتاج إلى أموال للتوظيف أو عندما يواجه عجزاً في السيولة، وتشكل هذه القروض نسبة ضئيلة بالنسبة لإجمالي مصادر أموال المصرف التجاري (شيحه، 1985).

**10-مجتمع وأسلوب الدراسة:-** يتناول هذا الجانب الأسلوب التطبيقي المتبع في الدراسة من حيث مجتمع وعينة الدراسة ومحتويات وأسلوب جمع البيانات وأسلوب التحليل الإحصائي المستخدم لاختبار فرضيات الدراسة.

**10-1- مجتمع وعينة الدراسة:-** يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية والتي تتكون من عشرة مصارف تجارية بالإضافة إلى المصارف الأهلية "مصرف الجمهورية، والمصرف التجاري الوطني، ومصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، ومصرف التجارة والتنمية، ومصرف الأمان للتجارة والاستثمار، و مصرف الوفاء، مصرف الإجماع العربي، و المصارف الأهلية"

**أما عينة الدراسة:** تتكون من المصارف التجارية ذات الملكية العامة ونظراً لصعوبة تبني أسلوب المسح الشامل لكل مفردات المجتمع، فقد اقتصرت الدراسة على مصرف الوحدة ومصرف التجاري الوطني لتميزهما بالانتشار الجغرافي. بالإضافة إلى مصرف التجارة والتنمية

ذو الملكية الخاصة لتمييز نشاطه. وقد تم استبعاد المصارف التجارية الأخرى لصعوبة الحصول على البيانات المالية التي تستخدم في احتساب متغيرات الدراسة.

**10-2-أداة تجميع البيانات:-** تم تجميع البيانات الخاصة بالدراسة في شكل سلسلة زمنية تغطي إحدى عشرة سنة مالية متتابعة، تبدأ من 2010م حتى عام 2015م ، وقد اعتمدت هذه الدراسة في الحصول على البيانات المطلوبة للبحث من القوائم المالية للمصارف التجارية لعينة البحث عن السنوات المالية الخاصة بفترة البحث.

**10-3-الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:-** بعد تجميع متغيرات الدراسة من القوائم المالية والتقارير السنوية المنشورة عن مصرف ليبيا المركزي، ثم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:-

**معامل الاختلاف أو التغير (C.V):** وهو عبارة عن مقياس إحصائي يستخدم لمعرفة أي المصارف أكثر تناسقاً واستقراراً في بياناتها خلال فترة الدراسة وذلك لكل متغير من متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة ، ويمكن قياس معامل الاختلاف عن طريق المعادلة الآتية:

$$\frac{S}{\bar{X}} \times 100 = C.V$$

حيث أن :  
 C.V = معامل الاختلاف أو التغير .  
 S = الانحراف المعياري لقيم X عن الوسط الحسابي .  
 $\bar{X}$  = الوسط الحسابي لقيم X .

### معامل تضخم التباين ( Variance In Fiation Factor ) :-

إن من إحدى المشاكل المهمة التي تواجه الانحدار المتعدد هي إمكانية وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة، فإذا كان الارتباط بين المتغيرات المستقلة قويا، فإن ذلك يؤدي إلى تضائل مصداقية معاملات الانحدار، ويتم الكشف عن الارتباط الخطي المتعدد (Detection of Muticollinearity) بين المتغيرات المستقلة عن طريق استخراج معامل تضخم التباين (Varionce In Fiation Factor) والذي يرمز لها بالرمز (VIF).

من الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة هو :-

**(1)- استخدام بيانات إضافية (Additional data):-** بما أن مشكلة الارتباط الخطي المتعدد هي في الأساس مشكلة بيانات عينة ، لذا فإن هذه الطريقة تعالج المشكلة بزيادة البيانات المستعملة أي بزيادة حجم العينة .

(2) - إسقاط بعض المتغيرات (Dropping Variables) :- من الطرق المستخدمة أيضا لمعالجة مشكلة الارتباط الخطي

المتعدد هي إسقاط المتغير المستقل الذي يرتبط بعلاقة خطية قوية مع المتغيرات المستقلة الأخرى. (فتحي بوسدره: ص 244). ونظرا

لصعوبة الحصول على بيانات إضافية، فإن هذه الدراسة سوف تستخدم الاقتراح الثاني وهو إسقاط بعض المتغيرات المستقلة.

معامل الارتباط المتعدد (Coefficient of Multiple Correlation) : وهو عبارة عن المقياس الإحصائي

المستخدم بشكل واسع لقياس العلاقة بين المتغير التابع "y" والمتغيرات المستقلة (X1, X2, ..., Xk-1) بمجموعة.

$$R = \frac{\sum x_i y_i - n \bar{x} \bar{y}}{\sqrt{\left[ \sum x_i^2 - n \bar{x}^2 \right] \left[ \sum y_i^2 - n \bar{y}^2 \right]}}$$

حيث إن :-

$\bar{x}$  تمثل الوسط الحسابي لقيم x

$\bar{y}$  تمثل الوسط الحسابي لقيم y

R ترمز لمعامل الارتباط بيرسون ، حيث ان :-

$$-1 \leq R \leq 1$$

مع ملاحظة أنه عندما يحتوي نموذج الانحدار علي متغير مستقل واحد أي عندما (K-1=1) فإن R سيكون هو نفسه r. فإذا

كانت العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة قوية وموجبة فإن قيمة (R) تقترب من (1) وإذا كانت العلاقة قوية وسالبة

عكسية ، فإن قيمة (R) تقترب من (-1) وكلما اقتربت قيم (R) من الصفر فيعني ذلك أن العلاقة ضعيفة ، وهنا نستطيع القول إنه

كلما تقترب النقاط من خط الانحدار أو تقع على خط الانحدار فإن قيمة (R) تقترب من الواحد وكلما ابتعدت النقاط عن خط

الانحدار فإن قيمة (R) تقترب من الصفر .

-وعندما تتحدث على الارتباط بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة فيقصد بها الارتباط الخطي غير التام (Imperfect) وليس

الارتباط الخطي التام (Perfect) .

