مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تحليل أثر متغيرات البيئة التسويقية الداخلية على ربحية المصارف دراسة تطبيقية على قطاع المصارف الخاصة في سوريا خلال فترة الأزمة (2011 - 2017)
اسم الكاتب: د. ياسر بو حسون، هبا شعبان
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5359
تاريخ الاسترداد: 2026/11/04 01:47 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية - ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

Analyze The Effect Of Internal Marketing Environment Variables On Bank Profitability

An Applied Study On The Private Banking Sector In Syria During The Crisis Period (2011-2017)

Dr. Yaser Bouhassoun*
Heba Shaaban**

(Received 7 / 10 / 2019. Accepted 1 / 12 / 2019)

□ ABSTRACT □

The study aims to clarify the effect of internal marketing environment variables on the profit of private banks in Syria during the period 2011-2017, where the relationship between profitability measured by the rate of return to assets as a dependent variable has been studied, and the following independent variables that represent the elements of the internal marketing environment: financial resources, resources Moral, material resources, human resources and administrative organization, and by relying on the program (E-views) to test the research hypotheses and verify their validity and link between independent variables and the dependent variable through the use of a cross-sectional data analysis method (Panel data) for the research sample, which included five of Private Syrian banks, and the study found that there is a statistically significant relationship between the variables of the internal marketing environment (financial resources, administrative organization and organizational structure) and the profitability of banks measured by the rate of return to assets.

* **Professor-Faculty Of Economic-Damascus University-Damascus-Syria.**
** **Postgraduate Student-Faculty Of Economic-Damascus University-Damascus-Syria.**

تحليل أثر متغيرات البيئة التسويقية الداخلية على ربحية المصارف

دراسة تطبيقية على قطاع المصارف الخاصة في سوريا خلال فترة الأزمة (2011-2017)

الدكتور: ياسر بو حسون*

هبا شعبان**

(تاريخ الإيداع 7 / 10 / 2019. قُبِل للنشر في 1 / 12 / 2019)

□ ملخّص □

تهدف الدراسة الى إيضاح أثر متغيرات البيئة التسويقية الداخلية على ربيحة المصارف الخاصة في سوريا خلال الفترة 2011-2017، حيث تمت دراسة العلاقة بين الربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول كمتغير تابع، وبين المتغيرات المستقلة التالية والتي تمثل عناصر البيئة التسويقية الداخلية: الموارد المالية، الموارد المعنوية، الموارد المادية، الموارد البشرية والتنظيم الاداري، و بالاعتماد على برنامج (E-views) لاختبار فرضيات البحث والتحقق من صحتها والربط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع من خلال استخدام اسلوب تحليل البيانات المقطعية (Panel data) لعينة البحث والتي شملت خمسة من المصارف السورية الخاصة، وقد توصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات البيئة التسويقية الداخلية(الموارد المالية، التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي) وبين ربحية المصارف المقاسة بمعدل العائد الى الاصول.

* **أستاذ - قسم المصارف والتأمين- كلية الاقتصاد- جامعة دمشق – دمشق- سورية.**

** **طالبة ماجستير -قسم المصارف والتامين- كلية الاقتصاد- جامعة دمشق – دمشق- سورية.**

مقدمة:

يعتبر القطاع المصرفي قطاع هام وحيوي في الاقتصاد لتأثيره على معظم القطاعات الاقتصادية والمالية ولما له من دور حيوي في دفع التنمية والتطور لهذه القطاعات، وليحافظ القطاع المصرفي على دوره الحيوي في الاقتصاد يتطلب ذلك بقاءه واستمراره وتدعيم المركز المالي وتعزيز الملاءة والسيولة وذلك يعتمد على عدة معايير أهمها الربحية ، والتي تعتبر من الأهداف الأساسية للمصارف. تتأثر ربحية المصارف بعدة عوامل منها عوامل داخلية تتعلق بهيكل ملكية المصرف وإدارته ومستوى نشاطه وعوامل خارجية تتعلق بالسوق المصرفية من حيث الحصة السوقية للمصرف والمنافسة بين المصارف.

تعد البيئة التسويقية محط اهتمام المؤسسات الاقتصادية والمالية كونها مصدراً للفرص والتهديدات بأن واحد، فالمؤسسات لا تعمل بالفراغ وهي عبارة عن كيانات اعتبارية تعمل في إطار المجتمع ككل وهذا المجتمع يوجد به عوامل ومؤثرات لها تأثير على المؤسسة كونها عضو في المجتمع أي ان هناك تفاعل بين المؤسسة وعوامل البيئة المختلفة والمحيطة بها .

ان وجود أي مصرف وبقاء واستمراره يقترن بقدرته على تسويق خدماته بحيث تكون انشطته التسويقية منبثقة من الواقع ومبنية على اساس نتائج دراسة البيئة التسويقية وعواملها الداخلية والخارجية والتي جعلت من الانشطة التسويقية لا تهتم فقط بالإعلان عن المصرف وخدماته فقط بل تهتم بضرورة دراسة الاسواق التي ينشط فيها المصرف من أجل تحسين وتطوير الخدمات المصرفية لتلبية رغبات واحتياجات العملاء وتحقيق مركز تنافسي في الاسواق المستهدفة.

الدراسات السابقة:

الدراسات باللغة العربية:

1- دراسة (هناوي وقاسم، 2017) بعنوان: "تحليل المحددات الداخلية لربحية المصارف التجارية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الازمة"

هدفت الدراسة الى تحليل المحددات الداخلية لربحية المصارف التجارية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الأزمة الحالية التي تعيشها سورية، ولتحقيق ذلك قام الباحث بجمع البيانات عن جميع المصارف التجارية المدرجة في السوق والبالغ عددها أحد عشر مصرفا وذلك عن الفترة 2011- 2015، حيث تم التعبير عن الربحية والتي تمثل المتغير التابع في الدراسة من خلال معدل العائد على الاصول، بينما شملت محددات الربحية والتي تمثل المتغيرات المستقلة كل من عمر المصرف، كفاءة الادارة، كفاءة التكاليف، الدخل الناجم عن غير الفوائد ، فروقات تقييم مركز القطع البنيوي، معدل الايداعات لدى المصارف الاخرى، معدل الاستثمار في الاوراق المالي، وقد تم تحليل كل متغير من المتغيرات لكل مصرف من المصارف كمرحلة أولى، ثم درست العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة بشكل عام في هذه المصارف وذلك بالاستناد الى الانحدار الخطي المتعدد وفق طريق المربعات الصغرى وذلك باستخدام البرنامج الاحصائي Spss.

2- دراسة (اسماعيل، 2008) بعنوان:" أثر البيئة التسويقية على النشاط المصرفي- دراسة ميدانية للمصارف الخاصة والحكومية السورية"

هدفت الدراسة الى قياس أثر عوامل البيئة التسويقية الداخلية والخارجية على نشاط المصارف السورية العامة والخاصة، وقد تم جمع البيانات من خلال توزيع استبانة على مجموعة من العاملين المصارف العامة والخاصة في محافظة دمشق، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين عوامل البيئة الداخلية والنشاط المصرفي

لكل من المصارف الحكومية والخاصة، اضافة الى وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية لعوامل البيئة الخارجية (العوامل التكنولوجية– ظروف المنافسة– العوامل السياسية– العوامل الديموغرافية) على نشاط المصارف السورية الخاصة، واخيرا وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين عوامل البيئة الخارجية(العوامل التكنولوجية– العوامل الاقتصادية– ظروف المنافسة– العوامل الثقافية) على نشاط المصارف الحكومية في سورية.

