

"أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي من 2016 الى 2020"

إعداد الباحث:

عبد الرحمن علي عطا الله صلاح

محاسب

بلدية معان الكبرى



الملخص:

تهدف الدراسة الى دراسة أثر الحصة السوقية المتمثلة في الودائع المقرضة على ربحية والمتمثلة في هامش الربح بعد الضريبة للبنوك المدرجة في سوق عمان المالي من الفترة الممتدة بين 2016 الى 2020 وعددها 15 بنك، تم اختيار 3 بنوك منها وهي الأكثر نشاطاً. البنك العربي، بنك الإسكان والبنك الاردني الكويتي.

حيث تم حساب الحصة السوقية والتي تمثل المتغير المستقل من خلال قسمة الإيرادات التشغيلية الخاصة بكل بنك عينة الدراسة على الإيرادات التشغيلية للبنوك وكذلك ربحية البنوك والتي تم قياسها بكل من العائد على رأس المال العامل، والعائد على الأصول، والعائد على حقوق الملكية والتي تمثل المتغير التابع، وقد تم عرضها بالاعتماد على البيانات المالية السنوية الخاصة بالبنوك للفترة 2016-2020.

وقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

(Sciences Social the for Package Statistical)

لمعالجة البيانات الأولية، حيث تم استخدام النسب المئوية والتكرارات والأوساط الحسابية والوسيط والانحرافات المعيارية وأكبر وأقل قيمة؛ وذلك بهدف وصف متغيرات الدراسة

تتمثل أدوات الدراسة في التقارير المالية الصادرة عن البنك المركزي الأردني للفترة (2020-2021) عن البنوك عينة الدراسة.

وبعد اجراء التحليل الاحصائي توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- وجود تأثير للعوامل المالية مجتمعة على الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية
- 2- أن دخل السهم له تأثير إيجابي في سعر السهم، وكذلك الأرباح الموزعة، كما أن وجود العائد على حقوق الملكية له تأثير إيجابي بالنسبة لأسهم البنوك التجارية الأردنية.
- 3- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين (دخل الأسهم، العائد على حقوق الملكية)، والقيمة السوقية للسهم في البنوك التجارية الأردنية

وعلى ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، تم وضع التوصيات الآتية:

- 1- جعل هذه الدراسة نواة لدراسات أخرى مشابهة تبحث في العوامل المؤثرة على متغيرات أخرى كسعر الفائدة وسعر الصرف والنتائج المحلي الإجمالي والعوامل الاقتصادية الأخرى.
- 2- العمل على إصدار نشرات دورية دقيقة وتفصيلية عن إجمالي موجودات ومطلوبات البنوك وتكون هي المرجع الأساسي للباحث حيث وجد صعوبة بإيجاد بعض المعلومات الدقيقة عن تلك البنوك.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1-1 المقدمة

يهدف هذا البحث الى معرفة مدى تأثير الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي (بورصة عمان). وذلك لمحورية هذا القطاع في التأثير على النمو الاقتصادي وتمويل الأصول الثابتة ورأس المال العامل للقطاع العام والخاص وتمويل احتياجات الأفراد.

وتتضمن كلمة السوق العديد من المعاني فقد تستخدم هذه الكلمة للدلالة على موقع محدد والذي يتم فيه بيع وشراء منتجات مثل سوق الخضار، سوق الذهب وغيرها. وأحياناً أخرى تستخدم هذه الكلمة للدلالة على العلاقة بين العرض والطلب لمنتج محدد مثل سوق العمل، سوق السيارات وغيرها.

وتعتبر الحصة السوقية إحدى المزايا التي تسعى المنظمة جاهدة إلى تحقيقها، فقد تبحث المنظمة عن حصتها في السوق عن طريق السيطرة على منتج أو مجموعة أصناف من المنتجات، أو السيطرة على خدمة أو مجموعة خدمات تنفرد بها، وقد تندمج الشركة مع شركات أخرى منافسة للحصول على الحصة السوقية كما إن هناك شركات تحصل على حصتها في السوق عن طريق علامتها التجارية.

في ظل التنافس المستعر بين البنوك المحلية والإقليمية والعالمية في استدراج الودائع لإقراضها واستثمارها، نمت الودائع البنكية المحلية الأردنية الى 27.9 مليار دينار أردني حتى 24 يناير 2021 (العيسوي، 2021). وهذا يعكس مدى فاعلية هذه القطاع في تعبئة المدخرات، كأداة استثمار للحكومات والمؤسسات والأفراد، وتوجيهها الى عملاء هؤلاء البنوك لتحقيق أفضل ربح بأقل المخاطر.

وعليه، في ظل هذا النمو في إجمالي الودائع وتنافس الحاد بين البنوك المحلية في تحقيق أرباح لزيادة قيمة أسهم البنك وتوزيع الأرباح على المساهمين، فإنه من الضروري دراسة العوامل الرئيسية لربحية البنوك وكفاءتها على تحقيق ربحية بناء على حصتها السوقية.

2-1 مشكلة الدراسة وعناصرها

إن الهدف الرئيسي لجميع المنشآت التجارية هو تحقيق الأرباح وتعظيم ثروة المساهمين حتى تحافظ على استمراريتها وتدعم مركزها المالي لتتأثر إيجاباً على مواجهة العوامل الرئيسية في بيئة الأعمال الخارجية كالتنافسية والمخاطر المالية وغير المالية والتحديات الداخلية والخارجية للمنشأة.

أظهرت العديد من الدراسات والابحاث التي حاولت التوصل إلى العلاقة بين الحصة السوقية والربحية، نتائج متناقضة حول هذه العلاقة، حيث توصلت بعضها إلى وجود أثر كبير للحصة السوقية على ربحية البنوك، فيما توصلت دراسات أخرى إلى عدم وجود مثل هذا الأثر، ومن هنا فإن هذه الدراسة جاءت للتحقق من هذه العلاقة في السياق الأردني

وعليه، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الكشف عن أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنك وهذا لا يعني بالضرورة أن البنك صاحب الحصة السوقية الكبرى وهو الأكثر ربحية. وبناء على ما سبق فإن المشكلة موضوع البحث يمكن صياغتها في السؤال التالي:

"ما أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي؟"

1-3 أسئلة الدراسة وفرضياتها

يهدف هذا البحث الى الإجابة على السؤال موضوع البحث وهو:

"ما أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية (هامش الربح بعض الضريبة) البنوك المدرجة في سوق عمان المالي؟"

الفرضية الرئيسية (H0): - لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند للحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي 2016-2019

أي سعت الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية التالية كما تبين انه لا يوجد اثر للحصة السوقية على الربحية.