- ويقصد بالارتباط الخطي التام أنه توجد علاقة تامة بين المتغير التابع (Y) والمتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, \dots, X_{K-1}$ ) ولا توجد متغيرات أخرى تؤثر في (Y)، وفي هذه الحالة يكون معامل الارتباط المتعدد بين المتغير والمتغيرات المستقلة مجتمعة هي ( $R=1$ )

- أما حالة وجود علاقة خطية غير تامة بين المتغير التابع (Y) وبقية المتغيرات المستقلة ، فيعني ذلك أنه توجد متغيرات أخرى تؤثر في المتغير التابع بالإضافة للمتغيرات المستقلة ولكن هذه المتغيرات لا تظهر في النموذج ، ويرمز لها بالرمز (ei) ويطلق عليها خطأ العشوائي الذي يمثل المتغيرات الأخرى التي لم تظهر في نموذج الانحدار . وهنا معامل الارتباط المتعدد يقع ما بين  $-1 < R < 1$  وهذه الدراسة تبحث على الارتباط الخطي المتعدد غير التام وليس الارتباط الخطي المتعدد التام الذي يكون من المستحيل ظهوره في مثل هذا النوع من الدراسات.

معامل التحديد المتعدد  $R^2$  - وهو عبارة عن نسبة التغير في المتغير التابع (Y) الذي يمكن تفسيره نسبة التغير في المتغيرات المستقلة ( $X_1, X_2, \dots, X_{K-1}$ )، أي نسبة تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع .

### تحليل التباين Analysis of Variance

وقد تم استخدامه لاختبار مدى وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل على المتغير التابع عندما تكون القيمة الإحصائية المستخدمة هي قيمة توزيع F عند مستوى أهمية  $\alpha=0.05$ .

وفيما يأتي جدول تحليل التباين في اتجاه واحد (One-way Analysis of Variance)

جدول رقم (1) تحليل التباين الأحادي (Anova Table) :

مصدر الاختلافات S.O.V Source of variation	مجموع المربعات "ss" Sum of squares	درجات الحرية df Degree of freedom	متوسط المربعات mss Mean squares	قيمة F المحسوبة Computed f
بين المعاملات regression داخل المعاملات "الخطأ العشوائي" Random Error	SSr	K-1	$\frac{SSr}{K-1}$ MST =	= MST - MSe
	SSe	K(n-1)	$\frac{SSe}{n-k}$ MSe =	
Total	SST	(Kn-1)		

معامل الاختلاف أو التغير المعياري (Coefficient of Variation):



يمكن تعريف الاختلاف "التشتت" على انه التقارب او التباعد بين المشاهدات داخل المجموعة الواحدة، ويعتبر الانحراف المعياري من اهم مقاييس التشتت وهو الاكثر استخداماً في القوانين والنظريات الاحصائية ويعرف بانه "الجذر التربيعي لمتوسط مجموع مربع انحرافات القيم عن متوسطها ويرمز لها بالرمز (S)، الا ان الانحراف المعياري وحده لا يكفي لإعطاء صورة واضحة عن الاختلاف "التشتت" داخل مجموعة من البيانات، خاصة اذا كانت المشاهدات مختلفة الانواع او ان اوساطها غير متساوية، فان الاعتماد على الانحراف المعياري ستكون غير واقعية ، وغير منطقية (القاضي، 2003)، ولهذا السبب وجدت مقاييس لا تعتمد على تمييز محدد من ناحية او في حالة اختلاف الاوساط الحسابية لظاهرة واحدة من ناحية أخرى، ومن بين هذه المقاييس معامل الاختلاف حيث يقيس هذا المعامل الاختلاف النسبي أي التشتت النسبي "التشتت كنسبة مئوية للمتوسط"، وبالطبع كلما كبر معامل الاختلاف دل ذلك على قوة التشتت بين مفردات توزيع الظاهرة في حين اذا صغر معامل الاختلاف كلما دل ذلك على ضعف التشتت بين مفردات توزيع الظاهرة (عبدربه، 2005).

وبمعنى آخر يستخدم معامل الاختلاف لمعرفة أي بيانات مجتمع الدراسة أكثر تناسقاً واستقراراً خلال فترة الدراسة وذلك لكل متغير من متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة ، بحيث تقارن مع بعضها البعض والتي تحقق اقل قيمة لمعامل الاختلاف لكل متغير تعتبر بياناتها في ذلك المتغير أكثر استقراراً وانسجاماً من بقية المصارف قيد الدراسة .

جدول رقم (2) يعرض الجدول التالي نتائج معامل الاختلاف أو التغير لكل مصرف ولكل متغير

المتغيرات المصرف	الربحية	حجم المصرف	نسبة الملاءة	نسبة المديونية	الفائض النقدي	السيولة	الدعاية والاعلان
التجاري الوطني	%42.6	%22.5	%10.7	%24.8	%68	%38	%29
الوحدة	%25.5	%12	%11.4	%6.3	%33.5	%19.5	%48
التجارة والتنمية	%59	%70	%19	%31	%35	%24	%51.7

من خلال الجدول أعلاه المقارنة بين المصارف التجارية على النحو التالي :-

-من خلال الجدول رقم (2) يتضح ان بيانات المتغير التابع (ربحية المصرف التجاري) لمصرف الوحدة اقل تشتت بين مفردات توزيع الظاهرة، فعند الرجوع الى بيانات المتغير التابع نجد ان المتغير التابع لمصرف الوحدة ثابت خلال فترة الدراسة. مما يؤدي ذلك الى انعدام العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة لهذا المصرف، اما بقية المصارف الاخرى فهي على الترتيب من الاقل تشتتاً الى الاكبر تشتتاً " مصرف التجاري الوطني، مصرف التجارة والتنمية.

ويتضح أيضاً من خلال الجدول السابق أن بيانات حجم المصرف لمصرف الوحدة اقل تشتتاً، أي أكثر تناسقاً واستقراراً، ثم تأتي في الترتيب من الاقل تشتتاً الى الأكثر تشتتاً في بيانات حجم المصرف للمصارف الاخرى على النحو التالي "مصرف التجاري الوطني، مصرف التجارة والتنمية". كذلك من خلال الجدول السابق يتضح ان بيانات نسبة الملاءة للمصرف التجاري الوطني اقل تشتتاً، أي أكثر تناسقاً واستقراراً، ثم تأتي في الترتيب من الاقل تشتتاً الى الأكثر تشتتاً في بيانات نسبة الملاءة للمصارف الاخرى على النحو التالي "مصرف الوحدة، مصرف التجارة والتنمية".