الدراسات باللغة الاجنبية:

1- دراسة(Rehman et. Al. 2018) بعنوان: " Internal Factors, External Factors And Bank's Profitability "

هدفت الدراسة الى تحليل أثر العوامل الداخلية والخارجية على ربحية البنوك في باكستان للفترة 2007–2015، تمثلت العوامل الداخلية بـ(نسبة رأس المال المقاسة ب اجمالي حقوق الملكية الى اجمالي الاصول، نسبة تكوين الاصول المقاسة بقسمة اجمالي القروض الى اجمالي الاصول، نسبة اجمالي الودائع الى اجمالي الاصول، جودة الاصول المقاسة بقسمة مخصص خسائر القروض الى اجمالي القروض، نسبة المصاريف الى اجمالي الاصول، نسبة الايرادات من غير الفوائد الى اجمالي الدخل) أما العوامل الخارجية(معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي، سعر الفائدة، معدل التضخم، درجة المنافسة في السوق المعبر عنها بحجم القطاع المصرفي المقاس بقسمة اجمالي ودائع البنوك على الناتج المحلي الاجمالي)، وتم قياس الربحية من خلال نسبة العائد الى الاصول ROA، توصلت الدراسة الى انه من بين العوامل الداخلية يوجد تأثير معنوي كبير لكل من الحجم وتركيبة الاصول على ربحية البنوك، أما العوامل الخارجية فإن معدل الفائدة ومعدل نمو الناتج المحلي الاجمالي لها تأثير كبير على ربحية البنوك الباكستانية.

2- دراسة (Al-hawary,Al-hamwan,2017) بعنوان: " Environmental Analysis and its Impact on the Competitive Capabilities of the Commercial Banks Operating in Jordan"

هدفت الدراسة الى قياس أثر التحليل البيئي على القدرات التنافسية للبنوك التجارية في الاردن، لتحقيق اهداف الدراسة تم توزيع استبانة على المديرين والعاملين في البنوك التجارية الاردنية وبالاعتماد على الاساليب الاحصائية في القياس والتحليل توصلت الدراسة الى أن هناك أثر كبير للتحليل البيئي المتمثل بـ(نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات) على القدرات التنافسية للبنوك التجارية العاملة في الاردن وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام والتركيز على التحليل البيئي كأحد اهم مصادر الميزة التنافسية.

3- دراسة(KIRAGU,2012) بعنوان: " Environmental Analysis As A Competitive Strategic Imperative By Barclays Bank Of Kenya"

هدفت الدراسة الى اجراء التحليل البيئي باعتباره ضرورة استراتيجية تنافسية من قبل بنك باركيلز في كينيا، تم جمع البيانات حول متغيرات البحث من خلال اجراء المقابلات مع المديرين والموظفين العاملين في بنك باركليز، حيث تم سؤال افراد عينة البحث عن التحديات التي تواجه البنك والتغيرات في اطار التنظيم والمنافسة والتطور السريع في التكنولوجيا المعلومات والاتصالات وزيادة الطلب على الاستثمار ودراسة أثر هذه التغيرات على أعمال واداء البنك، توصلت الدراسة من خلال استخدام الأساليب الاحصائية في تحليل البيانات الى ان البنك قد نجح في تبني استراتيجياته من خلال مواءمة الاستراتيجيات مع الهيكل التنظيمي وتخصيص الموارد المتاحة وضمان السياسات الداعمة والتزام الموظفين، كما توصلت الدراسة الى تحديد اوجه القصور في سوء ادارة الوقت وسوء التواصل بين الموظفين، واوصت الدراسة بعدم تركيز بنك باركليز على استهداف عملاء جدد فحسب بل التركيز أيضا على تطوير قنوات توزيع واسعة

النطاق من أجل الحصول على ميزة تنافسية في السوق اضافة الى أنه على ادارة البنك تغيير نظرتهم الى قيادة التكلفة وقيادة حصتها السوقية وقيادة التكنولوجيا من اجل الاستفادة من نمو الصناعة .

التعقيب على الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

- **مجتمع البحث والعينة:** تمثل مجتمع المدروس للبحث الحالي بالقطاع المصرفي في سوريا اما عينة البحث فتمثلت بالمصارف الخاصة العاملة في سوريا، نظراً لما للقطاع المصرفي من خصوصية في حساسيته الشديدة تجاه متغيرات البيئة التسويقية الداخلية وهذا ما لم نجده في الأبحاث السابقة.
- **الأساليب التحليلية:** اختلف البحث الحالي عن الابحاث السابقة بالأساليب التحليلية المستخدمة، حيث لجأت كافة الأبحاث السابقة الى استقصاء المعلومات عن طريق الاستبيان لقياس متغيرات البيئة التسويقية، بينما اعتمد البحث الحالي على اساليب القياس الكمي (المؤشرات والنسب المالية) لقياس متغيرات البيئة التسويقية الداخلية، كم اعتمد على أساليب الانحدار المجمع لسلاسل البيانات المقطعية في اختبار الفرضيات والوصول الى النموذج الاحصائي المناسب المعبر عن العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

مشكلة البحث:

يمكن التعبير عن مشكلة البحث من خلال السؤال الرئيسي التالي:

ماهو أثر متغيرات البيئة التسويقية الداخلية على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا؟

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو أثر موارد المصرف(الموارد المالية، الموارد البشرية، الموارد المادية، الموارد المعنوية) على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا؟
- ما هو أثر الهيكل التنظيمي والتنظيم الاداري على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا؟

أهمية البحث واهدافه:

أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث في النقاط التالية:

1- أهمية دراسة وتحليل البيئة التسويقية الداخلية الذي ينتج عنه معرفة نقاط القوة والضعف داخل المصرف مما يمكن المصرف من وضع استراتيجياته بصورة واقعية تتناسب مع امكانياته وبما يمكنه من استغلال الموارد المتاحة بأفضل صورة ممكنة لتحقيق اعلى العوائد.

2- اهمية معرفة العوامل المؤثرة على الربحية كونها أحد أهم أهداف المصرف وتعتبر دليلاً هاماً على كفاءة أداء المصرف ومؤشراً هاماً للعملاء والمستثمرين والجهات الرسمية والرقابية.

أهداف البحث: تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على البيئة التسويقية الداخلية للمصارف الخاصة العاملة في سوريا.

2- معرفة أثر عوامل البيئة التسويقية الداخلية (موارد المصرف، الهيكل التنظيمي والتنظيم الاداري) على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سورية. يندرج تحت هذا الهدف الاهداف الفرعية التالية:

- اختبار اثر موارد المصرف المالية على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا.
- اختبار اثر موارد المصرف المادية على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا.

- اختبار اثر موارد المصرف المعنوية على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا.
- اختبار اثر موارد المصرف البشرية على ربحية المصارف الخاصة العاملة في سوريا.