وتتفرع هذه الفرضية للفرضيات التالية:-

الفرضية الأولى (H01):-

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية للودائع المقرضة على الأرباح الموزعة في سوق عمان المالي.

الفرضية الثانية (H02):-

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية للودائع المقرضة على دخل السهم في سوق عمان المالي.

الفرضية الثالثة (H03):-

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية على العائد حق الملكية في سوق عمان المالي.

الفرضية الرابعة (H04) :-

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية على عائد اجمالي الموجودات في سوق عمان المالي.

الفرضية الخامسة (H05):-

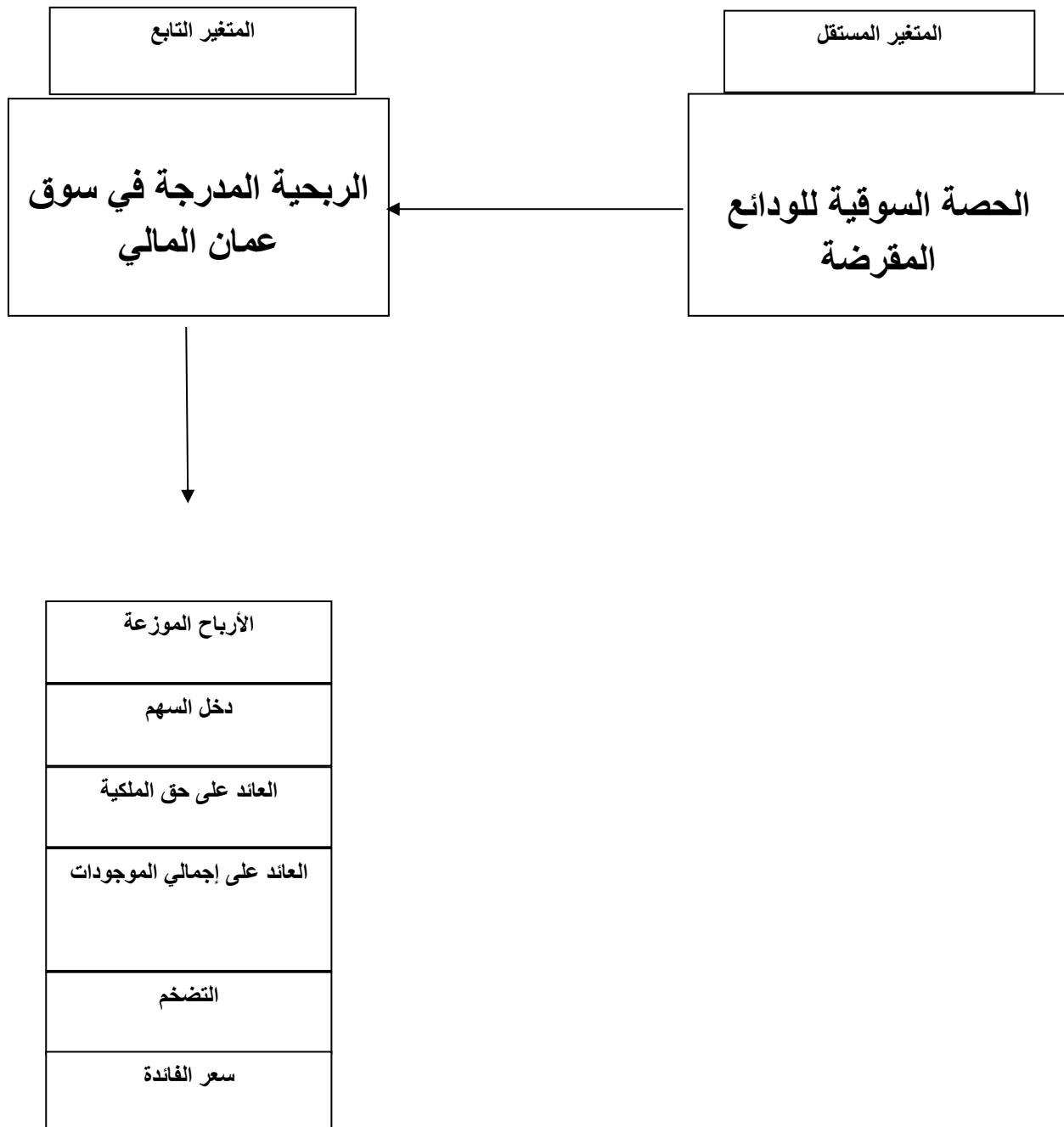
لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية للودائع المقرضة على التضخم في سوق عمان المالي.



الفرضية السادسة (H06):-

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للحصة السوقية للودائع المقرضة على سعر الفائدة في سوق عمان المالي.

4-1 نموذج الدراسة



1-5 التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

الحصة السوقية:- يتم النظر إلى التسعير كعنصر مكمل لبقية عناصر المزيج التسويقي داخل إطار استراتيجية تسويق محددة مع ضرورة التأكد من أن الأسعار التي يتقاضاها المصرف تتوافق مع البرنامج التسويقي ككل (طایل، 2017، ص23).

الوديعة:- "تلك المبالغ المصرح بها في أي عملة كانت والمودعة لدى المصرف والواجبة التأدية عند الطلب، أو بعد إنذار أو في تاريخ استحقاق معين (عبد الباقي، 2015).

يتأثر حجم الودائع في المصرف التجاري الواحد في المناطق المختلفة بالإئفاق الحكومي في المنطقة، إذ عندما يزداد الإئفاق العام يرتفع حجم الودائع. ولقياس الإئفاق العام يحسب معدل التغير في الإئفاق العام والذي يساوي: الإئفاق العام في السنة الحالية - الإئفاق العام في السنة السابقة / الإئفاق العام في السنة السابقة. وتم اختيار معدلات التغير كونها أكثر دقة من البيانات الاعتيادية للتحليل (حسين وعبد الجبار، 1998).