كذلك يتضح أن معامل الاختلاف لمصرف الوحدة قد اخذ الترتيب الاول في تناسق واستقرار بيانات نسبة المديونية، مما يدل على الاستقرار النسبي ما بين المصادر الخارجية والمصادر الداخلية لهذا المصرف ثم تأتي على الترتيب من الاقل تشتتاً الى الأكثر تشتتاً المصارف الاخرى "مصرف التجاري الوطني، مصرف التجارة والتنمية"، ومما يجب ملاحظته أن بيانات مصرف التجارة والتنمية "حجم المصرف و نسبة الملاءة ونسبة المديونية" قد أخذت الترتيب الاخير مما يدل على عدم استقرار وتناسق بيانات هذا المصرف، ويعزي الباحثون هذه النتيجة بانه على الرغم من حداثة هذا المصرف الا انه قام بتقديم خدمات متميزة وجديدة على سوق الخدمات المصرفية في ليبيا مما أدى الى الاقبال الهائل للمودعين وبالتالي عدم استقرار بيانات نسبة المديونية علاوة على ذلك الزيادة المستمرة في حقوق الملكية أكثر من مرة بهدف حماية اموال المودعين وبث الثقة لديهم في هذا المصرف ، وان عدم استقرار المصادر الخارجية والمصادر الداخلية اثر على استقرار بيانات حجم المصرف.

ويتضح من الجدول السابق ان بيانات الفائض النقدي لمصرف الوحدة اقل تشتتاً، ثم يأتي على الترتيب الثاني "مصرف التجارة والتنمية" مما يؤكد ذلك على مدى الثبات النسبي لحجم الفائض النقدي لهذه المصارف، كما اظهر معامل الاختلاف ايضاً ان أكثر المصارف تشتتاً في بيانات الفائض النقدي هو مصرف التجاري الوطني مما يدل على عدم كفاءة ادارة التدفقات النقدية لهذا المصرف، حيث اظهر معامل الاختلاف ان انحراف متغيرات الفائض النقدي عن المتوسط بنسبة 68%.

ويتضح أيضاً من الجدول السابق ان بيانات السيولة النقدية لمصرف الوحدة اقل تشتتاً بين مفردات توزيع الظاهرة، ثم تأتي على الترتيب الثاني والثالث على التوالي "مصرف التجارة والتنمية ، مصرف التجاري الوطني" وهو بالتالي مؤشر على الإدارة الجيدة للسيولة وتأكيدها لقدرتها على الوفاء بالتزامات .

كذلك يتضح من الجدول السابق ان بيانات مصاريف الدعاية والاعلان لمصرف التجاري الوطني اقل تشتتاً، أما بقية المصارف

الاحرى فهي على الترتيب من الاقل تشتتاً الى الأكبر تشتتاً مصرف الوحدة"، مصرف التجارة والتنمية.

#### 10-4- اختبار فرضيات الدراسة:-

أولاً :- بالنسبة للمصارف مجتمعة .

الكشف عن الارتباط الخطي المتعدد واختبار أفضل نموذج:-

جدول رقم (3) معامل تضخم التباين (Vif) ومستوي المعنوية (Sig) للمصارف مجتمعة

النموذج الثالث		النموذج الثاني		النموذج الأول		النماذج المتغيرات المستقلة
Sig	Vif	Sig	Vif	Sig	Vif	
----	---	.520	6.45	.559	10.5	إجمالي الأصول
.000	2.23	.000	2.42	.000	4.3	نسبة الملاءة
.000	1.10	.003	1.25	.003	2.4	نسبة المديونية
.000	2.45	.000	2.60	.000	3.5	نسبة الفوائض النقدية
.000	2.08	.000	2.20	.000	2.6	نسبة السيولة النقدية
----	----	----	----	.755	13.5	مصاريف الدعاية والاعلان

يحتوي الجدول رقم (3) علي ثلاثة نماذج انحدار متعدد:

-النموذج الأول:- يحتوي النموذج الأول علي نتائج الانحدار المتعدد الذي يجمع المتغير التابع (الربحية) وجميع المتغيرات المستقلة،

حيث نلاحظ أن معامل تضخم التباين (Vif) لكل من مصاريف الدعاية والاعلان (Vif= 13.5)، وإجمالي الاصول ( Vif =

10.5) أكبر من (10)، مما يدل ذلك على أن هناك مشكلة ارتباط خطي متعدد بين المتغيرات المستقلة، وللتخلص من هذه المشكلة

لابد من إسقاط إحدى هذه المتغيرات المستقلة (إجمالي الأصول أو مصاريف الدعاية والاعلان)، حيث يتم إسقاط أقل المتغيرات

المستقلة معنوية، وعند اختبار مستوى المعنوية نلاحظ أن المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) هو أقل المتغيرات المستقلة معنوية

(Sig = .755) مما يترتب عليه إسقاط هذا المتغير أولاً. ثم نقوم بتوفيق نموذج انحدار متعدد آخر بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة

باستثناء المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) الذي تم إسقاطه، وهذا مما يوضحه النموذج الثاني.

النموذج الثاني:- نلاحظ في النموذج الثاني أن معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة أقل من (10) مما يدل أنه لا

توجد علاقة خطية مرتفعة غير تامة، تربط بين المتغيرات المستقلة، كما أن قيمة (P-Value) تنخفض كلما تم حذف متغير مستقل

ليس له تأثير معنوي، وقد تم إسقاط أقل المتغيرات معنوية وهو إجمالي الأصول ( $P\text{-Value} = 0.520$ ) حتى تتحصل على أفضل نموذج يربط المتغير التابع مع المتغيرات المستقلة.

**النموذج الثالث:-** هو أفضل نموذج انحدار متعدد يربط المتغير التابع والمتغيرات المستقلة ( نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) .  
ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي.