فرضيات البحث:

استناداً الى مشكلة البحث وأهدافه تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات البيئة الداخلية (موارد المصرف، التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي) وبين ربحية المصارف الخاصة.

ويتفرع منها الفرضيات التالية:

<u>الفرضية الفرعية الاولى:</u> لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين موارد المصرف(الموارد المالية، الموارد المادية، الموارد المعنوية، الموارد البشرية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

ويتفرع منها ايضا الفرضيات التالية:

1- **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المالية(نسبة حقوق الملكية الى اجمالي الودائع، نسبة اجمالي الودائع الى اجمالي الموجودات) وبين ربحية المصارف الخاصة.

2- لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المادية(نسبة اجمالي الاصول الثابتة/ اجمالي أصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

3- **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المعنوية(نسبة الاصول غير الملموسة/ اجمالي اصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

4- **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد البشرية(اجمالي نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

<u>الفرضية الفرعية الثانية:</u> لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي (كفاءة الادارة، الكفاية الادارية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

منهجية البحث:

مجتمع وعينة الدراسة: يمثل مجتمع الدراسة بكافة المصارف الخاصة العاملة في سوريا، وتم اختيار عينة عشوائية من مجتمع البحث، فكانت عينة البحث تتألف من المصارف التالية (بنك بيمو السعودي الفرنسي- البنك الدولي للتجارة والتمويل - بنك عودة- بنك سورية والمهجر- البنك العربي)، حيث سيتم دراسة أثر البيئة التسويقية الداخلية لهذه المصارف وأثر تغيرات هذه البيئة على معدل ربحية وذلك خلال فترة الازمة (2011-2017).

مصادر جمع البيانات: تم الاعتماد على التقارير والبيانات المالية السنوية والمنشورة في الموقع الرسمي لسوق دمشق للأوراق المالية.[1]

منهج البحث: تعتمد الدراسة في قسمها النظري على استخدام المنهج الوصفي اضافة الى استخدام المنهج التحليلي الموظف لأدوات القياس الكمي لتقدير أهمية الدور الذي تؤديه البيئة التسويقية الداخلية في التأثير على ربحية المصارف ، كما سيتم استخدام برنامج (E-Views) لاختبار فرضيات الدراسة والتحقق من صحتها من خلال استخدام اسلوب تحليل البيانات المقطعية (Panel data) .

[1] http://www.dse.sy/issuer-company

متغيرات البحث:

يتضمن هذا البحث نوعين من المتغيرات:

أولاً: المتغيرات المستقلة: وهي مجموعة متغيرات البيئة التسويقية الداخلية والتي يمكن للمصرف التحكم بها والسيطرة عليها بما يتلائم مع التغيرات في السوق وتتمثل هذه العوامل بإمكانيات التنظيم والموارد المالية والبشرية والمعنوية والمادية التي يمكن تحويلها الى أنشطة وأعمال انتاجية وتسويقية ومالية. **وتتمثل متغيرات البيئة الداخلية بـ:**

1- موارد المصرف: ان نجاح المصرف وقدرته على تحقيق ارباحه تتوقف على مدى قدرة ادارة المصرف في ادارة الموارد المتاحة للمصرف وتوجيهها نحو الاستخدامات المناسبة التي تمكنها من تعظيم ربحيتها.

أ- الموارد مالية: وتقسم الى:

- موارد المصرف الداخلية (الخاصة):

تتمثل بحقوق الملكية بما فيها رأس المال والاحتياطيات بأنواعها والأرباح المحتجزة ، فهي تمثل حقوق المساهمين في المصرف نفسه، وتعد حقوق الملكية أحد العوامل الأساسية الواجب مراعاتها عند تقييم أداء المصرف وربحيته، وفي الوقت ذاته توفر نوعاً من الحماية والاطمئنان لأصحاب الودائع وتغطية الخسائر الناتجة عن المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المصرف وتساعد على خلق الثقة في نفوس المتعاملين مع المصرف، وسيتم الاعتماد على النسبة التالية:

نسبة حقوق الملكية الى الودائع= اجمالي حقوق الملكية/ اجمالي الودائع

وتشير هذه النسبة الى قدرة موارد المصرف الداخلية على تغطية أعلى نسبة من الودائع ما ينعكس بشكل ايجابي على الملاءة المالية للمصرف وبالتالي على الاداء المالي له.

- موارد المصرف الخارجية(التزامات المصرف):

وتتمثل هذه الموارد بالودائع بأنواعها والتي تشكل المصدر الرئيسي لأموال المصرف اضافة الى الاموال التي يقترضها المصرف من المصارف الاخرى او من المصرف المركزي، وتعتبر الودائع أساس لكافة الاعمال المصرفية فهي المادة الخام لقروض المصرف واستثماراته التي يهدف من خلالها الى تحقيق الربحية، كما تقوم عليها فكرة الرفع المالي التي تستفيد منها المصارف التجارية بدرجة كبيرة حيث ان استخدام أموال مقترضة بتكلفة منخفضة نسبيا التي تشمل الودائع يعظم هوامش الربح من أجل الحصول على عائد مقبول للمساهمين.

وبالتالي سنعتمد على مؤشر الرافعة المالية وقياس أثرها على ربحية المصرف من خلال النسبة التالية:

الرافعة المالية= اجمالي الديون/ اجمالي الموجودات

ب-الموارد البشرية:

ويقصد بها كافة الافراد العاملين في المصرف، وان فعالية المصرف في تقديم خدماته بأعلى جودة ممكنة وبأفضل سعر بما يحقق رضا العملاء ويشبع رغباتهم هي مسؤولية جميع موظفي المصرف، بالتالي فإن كفاءة هذه الموارد وفاعليتها تعني كفاءة المصرف وتعزيز قدرته التنافسيه وتحسين أدائه وربحيته، وسيتم التعبير عن هذا المتغير بالمتغيرات الكمية التالية:

اجمالي نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية

ج- الموارد المادية:

تتمثل الموارد المادية بموقع المصرف وعدد فروعه والتجهيزات الداخلية التي يمتلكها بما يعزز من قدرة المصرف في خدمة عملائه بأفضل صورة بما يعزز من قدرته التنافسية وزيادة حصته السوقية وربحيته، وسيتم التعبير عنها بالمتغيرات الكمية التالية:

نسبة اجمالي الاصول الثابتة/ اجمالي أصول المصرف

د-الموارد المعنوية: تتمثل الموارد المعنوية باسم المصرف وسمعته في السوق وشهرته وهي العوامل الهامة التي تؤثر على نشاط المصرف وأداءه، ويمكن التعبير عنها بالمتغيرات الكمية التالية:

نسبة الاصول غير الملموسة/ اجمالي اصول المصرف

2- التنظيم الإداري والهيكل التنظيمي: يقاس الهيكل التنظيمي على اساس مدى فعاليته وكفاءته في أداء مهامه وتحقيق اهدافه المصرف بتحسين أداءه وتعظيم ربحيته، ويمكن التعبير عنه بنسبة كفاءة الادارة وتظهر هذه النسبة مدى كفاءة ادارة المصرف في ادارة الموارد المتاحة لديها، وان ارتفاع هذه النسبة يدل على كفاءة الادارة في ادارة مواردها وتعزيز ربحيتها، وتحسب من خلال العلاقة التالية:

كفاءة الادارة= الفوائد الدائنة/ الفوائد المدينة

ويمكن قياس التنظيم الاداري من خلال الكفاية الادارية والتي تعني: قدرة المصرف على توجيه الموارد المتاحة نحو تحقيق أعلى العوائد وبأقل هدر ممكن، أي التحكم بالطاقات المادية والبشرية اضافة الى تقديم أفضل الخدمات لعملاء المصرف ، ويمكن قياس الكفاية الادارية من خلال النسبة التالية:

نسبة الكفاية الادارية= صافي الربح/ اجمالي الايرادات

تقوم هذه النسبة بقياس قدرة المصرف على الرقابة والسيطرة على نفقاته بشكل الأمثل.