معدل توظيف الودائع:- تشير هذه النسبة إلى مدى استخدام المصرف للودائع وما في حكمها لتلبية حاجات الزبائن من القروض والسلف. وكلما ارتفعت هذه النسبة دلّ ذلك على مقدرة المصرف على تلبية القروض الجديدة، وهي في ذات الوقت تشير إلى انخفاض قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المالية تجاه المودعين، أي إنها تُظهر انخفاضاً في السيولة. لذلك ينبغي على المصرف أخذ الحيطة والحذر اتجاه طلبات القروض الجديدة حتى لا يكون في وضع غير قادر على تأدية التزاماته المالية مع الآخرين. ويتم حساب هذا المعدل بالمعادلة التالية: التسهيلات الائتمانية للسنة الحالية - التسهيلات الائتمانية للسنة السابقة / حجم الودائع .

الربحية:- العلاقة بين الأرباح التي تحققها المؤسسة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح وهي هدف للمؤسسة وقياس للحكم على كفاءة إدارتها في استخدام الموارد (الصمادي، 2018).

1-6 أهمية الدراسة

يستمد هذا البحث أهميته من ثلاث محاور رئيسية:

1. تحديث نتائج البحوث السابقة فيما يتعلق بأثر الحصة السوقية والمتمثلة في الودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي، خصوصاً بعد استحواذ بعض البنوك المحلية على أفرع البنوك الأجنبية العاملة في الأردن.
2. تقديم إطار نظري وإحصائي لمتخذ القرار في البنوك المدرجة في سوق عمان المالي، بحيث توجيه طاقات البنك لجذب الودائع وزيادة حصتها السوقية ولذلك لارتباطها المباشر في الربحية أو النظر الى عوامل اخرى لها تأثير أكبر على الربحية.
3. تقديم إطار نظري وإحصائي للمستثمرين من الأفراد والمؤسسات والحكومات في توجيه استثماراتهم في شراء الأسهم وفتح ودائع لدى هذه البنوك بناء على حصتها السوقية أو النظر الى عوامل اخرى لها تأثير أكبر على الربحية.



7-1 أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث الى تقديم إطار نظري لمتغيرات من خلال تلخيص مفهوم الحصة السوقية وتأثيره على ربحية البنوك وتقديم توصيات بناء على أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك.

8-1 محددات الدراسة

ينحصر البحث في المحددات الآتية:

1. الحدود الزمنية:- ينحصر البحث في الفترة المالية بين 2016 الى 2020
2. حدود المكانية:- ينحصر البحث في البنوك المدرجة في سوق عمان المالي وعددها 3 بنوك (البنك العربي، بنك الإسكان والبنك الاردني الكويتي).

6-1 محددات الدراسة

يحدد هذا البحث في قلة الدراسات والأبحاث الحديثة المتعلقة في سوق عمان المالي.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة

1-2 المقدمة

يعرض الفصل الثاني السمات الرئيسية للبنوك التقليدية والإسلامية كوسيط مالي من حيث الربحية والسيولة والأمان. بالإضافة الى عرض متى وكيفية واسباب نشأة البنوك التقليدية والإسلامية تاريخاً. ويقوم المبحث بتعريف مصطلح البنوك التقليدية والإسلامية ويخلص الوظائف الرئيسية لها وتعطي نبذة مختصرة على القطاع المصرفي الأردني وعمليات الاستحواذ التي تمت لزيادة الحصة السوقية للبنوك.

2-2 البنوك التقليدية والإسلامية

يقدم هذا المبحث ملخص عن السمات الرئيسية للبنوك التقليدية والإسلامية من حيث الربحية والسيولة والأمان.

إن السمة الرئيسية للبنوك التقليدية والإسلامية هي اعتبارها وسيط مالي يقوم على استدراج الودائع من الأفراد والشركات والحكومات وتشغيلها واستثمارها واقرضها بهدف تعظيم الأرباح لهذه البنوك. وعليه فإن ميزة البنوك تتلخص في ثلاث سمات رئيسية وهم الربحية والسيولة والأمان (عبد الباقي، 2015).

أولاً، الربحية البنوك تقوم على توليد إيرادات كبيرة وذلك بسبب التكاليف الثابتة والمتمثلة في الفوائد المدفوعة للمودعين والمصرفيات العالية لإدارة وتشغيل هذه الودائع مما يتوجب على البنوك التوسع والتمدد في عدة استراتيجيات من خلال توفير السيولة الكافية للمقترضين واستغلال الفرص ذات الربحية العالية والمخاطر المتناسبة مع العائد (عبد الباقي، 2015).

ثانياً، يتحتم على البنوك إيجاد سيولة كافية لإقراض العملاء لعدم تقويت الفرص لتحقيق أرباح على المدى القصير والمتوسط والطويل وبنفس الوقت الوفاء للمودعين بتحقيق العائد على ودائعهم وسحبها الودائع عند الطلب. بالإضافة الى ضمان حقوق المودعين بأخذ الرهونات والضمانات الكافية مقابل اقراض ودائعهم للعملاء (عبد الباقي، 2015).

ثالثاً، تحقيق الأمان للمودعين هي ما يجب ان يسعى له جميع البنوك وذلك بسبب صغر رأس المال البنوك بالمقارنة في حجم الودائع المستثمرة فيه. وعليه، لا تستطيع البنوك تحمل خسائر تفوق رأسمالها وعليها إيجاد ضمانات كافية لتعظيم أرباحها وتجنب التعرض لنقص في السيولة واخذ الضمانات والرهونات الكافية مقابل اقراض هذه الودائع والاستثمار في موجودات مدرة للربح لخلق المناخ الأمان للاستثمار (عبد الباقي، 2015).

قام الدكتور عبد الباقي (2015) بتعريف البنوك التقليدية على انها منشأة مصرح لها بتجميع الأموال من مختلف العملات في عدة اشكال كالودائع وحساب المدخرات وتقوم البنوك على توظيف هذه الودائع والمدخرات بشكل تدريجي وبمنهج مدروس ضمن القوانين والأنظمة والتعليمات النافذة في تلك الدولة او الاقليم والنظام وتهدف هذه المنشأة الى تحقيق الربح.