جدول رقم(4) ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي للمصارف مجتمعة

النموذج رقم (3)	R	R <sup>2</sup>	P-Value
	.886	.785	.000

تشير نتائج تحليل الانحدار أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنها هذا النموذج لها علاقة ذات دلالة معنوية بالمتغير التابع ( P-Value =0.000) حيث وجد أن المتغيرات المستقلة المكونة للنموذج تفسر ( $R^2 = 78.5\%$ ) من المتغيرات التي تطرأ على المتغير التابع (الربحية) أما ( $22.5\%$ ) من تلك المتغيرات ترجع إلى تأثير عوامل أخرى ، كما تشير النتائج أيضا، إلى أن الارتباط بين المتغير التابع (الربحية) والمتغيرات المستقلة (نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) . هو عبارة عن ارتباط قوى ( $R = 0.886$ ) ، نتائج تحليل الانحدار التدريجي

جدول رقم (5) نتائج تحليل الانحدار التدريجي للمصارف مجتمعة

النموذج	المعاملات غير المعيارية	الخطأ العشوائي	المعاملات المعيارية	اختبار (T)	مستوي المعنوية (Sig)
Constant (3)	$-3.418^{E-02}$	.074		-.464	.688
نسبة الملاءة	$1.942^{E-02}$	.000	.268	1.683	.000
نسبة المديونية	$-4.54^{E-02}$	.003	-.294	-1.252	.000
نسبة الفوائض النقدية	$3.520^{E-02}$	.007	.361	2.848	.000
نسبة السيولة النقدية	$-3.930^{E-02}$	.004	-.259	-2.637	.000

من خلال نتائج تحليل الانحدار التدريجي، الموضحة في الجدول رقم (5) يتضح ما يأتي:-  
الفرضية الأولى: ("لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية وحجم المصرف مقاسا باللوغاريتم الطبيعي لأجمالي الأصول ولكن ليست ذات دلالة إحصائية ( $P\text{-Value} = 0.520$ ) عند مستوى معنوية 5% وتعزى الدراسة عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية إلى محدودية الفرص الاستثمارية في الدولة وذلك لغياب دور سوق الأوراق المالية وعدم توافر الضمانات

الكافية التي تشجع المصارف على منح المزيد من الائتمان مما أثر ذلك على تركيبة أصول المصارف التجارية. وبما أن العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، أذاً يتم قبول الفرضية الرئيسية" وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية

**الفرضية الثانية "** (لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية ")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الملاءة ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الملاءة بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 19.4%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية ").

**الفرضية الثالثة "** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة المديونية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة المديونية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 45.4%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية".

**الفرضية الرابعة:-** "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الفوائض النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الفوائض النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 35.2%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

**الفرضية الخامسة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة السيولة النقدية ذات دلالة إحصائية (P –Value =0.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة السيولة النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 39.3%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

**الفرضية السادسة:-** ("لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية ")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان ولكن ليست ذات دلالة إحصائية (P –Value =0.755) عند مستوى معنوية 5% وتأتي هذه النتيجة متوافقة مع كتابات وأراء الباحثين في مجال التسويق والإعلان بان تأثير الدعاية والإعلان على الربحية سيكون إيجابياً على المنظمة عندما يكون مصمم ومنفذ على أسس علمية . "فإذا افتقر الإعلان إلى الفن لم يجذب الأنظار وإذا افتقر إلى القراءة ضاع أثره فقد السوق وإذا افتقرت السلعة إلى السوق ضاع رأس المال كل هذا بسبب الافتقار إلى الأسس العلمية السليمة". وبما أن العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، أذاً يتم قبول الفرضية الرئيسية" وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية

ثانياً:- مصرف الوحدة: الكشف عن الارتباط الخطي المتعدد واختيار أفضل نموذج.

جدول رقم (6) معامل تضخم التباين (Vif) ومستوي المعنوية (Sig) لمصرف الوحدة

النموذج الثاني		النموذج الأول		المتغيرات المستقلة
Sig	Vif	Sig	Vif	
.020	3.45	.055	3.5	إجمالي الأصول
.000	5.32	.010	5.5	نسبة الملاءة
.000	3.68	.000	3.8	نسبة المديونية
.010	2.71	.022	2.9	نسبة الفوائض النقدية
.000	3.80	.000	4.3	نسبة السيولة النقدية
----	----	.628	12.4	مصاريف الدعاية والاعلان

يحتوي الجدول رقم (6) علي نموذجين انحدار متعدد:

**-النموذج الأول:-** يحتوي النموذج الأول علي نتائج الانحدار المتعدد الذي يجمع المتغير التابع (الربحية) وجميع المتغيرات المستقلة، حيث نلاحظ أن معامل تضخم التباين (Vif) لي مصاريف الدعاية والاعلان (Vif= 13.5)، أكبر من (10)، مما يدل ذلك على أن هناك مشكلة ارتباط خطي متعدد بين المتغيرات المستقلة، وللتخلص من هذه المشكلة لابد من إسقاط إحدى هذه المتغيرات المستقلة

(مصاريف الدعاية والاعلان)، حيث يتم إسقاط أقل المتغيرات المستقلة معنوية ، وعند اختبار مستوى المعنوية نلاحظ أن المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) هو أقل المتغيرات المستقلة معنوية ( $Sig = .755$ ) مما يترتب عليه إسقاط هذا المتغير أولاً. ثم نقوم بتوفيق نموذج انحدار متعدد آخر بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة باستثناء المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) الذي تم إسقاطه، وهذا مما يوضحه النموذج الثاني.

**النموذج الثاني** هو أفضل نموذج انحدار متعدد يربط المتغير التابع والمتغيرات المستقلة ( حجم المصرف ونسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) .  
ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي .

جدول رقم(7) ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي لمصرف الوحدة

النموذج رقم (2)	R	R <sup>2</sup>	P-Value
	.957	.916	.000

تشير نتائج تحليل الانحدار أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنها هذا النموذج لها علاقة ذات دلالة معنوية بالمتغير التابع (P-Value = 000) حيث وجد أن المتغيرات المستقلة المكونة للنموذج تفسر ( $R^2 = 91.6\%$ ) من التغيرات التي تطرأ على المتغير التابع (الربحية )، أما  $7.9\%$  من تلك المتغيرات ترجع إلى تأثير عوامل أخرى ، كما تشير النتائج أيضا ، بأن الارتباط بين المتغير التابع (الربحية ) والمتغيرات المستقلة (نسبة الأصول الثابتة ، نوعية القروض ، المخاطر ، رأس المال مخاطر هامش الفائدة ، تكلفة الودائع ، نشاطات خارج الميزانية ) هو عبارة عن ارتباط قوى ( $R = 0.957$ )