ثانيا: المتغير التابع:

يتمثل المتغير التابع بالربحية حيث سيتم الاعتماد على مؤشر العائد على الاصول لقياس ربحية المصارف:

العائد على الأصول ROA= صافي الربح/ اجمالي الاصول

طرائق البحث: اعتمدت الباحثة على سلاسل البيانات المقطعية (Panel data) التي تحظى بأهمية كبيرة في الدراسات الاقتصادية حيث تشير هذه السلاسل الى بيانات متعددة الابعاد يتم جمعها على فترات زمنية متعددة ولمجموعة من الوحدات، ويتميز التقدير بحسب البيانات المقطعية بانه يعطي نتائج أكثر دقة كون هذه البيانات تأخذ بعين الاعتبار البعد الزمني والبعد المقطعي في الوحدات المختلفة، كما انها تعطي بيانات أكثر فائدة و أقل ارتباط بين المتغيرات وأكثر كفاءة من السلاسل الزمنية التي تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي.[2]

ويمكن اجراء تحليل انحدار البيانات المقطعية من خلال نموذج الانحدار التجميعيOLS أو نموذج الاثار الثابتةFixed effect أو نموذج الاثار العشوائية Random effect، ولاختبار النموذج الامثل من بين النماذج السابقة نقوم باختبار الأثار الثابتة والعشوائية في النموذج والوصول الى النموذج الامثل الذي يحقق أقل قيمة لمعايير المعلومات المتمثلة بالمقاييس الثلاثة (Akaike info criterion- Schwarz criterion- Hannan Quinn criter).

الاطار النظري:

أولاً: مفهوم البيئة التسويقية الداخلية:

تتكون البيئة الداخلية للمصرف من مجموعة العوامل والمتغيرات الموجودة داخل المصرف والتي يمكن للمصرف التحكم بها والسيطرة عليها وتتميز هذه البيئة بأن لها تأثير مباشر على النشاط التسويقي للمصرف وعلى قدرة المصرف في تحقيق أهدافه، وان تحليل البيئة الداخلية للمصرف يؤدي الى معرفة نقاط القوة التي يتميز بها المصرف ويجب

[2] Zulfikar Rizka<" Estimation Model And Selection Method Of Panel Data Regression", Universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin.

استغلالها ونقاط الضعف التي يعاني منها والتي يجب العمل على تلافيها، وبالتالي فان تحليل البيئة الداخلة للمصرف يشكل الأساس الذي يعتمد عليه المصرف في تطوير استراتيجياته اللازمة لتحقيق أهدافه وخلق الميزة التنافسية..

ثانياً: عوامل البيئة التسويقية الداخلية:[3]

1. **الأهداف:** وهي مجموعة الأهداف التي يضعها المصرف في خطته الاستراتيجية ويسعى إلى تحقيقها، وتكون هذه الأهداف قابله للقياس، ويجب إنجازها خلال فترة زمنية معينة للوصول إلى النتائج التي تمثل الرؤية الاستراتيجية للمصرف.

2. موارد المصرف المختلفة:

أ. موارد مالية وتتكون من الموارد الذاتية (داخلية) وهي عبارة عن أموال المصرف الخاصة المتمثلة برأس المال والاحتياطات والأرباح المحتجزة (تعد كفاية رأس المال من العوامل الداخلية التي تؤثر على الربحية فهي تمثل النسبة التي يحتفظ بها المصرف لتلبية الخسارة الغير متوقعة والمخاطر الكامنة وان ارتفاع هذه النسبة يدل على الربحية العالية وتقاس كفاية رأس المال بقسمة اجمالي حقوق الملكية الى اجمالي الموجودات[4]). أما الموارد الخارجية فهي التزامات المصرف تجاه الغير، وأهمها الودائع والأموال المقترضة سواء من السوق المالية أو من المصرف المركزي.

ب. الموارد البشرية وهي مجموعة الموظفين العاملين بالمصرف والمسؤولية عن القيام بمهامهم الوظيفية بكفاءة وفعالية، بما يحقق أهداف المصرف وتعزيز قدرته التنافسية وتقديم خدمات ذات جودة عالية بما يحقق رضا العملاء.

ت. الموارد المادية تتمثل بموقع المصرف ومواقع فروعه والتجهيزات الداخلية المتقدمة والتكنولوجيا المتطورة كالشبكات الحاسوبية ونظم المعلومات الآمنة التي تعزز قدرة المصرف على خدمة عملاءه وتقديم الخدمة المصرفية بأفضل صورة ممكنة.

ث. سمعة المصرف وهي أحد الموارد المعنوية الهامة التي تتمثل بالمصداقية في التعامل والموثوقية في ممارسة النشاط المصرفي والسرعة في أداء العمليات، الأمر الذي يؤدي إلى انطباع إيجابي من قبل العملاء.

3. **التنظيم الإداري القائم:** ويشمل على النظام الداخلي واللائحة التنفيذية للمصرف ونظم العمليات والهيكل التنظيمي الذي يحدد السلطات والمسؤوليات بالمستويات الإدارية كافة. تعتبر كفاءة التنظيم والتوصيف أحد نقاط القوة في المصرف والتي تسهم في رفع مستوى أداء المصرف ككل.

ثالثاً: مفهوم الربحية:

تعد الربحية الهدف الاهم لدى المؤسسات المالية وغير المالية إذا انها مؤشر لتقييم نجاح المؤسسة في الاستخدام الامثل للموارد المتاحة واستثمار الاموال بالشكل الذي يحقق أعلى عائد ممكن وبأقل التكاليف وباحتمال أدنى المخاطر الممكنة .[5]

وعليه إن أحد أهم عوامل نجاح المؤسسات المصرفية تكمن في ادارة اصولها المدرة للدخل بما يساهم في تحقيق عائد عليها يزيد عن تكلفة امتلاكها لأموالها (فتحقيق أهداف للمصرف يعني أن تكون ايراداته أكثر من تكاليفه)، وخاصة حجم الاستثمارات المنتجة سواء أكانت هذه الاستثمارات قروض مباشرة للعملاء، أو ايداعات لدى المؤسسات المصرفية المراسلة، أو استثمارات في الاسهم والسندات، حيث يجب على المصرف التأكد أن الفرق بين الفوائد المدفوعة على الودائع(المدينة) والفوائد المقبوضة من التسهيلات الممنوحة(الدائنة) يتناسب طردا مع عنصر المخاطرة الذي يتحمله المصرف، وبشكل عام تشكل القروض والسلف أهم أشكال توظيفات موجودات المصارف التجارية وأكثر هذه

[3] حساني عبد الرزاق، "التسويق المصرفي"، جامعة دمشق كلية الاقتصاد، 2011، ص44..48.