اما الدكتور العزيزي (2011) قام بتعريف البنوك الإسلامية على انها مؤسسات تقوم على اسس عقدية وتمثل الى الشرعية الإسلامية في استئراج الودائع والمدخرات بأشكالها العدة واقراضها على مبادئ والاسس الممثلة للشرعية الإسلامية للعملاء بشكل يحقق الربح للبنك ويحقق للتوزيع العادل للموارد الاقتصادية وخدمة وتحقيق التكافل الاجتماعي.

تتلخص وظائف البنوك التقليدية والإسلامية بالآتي (عبد الباقي، 2015؛ العزيزي، 2011):

1. قبول الودائع والمدخرات من الأفراد والشركات والحكومات.
2. إقراض جزء منها بضمانات معينة والحصول على العائد المناسب لكل عملية.
3. شراء وبيع الأوراق المالية.
4. تحصيل الشيكات والكمبيالات للعملاء والأوراق التجارية.
5. اصدار خطابات ضمان للعملاء.
6. فتح اعتمادات مستنديه.
7. تمويل رأس المال العام والموجودات الثابتة والمشاريع الاستثمارية.

2-3 الاداء المالي للبنوك

- يقوم البنك الإسلامي بنفسه ببعض عمليات الاستثمار بشكل مباشر، ويمكن أن تأخذ هذه الاستثمارات عدة أشكال منها (الصمادي، 2018)
- إقامة مشروعات اقتصادية أو خدمية تراعى أحكام الشريعة الإسلامية في أعمالها، بعد دراستها بشكل جيد، والتأكد من ربحيتها وجدواها الاقتصادية أو الاجتماعية، ويمكن أن تبقى هذه المشروعات ملكا للبنك وقد يقوم ببيعها.
 - شراء أصول أو سلع معينة كالعقارات والسيارات... والمتاجرة بها ببيعها للحصول على ربح أو تأجيرها.
 - المساهمة في شركات تعمل وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية.
- الاستثمارات غير المباشرة التي تقوم بها البنوك الإسلامية:

تعد الاستثمارات غير المباشرة أهم طرق استخدام الأموال واستثمارها في البنوك الإسلامية ولها عدة صيغ، وسنتعرف على أهمها بشيء من التفصيل فيما يلي:

المشاركة: تعد المشاركة من أهم صيغ الاستثمار الشائعة في البنوك الإسلامية، فهي تلائم طبيعة عمل البنوك الإسلامية، وتعتبر من أكثر الصيغ مرونة وملاءمة وشمولا، حيث يتم استخدامها في تمويل مختلف الأنشطة الاقتصادية، وتعد نظاما اقتصاديا إسلاميا مبنيا على المشاركة في الإنتاج عن طريق اقتسام الأرباح أو الخسائر، وتعتبر الإستراتيجية الرئيسية في البنوك الإسلامية (صوان، 2019).

وتكون بوضع جزء من رأس مال المشروع من قبل البنك، والجزء الآخر يدفعه العميل المشارك دون اشتراط فائدة كالبنوك التقليدية؛ بل يشارك البنك مع العميل في الناتج المتوقع من ربح أو خسارة، لأن العلاقة بينهما تشاركية ويتم تنظيم هذه العلاقة بينهما وفق عقد يحدد فيه وبدقة حصص المساهمة والإدارة ونسب توزيع الأرباح والخسائر.

المضاربة الشرعية (القراض)

تعد المضاربة (القراض) من أهم صيغ استثمار الأموال في الفقه الإسلامي، وهي شائعة الاستخدام في البنوك الإسلامية، وهي نوع من المشاركة بين رأس المال والعمل.

والمضاربة في اللغة: على وزن مفاعلة، والفعل ضارب مأخوذ من الضرب في الأرض أي السير فيها للسفر، لقوله تعالى ﴿وَأَخْرَجُوا يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ﴾⁽¹⁾.

وقد عرف ابن رشد المضاربة "بقوله أن يدفع الرجل إلى الرجل المال على أن يعمل فيه على جزء من الربح" (طایل، 2017).

بيع المربحة للأمر بالشراء:

تعتبر المربحة من أكثر صيغ التمويل الإسلامي انتشاراً، فهي تسيطر على معظم عمليات التمويل التي يقوم بها البنوك الإسلامية، وهي تمثل الجانب الأكبر من استثماراته كونها تناسب طبيعة معظم الموارد المتاحة في البنوك الإسلامية، وتتسم باليسر

(1) سورة المزل، الآية 20.

والسهولة في التعامل والبساطة وعدم التعقيد، وانخفاض درجة المخاطر فيها. أما المراجعة للأمر بالشراء فتعرف بأنها "طلب الفرد أو المشتري من شخص آخر (أو البنك) أن يشتري سلعة معينة بمواصفات محددة، وذلك على أساس وعد منه بشراء تلك السلعة اللازمة له مربحة، وذلك بالنسبة أو الربح المتفق عليه، ويدفع الثمن على دفعات أو أقساط تبعاً لإمكاناته وقدرته المالية" وهذه هي الصورة التي تطبق في البنوك الإسلامية والتي تدور أغلب أحكام المعيار حولها. إذا يقوم البنك الإسلامي بشراء بضاعة أو سلعة معينة بناءً على طلب من العميل، ثم يقوم ببيعها له بسعر أعلى من سعر الشراء مع إطلاع العميل على قيمة الربح، وهنا يكون البيع الثاني بالتقسيط، وعادة يطلب البنك من العميل دفع مبلغاً معيناً بشكل مقدم لضمان جديته، ويكون السداد بأن جزءاً من الثمن يدفعه العميل مقدماً، والباقي يسدد على أقساط شهرية أو دفعات يتحدد تاريخها في عقد البيع بالمراجعة بين البنك والعميل (عبد العزيز، 2019).

الإجارة المنتهية بالتملك:

هي صورة حديثة من صور التمويل في البنوك الإسلامية، وذلك ضمن قواعد عقد الإجارة وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، وهي تحقق حاجات الراغبين في اقتناء أصل رأسمالي ولا يملكون كامل الثمن فوراً. وعرف شبير الإجارة المنتهية بالتملك "هي قيام البنك الإسلامي بتأجير عين كالسيارة إلى شخص لمدة معينة بأجرة معلومة قد تزيد عن أجرة المثل، على أن يملكه إياها بعد انتهاء المدة ودفع جميع أقساط الأجرة بعقد جديد" (طایل، 2017).