- نتائج تحليل الانحدار التدريجي واختبار الفرضيات

جدول رقم (8) نتائج تحليل الانحدار التدريجي لمصرف الوحدة

النموذج	المعاملات غير المعيارية	الخطأ العشوائي	المعاملات المعيارية	اختبار (T)	مستوى المعنوية (Sig)
Constant	$-2.216^{E-02}$	.065		-.354	.056
اجمالي الاصول	$-4.895^{E-02}$	.021	-.395	-4.689	.020
نسبة الملاءة	$2.522^{E-02}$	.010	.233	3.453	.000
نسبة المديونية	$-3.63^{E-02}$	.023	-.253	-2.558	.000
نسبة الفوائض النقدية	$2.430^{E-02}$	.008	.342	2.353	.010
نسبة السيولة النقدية	$-3.582^{E-02}$	.006	-.218	-2.282	.000

- اختبار الفرضيات:

- الفرضية الأولى:- (لا توجد علاقة ذات إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية )

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية وحجم المصرف مقاسا باللوغاريتم الطبيعي ذات دلالة إحصائية (P –Value =0.020) عند مستوى معنوية 5%. حيث إن زيادة حجم المصرف بنسبة 1% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 48.95%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية أذاً يتم رفض الفرضية الرئيسية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف والربحية".

الفرضية الثانية:- "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة والربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الملاءة ذات دلالة إحصائية ( P –Value =0.000) عند مستوى معنوية 5% حيث إن زيادة نسبة الملاءة بنسبة 1% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 25.22%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية أذاً يتم رفض الفرضية الرئيسية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة والربحية".

الفرضية الثالثة:- " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة المديونية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة المديونية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 36.3%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذاً يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية "

الفرضية الرابعة:- " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الفوائض النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.010) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الفوائض النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 24.3%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذاً يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "



الفرضية الخامسة:- " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة السيولة النقدية ذات دلالة إحصائية  $(P \rightarrow Value = .000)$  عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة السيولة النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 35.82%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

الفرضية السادسة:- ("لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية ")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان ولكن ليست ذات دلالة إحصائية  $(P - Value = 0.755)$  عند مستوى معنوية 5% وبما أن العلاقة طردية ليست ذات دلالة إحصائية إذا يتم قبول الفرضية الرئيسية وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية

ثالثاً:- (مصرف التجاري الوطني)

الكشف عن الارتباط الخطي المتعدد واختيار أفضل نموذج:-

جدول رقم (9) معامل تضخم التباين (Vif) ومستوي المعنوية (Sig) لمصرف التجاري الوطني

النموذج الثالث		النموذج الثاني		النموذج الأول		النماذج المتغيرات المستقلة
Sig	Vif	Sig	Vif	Sig	Vif	
----	--	.533	9.45	.585	11.3	إجمالي الأصول
.060	3.51	.380	4.85	.512	10.6	نسبة الملاءة
.000	2.20	.005	3.36	.012	6.4	نسبة المديونية
.000	2.64	.000	3.53	.000	4.9	نسبة الفوائض النقدية
.000	2.24	.000	2.62	.000	3.5	نسبة السيولة النقدية
----	----	----	----	.624	11.8	مصاريف الدعاية والاعلان

يحتوي الجدول رقم (9) علي ثلاثة نماذج انحدار متعدد

-النموذج الأول:- يحتوي النموذج الأول علي نتائج الانحدار المتعدد الذي يجمع المتغير التابع (الربحية) وجميع المتغيرات المستقلة، حيث

نلاحظ أن معامل تضخم التباين (Vif) لكل من مصاريف الدعاية والاعلان (Vif= 11.8)، و إجمالي الاصول (Vif = 11.3)

و نسبة الملاءة (Vif = 10.6) أكبر من (10)، مما يدل ذلك على أن هناك مشكلة ارتباط خطي متعدد بين المتغيرات المستقلة،

وللتخلص من هذه المشكلة لابد من إسقاط إحدى هذه المتغيرات المستقلة (إجمالي الأصول أو نسبة الملاءة أو مصاريف الدعاية والاعلان)، حيث يتم إسقاط أقل المتغيرات المستقلة معنوية ، وعند اختبار مستوى المعنوية نلاحظ أن المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) هو أقل المتغيرات المستقلة معنوية ( $Sig = .624$ ) مما يترتب عليه إسقاط هذا المتغير أولاً. ثم نقوم بتوفيق نموذج انحدار متعدد آخر بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة باستثناء المتغير المستقل (مصاريف الدعاية والاعلان) الذي تم إسقاطه، وهذا مما يوضحه النموذج الثاني.

**النموذج الثاني:** - نلاحظ في النموذج الثاني أن معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة أقل من (10) مما يدل أنه لا توجد علاقة خطية مرتفعة غير تامة ، تربط بين المتغيرات المستقلة ، كما أن قيمة (P-Value) تنخفض كلما تم حذف متغير مستقل ليس له تأثير معنوي ، وقد تم إسقاط أقل المتغيرات معنوية وهو إجمالي الأصول ( $P\text{-Value} = 0.533$ ) حتى نتحصل على أفضل نموذج يربط المتغير التابع مع المتغيرات المستقلة

**النموذج الثالث** هو أفضل نموذج انحدار متعدد يربط المتغير التابع والمتغيرات المستقلة ( نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) .  
ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي.

جدول رقم(10) ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي لمصرف التجاري الوطني

النموذج رقم (3)	R	R <sup>2</sup>	P-Value
	.950	.903	.000

تشير نتائج تحليل الانحدار أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنها هذا النموذج لها علاقة ذات دلالة معنوية بالمتغير التابع ( P-Value =.000) حيث وجد أن المتغيرات المستقلة المكونة للنموذج تفسر ( $R^2 = 90.3\%$ ) من المتغيرات التي تطرأ علي المتغير التابع (الربحية) أما (9.7%) من تلك المتغيرات ترجع إلى تأثير عوامل أخرى ، كما تشير النتائج أيضا ، إلى أن الارتباط بين المتغير التابع (الربحية) والمتغيرات المستقلة (نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) . هو عبارة عن ارتباط قوى ( $R = 0.950$ )

نتائج تحليل الانحدار التدريجي

جدول رقم (11) نتائج تحليل الانحدار التدريجي لمصرف التجاري الوطني

النموذج	المعاملات غير المعيارية	الخطأ العشوائي	المعاملات المعيارية	اختبار (T)	مستوى المعنوية (Sig)
Constant (3)	$-4.325^{E-02}$	.020		-3.22	.522
نسبة الملاءة	$3.232^{E-02}$	.010	.325	2.253	.060
نسبة المديونية	$-2.325^{E-02}$	.005	-.382	-2.581	.000
نسبة الفوائض النقدية	$2.281^{E-02}$	.000	.253	2.384	.000
نسبة السيولة النقدية	$-3.522^{E-02}$	.000	-.301	-3.254	.000

من خلال نتائج تحليل الانحدار التدريجي، الموضحة في الجدول رقم (11) يتضح ما يأتي:-

**الفرضية الأولى:** "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية وحجم المصرف مقاسا باللوغاريتم الطبيعي لأجمالي الأصول ولكن ليست ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.533$ ) عند مستوى معنوية 5%. وبما أن العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، أذاً يتم قبول الفرضية الرئيسية" وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية.