[4] Dawood usman, "Factors impacting portability of commercial banks in Pakistan", international journal of scientific and research publications, vol.4, Iss. 3, 2014, p. 3.

[5] الزعبي محمد بشير،" استخدام مؤشرات السيولة والربحية في تقييم الملاءة المالية للعملاء"، جامعة سانت كلمنس، رسالة دكتوراه، 2011،ص66.

الموجودات ربحية، ويعود السبب في ذلك الى أن وظيفة اقراض الاموال هي احدى الوظائف الكلاسيكية للمصارف التجارية، وكلما ازداد حجم القروض تزداد الفوائد ومن ثم تزداد الربحية ولكن ذلك قد يعرض المصرف للخطر بسبب التعارض بين هدفي السيولة والربحية.[6]

كما أن تحقيق الارباح يعتبر مطلبا رئيساً لكل من المساهمين والمودعين والمقرضين والادارة والجهات الرقابية، فهو الغاية التي يتطلع اليها المساهمين لزيادة قيمة ثرواتهم، وهو مصدر الثقة لكل من المودعين والمقرضين الدائنين للمصرف، وهو الهدف الذي تسعى اليه ادارة المصرف لكونه مؤشرا هاما لقياس كفاءتها في استخدام الموارد الموجودة لديها، وهو موضع اهتمام الجهات الرقابية لما تعكسه من نجاح للمصرف وقدرته على كفاية رأسماله.[7]

وتعبر الربحية عن العلاقة بين الارباح التي تحققها المشروعات والاستثمارات التي ساهمت في تحقيقها، كما انها هدفا تتطلع ادارة المصرف لتحقيقه، لكونها مقياسا للحكم على الكفاءة والفعالية في استخدام الموارد المتاحة، فهي تمثل صافي نتائج عدد كبير من السياسات والقرارات التي تتخذها ادارة المصرف، وبالتالي تعتبر مؤشرا لأداء المصرف.[8]

إن الربحية هي أحد المصادر الرئيسة لتوليد رأس المال، والنظام المصرفي السليم يعتمد على الموازنة بين تحقيق الربحية والمحافظة على كفاية رأس المال وفق معايير بازل وتعليمات المصرف المركزي.

وبناءً على ما سبق، يمكن تعريف الربحية بأنها عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح، حيث تعتبر الربحية هدفاً للمنشأة ومقياساً للحكم على كفاءتها على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدات الجزئية.[9]

رابعاً: مؤشرات قياس الربحية:

ولقياس ربحية المنشآت توجد عدة نسب توضح مدى نجاح المنشأة في تحقيق هدفها في الحصول على الربح وبالتالي إظهار كفاءة الادارة باستخدام مواردها المتاحة، وتعتمد هذه النسب على العلاقة بين الربح والمبيعات أو العلاقة بين الربح والاستثمارات المتاحة وغالبا ما يعبر عن النسب بصورة مئوية .[10]

وبناءً على ما سبق يمكن قياس الربحية من خلال نسب الربحية التي تركز على العلاقة بين مفردات قائمة الدخل وقائمة المركز المالي، وأهم مؤشرات قياس الربحية:

1-نسبة العائد الى الاصول ROA (Return on Assets):

ويقيس هذا المؤشر مدى كفاءة الادارة في استخدام اصولها الاستخدام الامثل في تحقيق الارباح من خلال الاستثمار في الموجودات المختلفة، يعتبر هذا المؤشر مقياسا أفضل من الربح للحكم على كفاءة عمل المؤسسة، لأن الربح عبارة عن رقم مطلق لا يشير الى الاستثمارات المتحقق، بينما هذه النسبة توجد مثل هذه العلاقة، الامر الذي يسهل اجراء مقارنات مع عوائد السنوات السابقة، وكذلك مع المؤسسات الاخرى، ويعتبر هذا المؤشر مقياسا لكفاءة الاداء التشغيلي لذا يتوجب عند احتسابها الاقتصار فقط على الاصول المشاركة فعلا في عمل المؤسسة.[11]

ويمكن حساب المؤشر بتقسيم صافي ربح العمليات على اجمالي الاصول كما يلي:

---

[6] محمد، علي،" تأثير سعر الفائدة على كفاءة المصارف التجارية"، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، رسالة ماجستير، 2013، ص67.

[7] ابو زعيتر باسل، "العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين(1997-2004)"، الجامعة الاسلامية في غزة، رسالة ماجستير،2006،ص68.

[8] مزيق رامي، "دراسة العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية السورية" جامعة تشرين، رسالة ماجستير، 2014،ص45.

[9] الحسين بسام، "العوامل المؤثرة على ربحية المصارف الخاصة في سوريا-دراسة تطبيقية"، مجلة جامعة البعث، المجلد 38، العدد33، 2016،ص82.

[10] الزعبي محمد بشير،" استخدام مؤشرات السيولة والربحية في تقييم الملاءة المالية للعملاء"، جامعة سانت كلمنس، رسالة دكتوراه، 2011.

[11] Brigham Eugene, Ehrhardt Michel, "Financial management theory and practice" Donnelley Willard, 11th ed. 2005, P.454.

نسبة العائد الى الاصول= صافي ربح العمليات / اجمالي الاصول

2- العائد الى حقوق الملكية ROE (Return on Equity):

يحظى هذا المؤشر باهتمام كبير من قبل إدارة المصرف لكونه يقيس مدى تحقيق الهدف الذي تسعى إليه المصارف ألا وهو معدل العائد على الأموال المستثمرة من قبل المالكين والذي يعد المعيار لتعظيم ثروتهم، فضلا عن ذلك يعد مؤشرا محدداً للنمو والتطور، ومن ناحية أخرى فارتفاع هذه النسبة يدلل على كفاءة عمل إدارة المصرف. وفي الوقت نفسه يدل على المخاطرة العالية الناجمة عن زيادة الرافعة المالية (درجة اعتماد المصرف على الاقتراض) وانخفاضها يشير الى اعتماد المصرف تمويلاً متحفظاً بالقروض.[12]

ويمكن حساب المؤشر من خلال تقسيم صافي الربح على حقوق الملكية كما يلي:

نسبة العائد الى حقوق الملكية= صافي الربح/ حقوق الملكية

3- عائد السهمEPS (Earning per share):[13]

ويقصد به نصيب السهم من الارباح ويشير هذا المقياس الى مقدار الارباح المتاحة لحملة الاسهم العادية، كما يشير الى النمو المحتمل في حقوق الملكية والذي ينعكس بدوره على الاسعار السوقية للاسهم لتحقيق الارباح الرأسمالية لذا تحاول ادارة المصرف تعظيم ربحية السهم الواحد نظراً لتأثيره الايجابي في تعظيم ثروة المساهمين في الاجل الطويل، ويحسب عائد السهم من خلال قسمة صافي الربح بعد استبعاد ارباح الاسهم الممتازة على عدد الاسهم المصدرة كما يلي:

عائد السهم =(صافي الربح- أرباح الاسهم الممتازة)/عدد الاسهم العادية

النتائج والمناقشة:

نموذج البحث:

يتكون نموذج البحث من مجموعة المتغيرات المستقلة والمتمثلة بعوامل البيئة الداخلية ومن المتغير التابع المتمثل بربحية المصارف الخاصة والمقاسة بمعدل العائد على الاصول ومعدل العائد على حقوق الملكية وذلك من خلال النموذج التالي:

$$ROA=a+b_1x_1+b_2x_2.....+b_7x_7$$

حيث أن: المتغيرات المستقلة:

X1: نسبة اجمالي حقوق الملكية الى اجمالي الودائع

X2: اجمالي الودائع الى اجمالي الاصول

X3: اجمالي نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية

X4: نسبة اجمالي الاصول الثابتة/ اجمالي أصول المصرف

X5: نسبة الاصول غير الملموسة/ اجمالي اصول المصرف

X6: كفاءة الادارة= الفوائد الدائنة الى الفوائد المدينة

X7: نسبة كفاية الادارة= صافي الربح/ اجمالي الايرادات

[12] فخري سامر، قادر آسو، "مؤشر الربحية المصرفية والعوامل المؤثرة فيه دراسة قياسية في عينة من المصارف التجارية العراقية"، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد6، العدد 2، 2016، ص7.

[13] النعيمي عدنان، التميمي فؤاد، "التحليل والتخطيط المالي-اتجاهات معاصرة"، اليازوردي، 2007، ص97.

المتغير التابع: ROA معدل العائد الى الاصول

اختبار الفرضيات:

سيتم اختبار الفرضيات للمصارف مجتمعة من خلال ادخال المتغيرات منفردة كل متغير على حدة ثم ادخالها مجتمعة ودراسة علاقتها بالربحية (العائد الى الاصول) باستخدام برنامج Eviews كالتالي:

- **الفرضية الرئيسية: لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات البيئة الداخلية (موارد المصرف، التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي) وبين ربحية المصارف الخاصة.

اختبار الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص :

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين موارد المصرف(الموارد المالية، الموارد المادية، الموارد المعنوية، الموارد البشرية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

1- **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المالية(نسبة حقوق الملكية الى اجمالي الودائع، نسبة اجمالي الودائع الى اجمالي الموجودات) وبين ربحية المصارف الخاصة.

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 05:45
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0498	2.057863	0.098314	0.202318	X1
0.0081	3.935504	0.152734	0.142883	X2
0.3498	-0.952167	0.136281	-0.129762	C

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.682734	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.585114	Adjusted R-squared
-4.421902	Akaike info criterion	0.023792	S.E. of regression
-4.021955	Schwarz criterion	0.014718	Sum squared resid
-4.283841	Hannan-Quinn criter.	86.38329	Log likelihood
1.811084	Durbin-Watson stat	6.993786	F-statistic
		0.000065	Prob(F-statistic)

- قيمة معامل الارتباط للمتغير X1 (نسبة اجمالي حقوق الملكية /اجمالي الوادئع) تساوي 0.20 وهي موجبة مما يعني وجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغير X1 والربحية ، وهي علاقة طردية ذات دلالة احصائية لان قيمة احتمالية معامل الارتباط تساوي الصفر وهي أصغر من مستوى الدلالة 5%، مما يعني أن تغيير x1 بمقدار 1%

تؤدي الى تغيير الربحية بمقدار 20% وبنفس الاتجاه، وهذه العلاقة منطقية حيث أن زيادة الملاءة المالية للمصرف تنعكس ايجابا على ادائه وربحيته.

– قيمة معامل الارتباط للمتغير X2 (نسبة اجمالي الودائع /اجمالي الاصول) تساوي 0.14 وهي موجبة مما يعني وجود علاقة طردية ضعيفة بين المتغير X2 والربحية ، وهي علاقة طردية ذات دلالة احصائية لان قيمة احتمالية معامل الارتباط تساوي الصفر وهي أصغر من مستوى الدلالة 5%، مما يعني أن تغيير x2 بمقدار 1% تؤدي الى تغيير الربحية بمقدار 14% وبنفس الاتجاه، وهذه العلاقة منطقية حيث ان اعتماد المصرف في مصادر امواله على الديون ومن ثم توظيف هذه الاموال في استثمارات مجدية تحقق عائد اعلى من تكلفة مصادر هذه الاموال فإن ذلك ينعكس بشكل ايجابي على ربحية المصرف.

بناء على ماسبق يتم قبول الفرضية التالية:

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المالية(نسبة حقوق الملكية الى اجمالي الودائع، نسبة اجمالي الودائع الى اجمالي الموجودات) وبين ربحية المصارف الخاصة.

2– لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المادية(نسبة اجمالي الاصول الثابتة/ اجمالي أصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 05:49
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35
Period SUR (PCSE) standard errors & covariance (d.f. corrected)
WARNING: estimated coefficient covariance matrix is of reduced rank

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.7365	-0.340549	1.311176	-0.446519	X4
0.3640	0.926133	0.033581	0.031100	C

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)
Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.639150	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.466569	Adjusted R-squared
-4.121749	Akaike info criterion	0.026978	S.E. of regression
-3.588487	Schwarz criterion	0.016739	Sum squared resid
-3.937667	Hannan-Quinn criter.	84.13061	Log likelihood
2.011610	Durbin-Watson stat	3.703485	F-statistic
		0.003909	Prob(F-statistic)

– قيمة معامل الارتباط للمتغير X4 (نسبة اجمالي الاصول الثابتة /اجمالي الاصول) تساوي 0.44 وهي سالبة مما يعني وجود علاقة عكسية ضعيفة بين المتغير X4 والربحية، وهذا يعني أن ازدياد نسبة الاصول الثابتة الى اجمالي الاصول يؤثر سلبا على الربحية ويؤدي الى نقصانها وبمعنى أخر ان عدم قدرة البنك على التشغيل الكامل لأصوله المادية الثابتة الملموسة من فروع وتجهيزات وعناصر أخرى سيعرضه الى ضغوط ومخاطر فقدان ميزته التنافسية وانخفاض حصته السوقية بما ينعكس سلباً على ربحيته، ولكن هذه العلاقة غير دالة احصائيا لان قيمة احتمالية معامل الارتباط تساوي 0.63 وهي أكبر من مستوى الدلالة 5%.