عقد الاستصناع:

يعتبر الاستصناع في البنوك خطوة رائدة لتنشيط الحركة الاقتصادية في البلد، وذلك إما بكون البنك أو المؤسسة المالية صانعا، أو بكونه مستصنعا: أما كونه صانعا: فإنه يتمكن على أساس عقد الاستصناع من دخول عالم الصناعة والمقاولات بأفاتها الربحية، كصناعة السفن والطائرات والبيوت والطرق، وغير ذلك، حيث يقوم البنك أو المؤسسة المالية الإسلامية بذلك من خلال أجهزة إدارية مختصة بالعمل الصناعي لتصنع الاحتياجات المطلوبة للمستصنعين. أما كونه مستصنعا، فيتوفر ما يحتاجه البنك أو المؤسسة المالية الإسلامية من خلال عقد الاستصناع مع الصناعيين والذي يوفر لهم التمويل المبكر، ويضمن تسويق مصنوعاتهم، ويزيد من دخل الأفراد، مما يزيد من رخاء المجتمع بتداول السيولة المالية بين أبناء البلد. وهناك حالة ثالثة، وهي أن يكون البنك أو المؤسسة المالية الإسلامية صانعا ومستصنعا في نفس الوقت، وهو ما يسمى بالاستصناع الموازي (صوان، 2019).

بيع السلم:

هو نوع من أنواع البيوع يؤجل فيه تسليم المبيع ويعجل فيه تسليم الثمن، فهو بيع أجل بثمن عاجل والمعجل في السلم هو النقود، أما المؤجل فهو السلعة، ولذا يتطلب الأمر أن تحدد السلعة بمواصفات دقيقة، ولذلك وضعت لهذه الصيغة شروط خاصة للحد من هذه المخاطر ودفع الغرر، وسمى العقد سلماً لأنه يتم فيه تسليم الثمن عند التعاقد، والبعض يطلق عليه السلف. وتطبيقه في البنوك الإسلامية يكون بأن يدفع البنك مقدماً ثمن بضاعة يتعاقد على شرائها من المتعامل الذي يتعهد بتسليم البضاعة للبنك بعد إنتاجها، وعادة ما تستخدم هذه الصيغة في تمويل المشاريع الإنتاجية (طایل، 2017).

لا بد للبنك التجاري من توظيف الأموال التي تحصل عليها سواء من مصادره الذاتية أو المصادر الخارجية وهي تمثل أوجه الاستخدامات للمواد المتاحة، وتعمل البنوك على توظيف هذه الأموال على شكل توظيفات تسمى التوظيفات النقدية. ويمكن ملاحظتها في جانب

الأصول أو الموجودات في ميزانية البنك. وهي عبارة عن إجمالي الأموال المستخدمة والمستثمرة والتي تكون على شكل أرصدة نقدية لدى البنك وفي خزائنه أو في خزائن البنك المركزي والبنوك الأخرى، والغرض من استخدامها بهذا الشكل هو توفير السيولة وكذلك وفاء التزام الاحتفاظ باحتياطي نقدي لضمان حقوق المودعين، وإن الاحتياطي النقدي المفروض من البنك المركزي الأردني يعتبر أداة من أدوات التحكم بالسياسة النقدية وعرض النقد، وأن خبراء البنوك اعتبروا أن النسبة المقبولة للأرصدة النقدية كسيولة جاهزة على شكل نقد من حجم الودائع وحسب ما يراه مناسباً ذوي الخبرة والدراية في البنك من أصحاب القرار. ويمكن توظيف الأموال على شكل استثمارات من حجم الودائع، وذلك في الأوراق المالية كالأذونات والسندات الحكومية المضمونة وأسهم الشركات المساهمة القابلة للتداول. وتوظف أيضاً على شكل تسهيلات ائتمانية من خلال القروض والسلف الجاري مدين والكمبيالات المخصومة، وتعتبر مؤشراً على حسن التوظيف والاستخدام وهي أكثر أنواع الأصول عائداً، ويربط بسيط مع المخاطر، وأيضاً أكثرها مخاطر، لأن العائد والمخاطرة على علاقة طردية دائماً (طایل، 2017).

وتجدر الإشارة هنا إلى موضوع التوظيفات غير النقدية والتي تمثل هذه كافة الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية لعملائها من دون الحاجة إلى استخدام مواردها مثل عمليات تمويل التجارة الخارجية من خلال الاعتمادات المستندية والكفالات البنكية أو ما يسمى بخطابات الضمان. وتعتبر التوظيفات غير النقدية تسهيلات غير مباشرة وتمثل التزاماً غير مباشر على البنك وتظهر على شكل حسابات نظامية أو حسابات لها مقابل في القوائم المالية للبنك

2-4 ودائع البنوك:

تعد الودائع المحرك الرئيس في نشاط البنوك التجارية، فبدون الوديعة لا يمكن للمصارف التجارية القيام بنشاطاتها وتحريك أعمالها، فهي الركيزة الأولى التي تعتمد عليها المصارف التجارية. لذا فإن السمة الأساسية للمصارف التجارية هي قدرتها على تكوين الائتمان وخلق فرص استثمارية جديدة، على المستوى الجزئي، وإضافة نقود جديدة إلى المعروض النقدي على مستوى الاقتصاد الوطني ككل. لذلك فإن قيمة الودائع لدى أي مصرف تجاري تشكل عادة أكبر فقرة في جانب الخصوم بميزانيته تفوق في أهميتها النسبية المكونات الأخرى. فالودائع المصرفية تمثل التزاماً على المصارف واجب السداد مع الوفاء بالفائدة لقاء تنازل المودعين عن أموالهم لفترة من الزمن كودائع في المصارف، وهو ما يعرف بالقيمة الزمنية للنقود. ومن البديهي إن سلامة النظام النقدي تقوم على سلامة أدواته والودائع في مقدمتها لذلك يتم تحديد مدى الاستخدام الأمثل لها عن طريق مؤشر معدل توظيف الودائع فهو أفضل تعبير يحدد مدى جودة استخدامها، كما إن أي خطر يهدد هذه الودائع يؤدي إلى زعزعة الثقة بالمصرف المعني، وبالنظام المصرفي ككل.