**الفرضية الثانية:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الملاءة ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.060$ ) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الملاءة بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 32.32%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية".

**الفرضية الثالثة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة المديونية ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.000$ ) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة المديونية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 23.25%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية"

**الفرضية الرابعة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الفوائض النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الفوائض النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 22.81%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

**الفرضية الخامسة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة السيولة النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة السيولة النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 35.22%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

**الفرضية السادسة:-** ("لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية ")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان ولكن ليست ذات دلالة إحصائية (P –Value =0.624) عند مستوى معنوية 5%. وبما أن العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، أذاً يتم قبول الفرضية الرئيسية وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية

**رابعا:-(مصرف التجارة والتنمية):-**

الكشف عن الارتباط الخطي المتعدد واختبار أفضل نموذج

جدول رقم (12) معامل تضخم التباين (Vif) ومستوي المعنوية (Sig) لمصرف التجارة والتنمية

النموذج الثاني		النموذج الأول		المتغيرات المستقلة
Sig	Vif	Sig	Vif	
----	----	.691	11.22	إجمالي الأصول
.000	2.35	.000	2.58	نسبة الملاءة
.000	2.98	.000	3.82	نسبة المديونية
.000	2.10	.002	2.38	نسبة الفوائض النقدية
.000	2.25	.000	2.55	نسبة السيولة النقدية
.010	4.58	.028	5.64	مصاريف الدعاية والاعلان

يحتوي الجدول رقم (12) على نموذجين انحدار متعدد

**-النموذج الأول:-** يحتوي النموذج الأول على نتائج الانحدار المتعدد الذي يجمع المتغير التابع (الربحية) وجميع المتغيرات المستقلة، حيث نلاحظ أن معامل تضخم التباين (Vif) لي إجمالي الاصول (Vif= 11.22)، أكبر من (10)، مما يدل ذلك على أن هناك مشكلة ارتباط خطي متعدد بين المتغيرات المستقلة، وللخلاص من هذه المشكلة لابد من إسقاط هذا المتغير المستقل (اجمالي الاصول)، حيث هو أقل المتغيرات المستقلة معنوية (Sig = .691) مما يترتب عليه إسقاط هذا المتغير أولاً. ثم نقوم بتوفيق نموذج انحدار متعدد آخر بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة باستثناء المتغير المستقل (اجمالي الاصول) الذي تم إسقاطه، وهذا مما يوضحه النموذج الثاني.

**النموذج الثاني** هو أفضل نموذج انحدار متعدد يربط المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية و مصاريف الدعاية والاعلان) .. ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي.

جدول رقم (13) ملخص معنوية نموذج الانحدار التدريجي لمصرف التجارة والتنمية

P-Value	R square	R	النموذج الدراسة
0.00	.832	.912	

تشير نتائج تحليل الانحدار أن المتغيرات المستقلة الذي يتضمنها هذا النموذج لها علاقة ذات دلالة معنوية بالمتغير التابع (P-Value = .000) حيث وجد أن المتغيرات المستقلة المكونة للنموذج تفسر (R2= %83.2) من المتغيرات التي تطرأ على المتغير التابع (الربحية) أما (16.8%) من تلك المتغيرات ترجع إلى تأثير عوامل أخرى، كما تشير النتائج أيضا، إلى أن الارتباط بين المتغير

التابع (الربحية) والمتغيرات المستقلة (نسبة الملاءة و نسبة المديونية و نسبة الفوائض النقدية و نسبة السيولة النقدية) . هو عبارة عن

ارتباط قوى ( $R = 0.912$ )

نتائج تحليل الانحدار التدريجي

جدول رقم (14) نتائج تحليل الانحدار التدريجي لمصرف التجارة والتنمية

النموذج	المعاملات غير المعيارية	الخطأ العشوائي	المعاملات المعيارية	اختبار (T)	مستوى المعنوية (Sig)
Constant	$-4.132^{E-02}$	.010		-3.422	.568
نسبة الملاءة	$2.571^{E-02}$	.010	.259	2.342	0.00
نسبة المديونية	$-2.456^{E-02}$	.005	-.325	-2.463	0.00
نسبة الفوائض النقدية	$2.822^{E-02}$	.000	.326	2.542	0.00
نسبة السيولة النقدية	$-3.243^{E-02}$	.000	-.286	-3.648	0.00
مصاريف الدعاية و لاعلان	$-3.548^{E-02}$	.022	-.298	-3.487	0.01

من خلال نتائج تحليل الانحدار التدريجي، الموضحة في الجدول رقم (14) يتضح ما يأتي:-

**الفرضية الأولى:-** "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية وحجم المصرف مقاسا باللوغاريتم الطبيعي لأجمالي الأصول ليست ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.691$ ) عند مستوى معنوية 5% وبما أن العلاقة ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، أذاً يتم قبول الفرضية الرئيسية" وهي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف وبين الربحية

**الفرضية الثانية:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الملاءة ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.000$ ) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الملاءة بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 25.71%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملاءة وبين الربحية"

**الفرضية الثالثة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية"

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة المديونية ذات دلالة إحصائية ( $P - Value = 0.000$ ) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة المديونية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 24.56%. وبما

أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين الربحية"

**الفرضية الرابعة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الفوائض النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =0.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة الفوائض النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى انخفاض الربحية بنسبة 28.22%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الفوائض النقدية وبين الربحية "

**الفرضية الخامسة:-** " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة السيولة النقدية ذات دلالة إحصائية ( P –Value =0.000) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة نسبة السيولة النقدية بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 32.43%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة وهي " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة النقدية وبين الربحية "