بناء على ماسبق يتم قبول الفرضية التالية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المادية(نسبة اجمالي الاصول الثابتة/ اجمالي أصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

3– **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المعنوية(نسبة الاصول غير الملموسة/ اجمالي اصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 05:58
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.6963	0.394460	4.651571	1.834861	X5
0.0217	2.435585	0.007155	0.017426	C

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.612920	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.512566	Adjusted R-squared
-4.280153	Akaike info criterion	0.025788	S.E. of regression
-3.924645	Schwarz criterion	0.017956	Sum squared resid
-4.157432	Hannan-Quinn criter.	82.90268	Log likelihood
1.899149	Durbin-Watson stat	6.107581	F-statistic
		0.000244	Prob(F-statistic)

– قيمة معامل الارتباط للمتغير X5 (نسبة اجمالي الاصول غير الملموسة /اجمالي الاصول) تساوي 1.83 وهي موجبة مما يعني وجود علاقة طردية بين المتغير X5 والربحية، وهذا يعني أن ازدياد نسبة الاصول غير الملموسة الى اجمالي الاصول يؤثر ايجابا على الربحية اي يؤدي الى ازديادها وبمعنى أخر أن هذه الموارد المعنوية المتمثلة باسم المصرف وسمعته وشهرته تؤثر بشكل ايجابي على نشاط المصرف وأدائه وبالتالي على ربحيته ، ولكن هذه العلاقة غير دالة احصائيا لان قيمة احتمالية معامل الارتباط تساوي 0.58 وهي أكبر من مستوى الدلالة 5%.

بناء على ماسبق يتم قبول الفرضية التالية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد المعنوية(نسبة الاصول غير الملموسة/ اجمالي اصول المصرف) وبين ربحية المصارف الخاصة.

4- **لا** يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد البشرية(اجمالي نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 05:59
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.4705	-0.732008	0.00861	-0.0630	X3
0.0001	4.416546	0.004363	0.019268	C

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.618265	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.519297	Adjusted R-squared
-4.294058	Akaike info criterion	0.025610	S.E. of regression
-3.938550	Schwarz criterion	0.017708	Sum squared resid
-4.171337	Hannan-Quinn criter.	83.14602	Log likelihood
1.810973	Durbin-Watson stat	6.247109	F-statistic
		0.000206	Prob(F-statistic)

- قيمة معامل الارتباط للمتغير X3 (نسبة نفقات الموظفين /اجمالي النفقات التشغيلية) تساوي 0.063 وهي سالبة مما يعني وجود علاقة عكسية ضعيفة بين المتغير X3 والربحية، وهذا يعني أن ازدياد نسبة نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية يؤثر سلبا على الربحية ، وبمعنى أخر أن هذه النفقات التي تضمن رواتب واجور ونفقات تدريب الموظفين والمكافآت والتعويضات والتي يتحملها المصرف لم تنعكس بالشكل الذي يؤدي الى زيادة كفاءة الموارد البشرية وفاعليتها بما يؤثر بشكل ايجابي على نشاط المصرف وأدائه وبالتالي على ربحيته، وهذه العلاقة غير دالة احصائيا لان قيمة احتمالية معامل الارتباط تساوي 0.47 وهي أكبر من مستوى الدلالة 5%.

بناء على ماسبق يتم قبول الفرضية التالية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الموارد البشرية(اجمالي نفقات الموظفين الى اجمالي النفقات التشغيلية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص :

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي (كفاءة الادارة، الكفاية الادارية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

Dependent Variable: ROA

Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 06:39
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35
White period standard errors & covariance (d.f. corrected)

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0333	2.247330	0.004537	0.010196	X6
0.0145	2.647471	0.002011	0.002107	X7
0.0006	3.879893	0.010501	0.040743	C

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.638529	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.527308	Adjusted R-squared
-4.291460	Akaike info criterion	0.025395	S.E. of regression
-3.891514	Schwarz criterion	0.016768	Sum squared resid
-4.153399	Hannan-Quinn criter.	84.10056	Log likelihood
1.858248	Durbin-Watson stat	5.741051	F-statistic
		0.000297	Prob(F-statistic)

– قيمة معامل الارتباط للمتغير X6 (كفاءة الادارة= الفوائد الدائنة/الفوائد المدينة) تساوي 0.01 وهي موجبة مما يعني وجود علاقة طردية ضعيفة بين كفاءة والربحية ، وهي علاقة طردية ذات دلالة احصائية لان قيمة احتمالية معامل الارتباط أصغر من مستوى الدلالة 5%، وهذه العلاقة منطقية حيث أن ارتفاع نسبة تغطية الفوائد الدائنة للفوائد المدينة تنعكس ايجابا على ادائه وربحيته.

– قيمة معامل الارتباط للمتغير X7 (الكفاية الادارية) تساوي 0.002 وهي موجبة مما يعني وجود علاقة طردية ضعيفة بين الكفاية الادارية والربحية، وهي علاقة طردية ذات دلالة احصائية لان قيمة احتمالية معامل الارتباط أصغر من مستوى الدلالة 5%، مما يعني أن تغير X7 بمقدار 1% تؤدي الى تغيير الربحية بمقدار 4% وبنفس الاتجاه، وهذه العلاقة منطقية حيث أن زيادة قدرة المصرف على ادارة نفقاته بالشكل الامثل ينعكس ايجابا على الربحية.

وبناء عليه سيتم قبول الفرضية التالية:

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي (كفاءة الادارة، الكفاية الادارية) وبين ربحية المصارف الخاصة.

النموذج الاحصائي:

لإيجاد المعادلة التي تعبر عن العلاقة بين المتغيرات المستقلة (متغيرات البيئة التسويقية الداخلية) والمتغير التابع (الربحية) سيتم استخدام نموذج المربعات الصغرى Least Squares NLS، وهو من النمط:

$$y=a+b1*x1+b2*x2.....+bn*xn$$

بناء على نتيجة اختبار الفرضيات السابقة سيتم دراسة العلاقة بين كافة متغيرات البيئة الداخلية والربحية، حيث سيتم ادخال كافة متغيرات البيئة الداخلية مجتمعة الى النموذج بعد اسقاط المتغيرات الغير معنوية ، وتم التوصل الى النموذج التالي:

Dependent Variable: ROA
Method: Panel Least Squares
Date: 11/17/19 Time: 06:45
Sample: 2011 2017
Periods included: 7
Cross-sections included: 5
Total panel (balanced) observations: 35
White period standard errors & covariance (d.f. corrected)
WARNING: estimated coefficient covariance matrix is of reduced rank

Prob.	t-Statistic	Std. Error	Coefficient	Variable
0.0009	3.807114	0.098779	0.376062	X1
0.0037	3.214633	0.069768	0.224279	X2
0.0425	2.752394	0.014045	0.024612	X6
0.0333	2.553979	0.002727	0.004238	X7
0.0109	-2.760790	0.102391	-0.282680	C

Effects Specification

Period fixed (dummy variables)

0.019664	Mean dependent var	0.725997	R-squared
0.036937	S.D. dependent var	0.611829	Adjusted R-squared
-4.454215	Akaike info criterion	0.023013	S.E. of regression
-3.965392	Schwarz criterion	0.012711	Sum squared resid
-4.285473	Hannan-Quinn criter.	88.94877	Log likelihood
1.745558	Durbin-Watson stat	6.359020	F-statistic
		0.000102	Prob(F-statistic)

من خلال النتائج السابقة نجد أن أكثر متغيرات البيئة الداخلية تأثيرا بالعائد الى الاصول هي متغيرات الموارد المالية و متغيرات التي تمثل التنظيم الاداري والهيكل التنظيمي، نلاحظ من خلال قيمة Adjusted R-Squaredوالتي تعبر عن القدرة التفسيرية للنموذج أن متغيرات البيئة الداخلية قادرة على تفسير 61% من تغيرات العائد على الاصول أما النسبة المفسرة 39% تعود الى عوامل اخرى لم يتم ادخالها في النموذج، ونلاحظ أيضا النموذج معنوي وذلك لأن Prob(F-statistiv)=0.0001 أي ان النموذج سليم ومقبول احصائيا والمتغيرات الداخلة في النموذج مختارة بطريقة صحيحة، وأن قيمة DW=1.7 مما يعني خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي.