أولاً: تعريف الوديعة

ويعرف (آل علي، 2003) الوديعة على أنها تلك المبالغ المصرح بها بأي عملة نقدية كانت والمودعة لدى المصرف والواجبة التأدية عند الطلب أو بعد إخطار أو في تاريخ استحقاق معين.

ثانياً: أنواع الودائع

يمكن تقسيم الودائع حسب معايير مختلفة (آل علي، 2002)، (الزبيدي، 2011):

1- من حيث تاريخ الاستحقاق:

أ- الودائع تحت الطلب (الجارية).

ب- ودائع لأجل.

ج- ودائع بإخطار.

د- شهادات الإيداع: وهي شهادات تصدر بناء على رغبة العميل بتثبيت إيداع مبلغ معين من النقود لدى البنك التجاري ولا يمكن سحبها إلا بعد انقضاء الفترة التي تم تثبيتها في العقد. وعلى العموم يمكن تداول هذا النوع من الودائع وهناك بعض شهادات الإيداع لا يتم تداولها حسب عقد الاتفاقية بين العميل والبنك.

هـ- شهادات الاستثمار (الادخار): وهي شهادات لها مبلغ معين وأجل معين وعائد محدد إذا أراد المودع الحصول على قيمتها قبل الأجل، فيقوم بخصمها لدى البنك التجاري.

2- حسب طبيعة حركتها:

يمكن تقسيم الودائع حسب طبيعة حركتها إلى:

أ- ودائع نشطة: وهي تلك الودائع التي يكون رصيدها غير مستقر نسبياً لكثرة عمليات السحب والإيداع.

ب- الودائع المستقرة: وهي تلك الودائع التي يكون رصيدها مستقر نسبياً وذو طبيعة ادخارية.

3- من حيث نشأتها:

حيث يتم تقسيمها إلى ودائع أساسية وودائع مشتقة.

أ- الودائع الأساسية: هي التي تنشأ عن إيداع نقود أو شيكات مسحوبة في مصرف آخر وتسمى ودائع حقيقية.

ب- الودائع المشتقة: فهي الودائع الائتمانية وتنشأ عن طريق منح القروض أي خلق النقود نتيجة حجم الودائع لدى المصرف بمنحها للمقترضين وتنشأ للمقترض لدى البنك ودیعة بمقدار القرض المتفق عليه ومن هنا تزيد ودائع البنك في الوقت ذاته التي تزيد فيه قروض المتعاملين.

4- من حيث الملكية:

أ- الودائع الأهلية: هي تلك الودائع التي تعود ملكيتها إلى الجمهور والشركات الخاصة.

ب- الودائع الحكومية: هي تلك الودائع التي تعود ملكيتها إلى الشركات العامة والمؤسسات الحكومية.

ج- الودائع المختلطة: وهي تلك الودائع التي تعود ملكيتها إلى الشركات والمؤسسات شبه الرسمية (القطاع المختلط).

العوامل المؤثرة على جذب الودائع واستراتيجياتها

العوامل المؤثرة على جذب الودائع

تتأثر عملية جذب الودائع بعدة عوامل (الزبيدي، 2011، 141-153):

أولاً: نمو الوعي المصرفي.

ثانياً: الاستقرار السياسي والاقتصادي والتشريعي في الدولة.

ثالثاً: سمات المصرف وسياساته التي تتمثل في العناصر التالية:

1. تقديم مزايا جديدة ومبتكرة ومجزية للمودعين.
2. التحسين والتطوير المستمر لمستوى خدمات المصرف.
3. موقع المصرف.
4. عراقية المصرف وشهرته وخبرته المصرفية.
5. السياسة الرئيسية وقوة المركز المالي.

الاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع (الزبيدي، 2011، 141-153):

أولاً: إستراتيجية المنافسة السعرية:

تتمثل هذه الإستراتيجية بدفع معدلات فائدة أعلى على ودائع المودعين. وعلى الرغم من أهمية هذه الإستراتيجية في جميع مجالات النشاط المصرفي والاقتصادي بشكل عام إلا أن بعض التشريعات المصرفية لا تسمح بدفع الفوائد على الودائع الإدارية الأمر الذي يقلل من دور هذه الإستراتيجية في جذب الودائع وذلك للأسباب الآتية:

- 1- الحد من ارتفاع تكلفة الأموال.
- 2- تقليص حدة المنافسة بين المصارف.
- 3- لحد من ارتفاع الفوائد على القروض.
- 4- تخفيض معدل هجرة الأموال من المدن الصغيرة إلى المدن الكبيرة.

ثانياً: إستراتيجية المنافسة غير السعرية:

تتمثل هذه الإستراتيجية بتقديم خدمات جيدة وبأسعار تنافسية، أي إنها لا تقوم على دفع فوائد على الودائع، وإنما تستند على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبون، حيث إن التباين الموجود بين المصارف في مستوى جودة الخدمات المقدمة للزبون ونوعها يساهم في جذب ودائعه.

ويمكن الإشارة إلى أبرز الخدمات التي يمكن أن يعتمد عليها المصرف في جذب المزيد من الودائع:

1- تحصيل مستحقات المودعين.

2- سداد المدفوعات نيابة عن العميل، وتعتمد على ثلاثة مجالات:

أ- مدى استعداد البنك لقبول فكرة سداد المطلوبات المستحقة على العميل بمقتضى فواتير.

ب- مدى استعداده للسماح للعميل بتحرير شيكات بدون رصيد.

ج- نسبة المصروفات التي سيتحملها العميل مقابل تلك الخدمات.

3- استحداث أنواع جديدة من الودائع (مثل شهادات الإيداع)

4- سرعة أداء الخدمة.

5- التيسير على العملاء.

6- خدمات تتمثل في تقديم مزايا المودعين.

7- إدارة محفظة الأوراق المالية للعميل.

8- التوسع في تقديم خدمات غير مصرفية

9- فتح الاعتمادات وإصدار خطابات الضمان.

2-5 الحصة السوقية

يعد السعر أحد عناصر المزيج التسويقي، وله دور في تثبيت هوية البنك في السوق وتدعيم موقعها فيه، ويعد دلالة واضحة على جودة الخدمة، وقد وردت عدة تعريفات للتسعير، إذ عرف (Jain, et al., 1999: 152) **السعر** بأنه: "وسيلة للتبادل تقدم من طرف المشتري للسلع/ الخدمات التي يجري تسويقها من قبل البائع/ المسوق". كما عرف بأنه: "أي شيء يمكن تبادله مقابل الحصول على السلعة أو الخدمة" (العسكري، 2000: 173).