**الفرضية السادسة:-** ("لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية ")

أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان ذات دلالة إحصائية ( P –Value =0.010) عند مستوى معنوية 5%، حيث إن زيادة مصاريف الدعاية والاعلان بنسبة 5% سوف يؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 35.48%. وبما أن العلاقة ذات دلالة إحصائية إذا يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصاريف الدعاية والاعلان وبين الربحية

## 11-النتائج والتوصيات:

هدفت هذه الدراسة إلي التعرف على العوامل المؤثرة على الربحية سواء كان سلبيا لتفاديها أو التقليل منها أو كان إيجابيا لمحاولة زيادتها وتعظيمها، وكذلك الوصول إلى نتائج من شأنها المحافظة على أرباح المصارف التجارية وتحسين ربحيتها ومعالجة العوامل التي تؤدي إلى تحقيق خسائر أو تخفيض الربحية . وبناء على ما تم استعراضه في هذه الدراسة من إطار نظري وتحليل مالي وإحصائي سوف يتم

استخلاص نتائج الدراسة ومقارنتها بالأدب المحاسبي والدراسات السابقة. بالإضافة إلى اقتراح بعض التوصيات في ضوء نتائج الدراسة التي يمكن أن تسهم في رفع كفاءة الأداء في المصارف التجارية الليبية

### 1-11 نتائج الدراسة:

(1)- أظهرت نتائج الدراسة أنه توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم المصرف والربحية في مصرف الوحدة وتأتي هذه النتيجة متوافقة مع الأدب المحاسبي بأن الحجم الكبير للمصرف واتساع دائرة نشاطه يؤدي إلى تحقيق بعض الوفورات الاقتصادية ، والتي تتمثل في انخفاض تكلفة الخدمات المقدمة وكذلك ازداد تنوع العمليات التي يقوم بها وبالتالي تنوع المخاطر التي يتعرض لها ، كما أوضحت هذه الدراسة بأن هناك علاقة عكسية بين حجم والربحية ولكن ليست ذات دلالة إحصائية في كل من المصرف التجاري ومصرف التجارة والتنمية والمصارف مجتمعة ، وقد يرجع السبب إلى انخفاض كفاءة إدارات المنشآت في استغلال الأموال المستثمرة ، وانخفاض إنتاجية الموظفين ، كما قد يعود السبب أيضا إلى عدم وجود فرص استثمارية وذلك نظرا عدم وجود سوق مالي نشط في ليبيا .

(2)- بينت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الملاءة ذات دلالة إحصائية في كل المصارف محل الدراسة وتأتي هذه النتيجة متناسقة ومتوافقة مع أدبيات الفكر المصرفي حيث يقصد بالملاءة المالية العلاقة بين راس المال ومجموع اصول المصرف التجاري ، كما يسمى البعض هذه العلاقة بكفاية راس المال

(3)- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة المديونية ذات دلالة إحصائية لكل من المصارف محل الدراسة وجاءت هذه النتيجة متوافقة مع الادب المحاسبي والدراسات السابقة

(4)- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة الفوائض النقدية ذات دلالة إحصائية في كل المصارف محل الدراسة وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات السابقة.

(5)- توصلت هذه الدراسة أن هناك علاقة طردية بين ربحية المصارف التجارية ونسبة السيولة النقدية ذات دلالة إحصائية

(6)- بينت نتائج الدراسة أن العلاقة بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان علاقة طردية ذات دلالة إحصائية في مصرف التجارة والتنمية ويرجع سبب هذه النتيجة ان مصرف التجارة والتنمية التابع للقطاع الخاص يعتبر اليوم كأى مصرف دولي ، جميع اجهزته حديثة ونظامه قائم على الانترنت وعلى الربط الشبكي ، كما واكب المصرف التقنية فكان اول مصرف في ليبيا يصدر بطاقة الفيزا (Visa Card) بعد رفع الحظر عن ليبيا واول مصرف يعتمد نظام الرسائل (SMS) التي تمكن الزبون من الحصول على



كشف حسابه ورصيده وعلى الحوالات والفوائد ، كما انه يطبق الاعمال المصرفية النقالة ، كما يملك ادارة خاصة لمتابعة الجديدي في الاعمال والخدمات المصرفية عبر الانترنت كما أظهرت النتائج أيضا أن العلاقة بين ربحية المصارف التجارية ومصاريف الدعاية والاعلان علاقة طردية ليست ذات دلالة إحصائية في كل من مصرف الوحد ومصرف التجاري الوطني والمصارف مجتمعة

## 11-2 التوصيات:

(1)- يجب التوجه نحو زيادة الاندماج المصرفي بين المصارف التجارية ، حتى تتمكن من الاستفادة من مزايا كبير حجم المصرف التي تكمن في تحقيق الوفورات الداخلية وتنوع الأصول للوصول إلى درجة معقولة من المخاطر لتحقيق عائدا مرضيا للملاك والقيام بدورها في خدمة الاقتصاد القومي مع ملاحظة أن هذه المزايا لن تتحقق بالقدر المناسب إلا عندما يتم تنشيط سوق الأوراق المالية لتنوع قنوات الاستثمار أمام المصارف التجارية.

(2)- زيادة الاهتمام بالدعاية من خلال الصحف الاخبارية وتأجيل مصاريف الدعاية والاعلان الى ان يتم تفعيل سوق الاوراق المالية لكي تتمكن المصارف التجارية من الاستفادة من فائض الاموال المتوفرة لديها

(3)- خلق نظام مصرفي يعمل في إطار تنافسي ، مما يؤدي إلى تحسن الخدمات المصرفية وتوسيعها لتشمل مجالات جديدة ، ونشر الوعي المصرفي لدى الجمهور وتشجيعهم علي التعامل مع المصارف في كافة معاملاتهم التجارية ، مما يحفز هذه المصارف على تطوير واتساع خدماتها المصرفية .

(4)- يجب القيام بمراجعة مستمرة لأحجام الأصول التي تحقق الإيرادات والتعرف على الاستثمارات المناسبة في الأوقات المناسبة كما يجب إبلاء الأصول السائلة مزيدا من الاهتمام لما لها من تأثير على ربحية التجارة العاملة في ليبيا مقاسه بمعدل العائد علي الأصول.