الاستنتاجات والتوصيات:

تناولت الدراسة مشكلة أساسية تتمثل بأثر عناصر البيئة التسويقية الداخلية على ربحية المصارف الخاصة في سوريا، حيث تم التوصل الى النتائج التالية:

1- وجود علاقة طردية ذات دلالة بين موارد المصرف المالية(الموارد الداخلية والموارد الخارجية) والربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول.

2- وجود علاقة عكسية بين موارد المصرف المادية والربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول ولكن هذه العلاقة غير معنوية وغير دالة احصائياً.

3- وجود علاقة طردية بين موارد المصرف المعنوية والربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول ولكن هذه العلاقة غير معنوية وغير دالة احصائياً.

4- وجود علاقة طردية بين موارد المصرف البشرية والربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول ولكن هذه العلاقة غير معنوية وغير دالة احصائياً.

5- وجود علاقة طردية ذات دلالة بين الهيكل التنظيمي والتنظيم الاداري والربحية مقاسة بمعدل العائد الى الاصول.

بناء على ماسبق من نتائج توصي الباحثة بما يلي:

1- القيام بتحليل عناصر البيئة الداخلية بشكل مستمر والتعمق بها بشكل دقيق من أجل تسليط الضوء على نقاط القوة والاستفادة منها ومعالجة مواطن نقاط الضعف، مما سيجعل المصرف أكثر قرباً من أداء أعماله بالشكل الصحيح وتحقيق أهدافه. فالادارة الناجحة هي التي تبني الخطط الاستراتيجية بما يتلائم مع واقع المصرف وموارده وما يحقق التناغم بين أهداف المصرف ونشاطاته.

2- زيادة اهتمام الادارة المالية في المصرف بالتحليل الدائم والمستمر لنسب الرفع المالي والاستفادة منها كونها أحد عناصر البيئة الداخلية المؤثرة على أداء المصرف حيث أن الاستفادة من التحليل الدقيق لهذه النسب من شأنه أن يزيد من قدرة المصرف على تعظيم الربحية بما يتناسب مع المخاطر التي يمكن ان يتعرض لها المصرف نتيجة اعتماده على المصادر الخارجية في تمويل أصوله واستثماراته.

3- ان تقوم ادارة المصرف بزيادة الاهتمام بترشيد النفقات وخصوصا بما يتماشى مع المقدرة المالية للمصرف، ودعم الملاءة المالية للمصرف، زيادة الاهتمام بتوظيف الموارد في الاصول الثابتة بشكل مدروس وبما يمكن المصرف من التشغيل الكامل لهذه الاصول واستغلالها لتعزيز المركز التنافسي للمصرف في السوق واكسابه ميزة تنافسية.

4- الدقة في اختيار الموارد البشرية التي تتوفر لديها الخبرات والكفاءات اللازمة والمتميزة بالأفكار الابداعية والابتكارية، والاهتمام ايضاً بتحفيز المورد البشري من خلال الدعم المادي (تحسين مستوى الرواتب ومنح المكافآت والتعويضات المالية) والدعم المعنوي (من خلال الاهتمام ببرامج التدريب والتطوير المستمر وزيادة مستوى تأهيل العاملين في المصرف). فتنمية قدرات العاملين في المصرف وشعورهم بالولاء للمكان الذي ينتمون اليه سيفعل العلاقة الايجابية بين هذه الموارد البشرية وربحية المصرف وأداءه.

5- ضرورة المحافظة على نسب كفاية وكفاءة الادارة عند مستويات عالية وتحسينها من خلال توظيف الادارات الملائمة وانشاء هياكل تنظيمية متميزة ومرنة وتتكيف مع متغيرات البيئة وتملك القدرة على ادارة أصول المصرف بالشكل الأمثل بما يحقيق أعلى المستويات من الكفاءة والربحية.

References:

Abu Zuaiter, Basil, "Factors Affecting the Profitability of Commercial Banks Operating in Palestine (1997-2004)", The Islamic University of Gaza, Master Thesis, 2006.

Ismail, Mohamed Ramadan, "The Impact of the Marketing Environment on Banking Activity", Damascus University, Faculty of Economics, Master Thesis, 2008.

Al-Hussein, Bassam, "Factors Affecting the Profitability of Private Banks in Syria - An Applied Study", Al-Baath University Journal, Volume 38, No. 33, 2016.

Al-Zoubi, Muhammad Bashir, "Use of Liquidity and Profitability Indicators to Evaluate Customer Solvency", St. Clemens University, PhD Thesis, 2011.

Al-Nuaimi, Adnan, Al-Tamimi, Fouad, "Financial Analysis and Planning - Contemporary Trends", Yazordi, 2007.

Hassani, Abdel-Razzaq, "Banking Marketing", Damascus University Faculty of Economics, 2011.

Fakhry, Samer, Kadir, Aso, "The Index of Banking Profitability and the Factors Affecting it: A Standard Study in a Sample of Iraqi Commercial Banks", Kirkuk University Journal for Administrative and Economic Sciences, Volume 6, Issue 2, 2016.

Muhammad, Ali, "The Impact of Interest Rate on the Efficiency of Commercial Banks", Faculty of Economics, Damascus University, Master Thesis, 2013.

Mazeeq, Rami, "A Study of Factors Affecting the Profitability of Syrian Commercial Banks", Tishreen University, Master Thesis, 2014.

Hanawi, Wael, "An Analysis of the Internal Determinants of the Profitability of Commercial Banks Listed on the Damascus Stock Exchange during the Crisis," Al-Baath University Journal, Volume 39, No. 32, 2017.

Al-hawary, S, Al-hamwan,A, **" Environmental Analysis and its Impact on the Competitive Capabilities of the Commercial Banks Operating in Jordan**", International Journal of academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, vol.7, January 2017.

Brigham, E, Ehrhardt, M, "**Financial management theory and practice**" Donnelley Willard, 11th ed. 2005.

Dawood ,U, "**Factors impacting portability of commercial banks in Pakistan**", international journal of scientific and research publications, vol.4, Iss. 3, 2014.

Kiragu, G, " **ENVIRONMENTAL ANALYSIS AS A COMPETITIVE STRATEGIC IMPERATIVE BY BARCLAYS BANK OF KENYA**", SCHOOL OF BUSINESS, UNIVERSITY OF NAIROBI, Master Research, 2012.

Rehman, Z, Khan,A, **" INTERNAL FACTORS, EXTERNAL FACTORS AND BANK'S PROFITABILITY**", Sarhad Journal of Management Sciences, Vol.4, Issue 2 ISSN 2414-2336 (Print), ISSN 2523-2525 (Online), December2018.

Zulfikar, R," **Estimation Model and selection method of panel data regression**", universitas Islam Kalimantan MAB Banjarmasin.