وتخلص الباحثة إلى تعريف السعر بأنه: المقابل الذي سيدفعه العميل نظير انتقاعه بالسلعة أو الخدمة، وتطبيقاً على الخدمة المصرفية فإن تسعيرها يعرف على أنه: "معدل الفوائد على الودائع، القروض، الرسوم، العمولات والمصروفات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمة" (المغربي، 2004: 388).

وتتميز عملية التسعير في المنظمة بناءً على التعريفات السابقة هو استلزامها القيام بتحديد دقيق للمنتجات والتي تتميز بأنها عبارة عن نقد وإنشائها وتداولها يعتبر جزءاً من الشرعية الاقتصادية للمنظمة، ويشكلان الأساس الذي يقوم عليه المنظمة والقروض، وخدمات لها مكانة متزايدة في النشاط التنظيمي، والتي يمكن إدماجها مع المنتج، هذه الخدمة يمكن أن تكون مجانية أو غير مجانية (زرزور، 2002: 95).

وتسعى المنظمة من وراء الاستراتيجية التسعيرية إلى تحقيق جملة من الأهداف بعضها مرتبط بالتعامل كالسعي إلى الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن، وتعظيم الحصة السوقية من خلال تنويع الخدمات المطروحة في السوق تكون ذات جودة عالية وبأسعار منخفضة، وأهداف مرتبطة بالأرباح، لتحقيق ربح مناسب في المدى القصير وتعظيم العائد على الاستثمار، وأهداف لمواجهة مواقف معينة، كالمحافظة على الحصة السوقية، والحفاظ على الصورة الذهنية لدى العملاء من خلال تمييز منتجاتها والرفع من مستوى جودتها (زرزور، 2002: 95).

كما يتأثر السعر بجملة من العوامل بعضها داخلي وبعضها خارجي، أما العوامل الداخلية فتتمثل في الأهداف التسويقية للمنظمة كإنتاج خدمات ذات جودة عالية لمواجهة المنافسة من جهة، وتحقيق أرباح مرتفعة من جهة أخرى، والاستراتيجية التسويقية للمنظمة والذي يتوقف على المزيج التسويقي المتبع، ويعتمد نجاح الاستراتيجية التسويقية على مدى تكامل وتلاءم وتفاعل عناصر المزيج التسويقي إضافة إلى أن الزبون يضع أساساً عند الاختيار قبل اتخاذ قرار الشراء، وذلك من خلال المقارنة ما بين السعر وجودة المنتج والمنافع التي سوف يحققها، وكذلك من العوامل الداخلية التكاليف، فإذا ما ارتفعت هذه الأخيرة ارتفعت الرسومات والعمولات التي سيأخذها للمنظمة والعكس صحيح والتكاليف نوعان: متغيرة وثابتة، ومن العوامل الداخلية أيضاً تنظيم عملية السعر (الصميدعي ويوسف، 2005: 267-269).

أما العوامل الخارجية فتتمثل في: إدراك العميل، حيث عادة ما يمر العميل بمجموعة من المراحل قبل اتخاذ قرار الشراء وذلك انطلاقاً من مبدأ الرشادة أو العقلانية التي يجب أن يتحلى بها المستهلك في سلوكه، وكذلك مرونة الطلب على الخدمة، حيث تعرف المرونة السعرية على أنها التغير الذي يحدث في الطلب والذي يكون سببه تغيراً حدث في السعر، وكلما كان الطلب مرناً لجأ البنك إلى تخفيض الأسعار والعكس صحيح، وكذلك نوعية السوق فيما إذا كانت السوق تسودها منافسة حرة أو سوق احتكار القلة، أو سوق احتكار مطلق، أو منافسة احتكارية، وهناك عوامل أخرى كالتضخم والقوانين والتشريعات وغيرها (الصميدعي ويوسف، 2005: 270).

تتعرض المنظمات لدرجة كبيرة من المنافسة ليس فقط من المنظمات الأخرى وإنما من قبل المؤسسات المالية الأخرى بالإضافة لأعضاء سوق الأوراق المالية، وتبعا لهذه المنافسة اتجهت المنظمات إلى ما يعرف بفلسفة التوجه بالسوق عند تحديد الأسعار وفيها يتم النظر إلى التسعير كعنصر مكمل لبقية عناصر المزيج التسويقي داخل إطار استراتيجية تسويق محددة مع ضرورة التأكد من أن الأسعار التي يتقاضاها المصرف تتوافق مع البرنامج التسويقي ككل.

تحصل عليها شركة معينة خلال فترة زمنية محددة. يتم احتساب الحصة السوقية من خلال أخذ مبيعات الشركة خلال فترة معينة وتقسيمها على إجمالي مبيعات هذه الصناعة من جميع الشركات خلال نفس الفترة. يستخدم هذا المقياس لإعطاء فكرة عامة عن حجم الشركة فيما يتعلق بسوقها ومنافسيها. (كاظم، 2016، ص2)

حصة الشركة في السوق هي حصتها من إجمالي المبيعات فيما يتعلق بالسوق الذي تعمل فيه (الكور، 2011).

ينظر المستثمرون إلى مدى زيادة الحصة السوقية وانخفاضها بعناية، لأنها يمكن أن تكون علامة على القدرة التنافسية النسبية لمنتجات الشركة أو خدماتها. ومع نمو السوق الكلي لمنتج أو خدمة، فإن الشركة القادرة على المحافظة على حصتها السوقية سوف تتمو إيراداتها بنفس معدل إجمالي السوق. وسوف تتفوق على بسرعة زيادة الإيرادات. ويمكن أن تسمح الزيادات في الحصة السوقية للشركة بتحقيق نطاق أكبر في عملياتها وتحسين الربحية. وتتطلع الشركات دائماً إلى توسيع حصتها من السوق، بالإضافة إلى محاولة زيادة حجم السوق الكلي من خلال جذب عملاء جدد من فئات أخرى من المجتمع أو خفض الأسعار أو استخدام الإعلانات.

ويمكن قياسها كما يلي (Etale , Bingilar, Ifurueze، 2016):

حصة السوق في الوحدات

هي الوحدات المباعة من قبل شركة معينة كنسبة مئوية من إجمالي مبيعات السوق ، تقاس بنفس الوحدات.