(5)- ان تقوم المصارف التجارية الليبية بالتركيز على تطوير التكنولوجيا لديها لرفع كفاءة عمليات التشغيل وتحسين الإنتاجية وتحسين مستوى وسرعة تقديم الخدمة للعملاء ، لزيادة الأرباح ، وأيضا التركيز على فخامة المباني لجذب عملاء ومستثمرين أكثر للمصارف مما يجعلها مدرة للربح بشكل غير مباشر.

## 12-المراجع

### 12-1 الكتب:-

- 1-حجازي ، محمد عباس ، "نظرية المحاسبية " ، القاهرة : دار الهندسية للنشر ، سنة 2000 ف ،
- 2-الدليمي ،خالد علي (1998) "النقود والمصارف-النظرية النقدية"، مصراته: دار الانيس للطباعة والنشر والتوزيع.

3- حسني، فلاح حسن والدوري، مؤيد عبد الرحمن، "إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر"، عمان : دار وائل للنشر 2000م.

4- حشيش ، عادل احمد (2004) ، "اساسيات الاقتصاد النقدي والمصرفي - دراسة للمبادئ الحاكمة لاقتصاديات النقود والبنوك والائتمان" ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة للتوزيع .

5- رمضان، زياد سليم (2006) ، "الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك" ، عمان : دار وائل للنشر.

الزبيدي ، حمزة محمود ، "الإدارة المالية المتقدمة " ، عمان : مؤسسة الوراق للنشر ، سنة 2000 ف .

6- شيحة ،مصطفى رشدي (1985) ،"الاقتصاد النقدي والمصرفي" ، الإسكندرية ، الدار الجامعية للنشر .

7- عبد الحميد ،طلعت ، "إدارة البنوك الاستراتيجية والتطبيق" ، (القاهرة : دار الكتب المصرية ، 1991م.

8- عقل ،مفلح ، "مقدمة في الادارة المالية " .عمان ، معهد الدراسات المصرفية ، سنة 1989 ، ص 42

9- على ،عبدالمعتم السيد ، "النقود والمصارف والاسواق المالية" ، عمان : دار الحامد للنشر والتوزيع ، سنة 2004، ص 166.

10- الانصاري ،على رفاعه ، "الاعلان - نظريات وتطبيق" ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية للطباعة والنشر ، الطبعة الثانية ، سنة 1959

11- هندي، منير ابراهيم ادارة المنشأة المالية واسواق المال ، الطبعة الثالثة ، طبعة دلتا ، الاسكندرية ، مصر ، 2011

12- هندي، منير ابراهيم ، إدارة البنوك التجارية مدخل أتخاذ القرارات، الطبعة الثالثة، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، مصر، 2010.

## 12-2 الدوريات والنشرات والتقارير:-.

1- . باشا ،نهاد إبراهيم (1987)، " ربحية المصارف التجارية" ، مجلة المصارف العربية ،بيروت(العدد 80، أغسطس)

2- حزوري، حسن، العوامل المؤثرة في ربحية المصارف التجارية "دراسة تحليلية على عينة من المصارف التجارية الخاصة السورية" ، مجلة جامعة الفرات ، العدد 0 ،سنة 2018

3- الكيلاني ،عادل عبدا لله (2004) ،"إصلاح الجهاز المصرفي الليبي نقطة البداية نحو الخصخصة" ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، العدد 285، أغسطس .

4- دايس ،إيمن احمد ، "محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية " ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت ، الأردن سنة 1999 ، ص. 14.

5- زاهر، لانا نبيل، أثر السيولة والكفاية الادارية والملاءة المالية على ربحية المصارف الخاصة المدرجة في سوق دمشق لا وارق المالية، مجلة جامعة اشرفين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 22، العدد 2، 2014

6- صيام ،وليد زكريا و خريوش ،حسني على (2002) ، "العوامل المؤثرة في ربحية البنوك التجارية في الأردن"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، الجامعة الهاشمية ، مجلة جامعة الملك عبد العزيز ، الاقتصاد والإدارة، المجلد 16، العدد 2

7- عبد الفتاح ، زكريا يزيد ، "تحليل علاقة صافي النشاط لصافي التدفقات النقدية عند تقدير المقدرة الكسبية للوحدة الاقتصادية" ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، العدد الثاني ، 1993 ف

8- الكروي، نوري سعيد ومحمد، عبد الحسين جاسم، أثر رأس المال الممتلك في المخاطرة المصرفية - دراسة مقارنة بين مصرفي الاردني الكويتي والراجحي لاستثمار، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 2 ، الاصدار 22 ، جامعة كربلاء، العراق، 2008

9- مسعود ،مصطفى (2003) ، " المصارف التجارية الليبية العامة - الواقع والمتوقع " ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، (بيروت : العدد 277 ، ديسمبر ).

10- مسعود، يوسف يخلف ،"مصارف ليبيا - إصلاح اقتصادي ومالي ومصرفي شامل" ،مجلة اتحاد المصارف العربية ،سنة 2005 ف

11- مرهج، منذر، واخرون، تحديد العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية باستخدام التحليل المتعدد المتغيرات ، مجلة جامعة

تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، المجلد 36 ، العدد 2 ، سنة 2014

12- هديب ، مصطفى ، "التسويق المالي والمصرفي - التجربة مع العميل : البيع الناجح بعشرة خطوات" ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، الاردن : المجلد الخامس عشر - العدد الاول ، مارس 2007 م ، ص. 47.

### 12-3 الرسائل العلمية:-

1- بتال، أحمد حسين، قياس وتحليل كفاءة أداء المصارف الخاصة في العراق باستخدام تكنيك تحليل مغلف البيانات، أطروحة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 2012.

- 2-بوسنينة، عز الدين على ،"اثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاريونس ، كلية الاقتصاد ، مكتبة الدراسات العليا ، سنة 2001، ص .
- 3-سعيد ،سلام حمد ، "جدوى استخدام النسب المالية في تقييم اداء ادارة التدفقات النقدية في المصارف التجارية" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاريونس ، ربيع 2005م ، ص 8.
- 4-المالكي، زهراء ناجي عبيد، معايير كفاية رأس المال والمخاطرة الائتمانية على وفاق مقررات بازل 1 و 2 : دراسة حالة، مقدم لنيل شهادة الدبلوم العالي المعادل للماجستير في المصارف؛ المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، جامعة بغداد، العراق، 2013.