حصة السوق من الوحدات (%) = $100 * \text{المبيعات بالوحدات} / \text{إجمالي مبيعات السوق بالوحدات}$.

يمكن إعادة تنظيم هذه الصيغة لتوليد مبيعات بالوحدات أو إجمالي مبيعات السوق بوحدات المتغيرين الآخرين ، كما هو موضح أدناه:

المبيعات بالوحدات = حصة السوق بالوحدات (%) * $100 / \text{إجمالي مبيعات السوق بالوحدات}$

إجمالي مبيعات السوق بالوحدات = $100 * \text{المبيعات بالوحدات} / \text{حصة السوق بالوحدات} \%$

حصة السوق في الإيرادات

تختلف حصة السوق في الإيرادات عن حصة السوق في الوحدات حيث إنها تعكس الأسعار التي تباع بها المنتجات.

تتمثل طريقة بسيطة لحساب السعر النسبي في قسمة حصة السوق في الدخل على حصة السوق في الوحدات.

حصة السوق في الإيرادات (%) = $100 * \text{الإيرادات من المبيعات} / \text{إجمالي الإيرادات من سوق المبيعات}$. كما هو الحال مع حصة السوق في الوحدات ، يمكن إعادة تنظيم معادلة حصة السوق في الإيرادات لحساب إيرادات المبيعات أو إجمالي إيرادات سوق المبيعات، من المتغيرين الآخرين. تحدد البنوك عدة مستويات من الأسعار شأنها شأن بقية المؤسسات وذلك من أجل تغطية التكاليف التي أنفقتها لإنتاج الخدمات بشكل نهائي وهناك أسلوبين يمكن استخدامهما لتحليل وفهم العلاقة بين الطلب والتكلفة والربح كما يلي :

تحليل نقطة التعادل : نقطة التعادل هي النقطة التي يتعادل عندها إجمالي إيرادات المبيعات مع إجمالي المصروفات المتغيرة والثابتة أو هي النقطة التي يتعادل عندها إجمالي هامش المساهمة مع إجمالي المصروفات الثابتة وكما يتضح من هذين التعريفين يمكن الوصول إلى نقطة التعادل بطريقتين أولاً بطريقة المعادلة، وثانياً بطريقة الوحدة.

(ب): التحليل الحدي : تركز عملية التحليل الحدي على أساس أن نقطة الربح القصوى هي النقطة التي تتساوى فيها التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي وبشكل عام ينظر إلى الإيراد الحدي على أنه (التغير في الإيرادات الإجمالية بسبب تغير المبيعات بوحدة واحدة) أو أنه التغير في الإيراد الكلي والذي ينتج أو يتم التوصل إليه بعد بيع وحدة إضافية أخرى من الماركة الخدمية (علي، 1989، ص 67).

ثانيا : طريقة هامش المساهمة :

وهامش المساهمة هو القيمة الباقية من إيرادات المبيعات بعد طرح المصروفات المتغيرة ويركز على ان كل وحدة تباع تنتج قدرًا معينًا من هامش المساهمة والذي يعمل أولاً على تغطية المصروفات الثابتة والباقي بعد ذلك يوجه للأرباح، فإذا لم يكن هامش المساهمة كافياً لتغطية التكاليف الثابتة تتحقق خسائر خلال الفترة وعن طريق هامش المساهمة يمكن إيجاد عدد الوحدات الواجب بيعها لتحقيق التعادل عن طريق قسمة إجمالي المصروفات الثابتة على هامش المساهمة للوحدة المباعة:

المرحلة الرابعة :

تحليل أسعار المنافسين :

أسعار المنافسين توفر قاعدة معلوماتية واسعة عن تكاليف وإيرادات المنافسين الرئيسيين في الصناعة وبناءً على تقوم الجهات المختصة بالمصرف بمهمة جمع هذه المعلومات من مختلف المصادر (داخلية وخارجية) وتحليلها وبيان نقاط القوة والضعف فيها بالنسبة لكل منافس رئيسي، وعلى أساس المعلومات والبيانات التي تم جمعها وتحليلها توضع الأسعار المقبولة من العملاء النهائيين.

المرحلة الخامسة :

إختيار سياسة التسعير :

سياسة التسعير تعتبر ذات تأثير كبير في تحقيق الأهداف التسويقية كما تعتبر بمثابة البرنامج العملي الذي تقوم البنوك بالالتزام بتطبيقه لتحقيق الأهداف السعريّة الموضوعة مع ضرورة الانسجام مع المتغيرات البيئية مثل طبيعة الأسواق ومستويات الدخل ودرجة الوعي المصرفي بجانب الأهداف الاجتماعية والاقتصادية التي تعكسها السياسات الاقتصادية والظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة كما تشكل سياسات التسعير أهمية خاصة للبنوك وذلك لارتباطها الوثيق بأهدافها وإيراداتها وأن إختيار سياسة التسعير يعتبر من الأمور المعقدة لتتغلب القرارات والخيارات التي يجب اتخاذها عند تحديد السياسة السعريّة وبشكل عام هنالك أربعة سياسات تسعيرية هي:

أولاً سياسة السعر الكاشط :

يميل السعر في هذه الحالة لأن يكون غير مرن وخاصة في مرحلة التقديم للماركة الخدمية أو السلعية وتتركز هذه السياسة التسعيرية على وضع أعلى الأسعار على السلع أو الخدمات الجديدة والتي سيدفعها المبادرون أو المبتكرون من المشتريين مقابل حصولهم

على سلع أو خدمات جديدة. و المنظمات التي تعتمد هذه السياسة تقوم بتقديم خدمات مصرفية بسعر مرتفع للبيع لقطاعات معينة من المستهلكين القادرين حالياً على شراء هذه الخدمات والهدف من ذلك تحقيق أعلى الأرباح الممكنة في الأجل القصير ثم تقوم من بعد ذلك بتخفيض السعر بهدف البيع لفئات أقل قدرة مالية بمعنى الاتجاه نحو الدخول إلى أسواق ذات مرونة أكبر في حساسيتها تجاه التغير في الأسعار (الصميدعي ويوسف، 2001، ص42).

ثانياً سياسة السعر الكاسح :

تستخدم عند تقديم المنتجات الجديدة للسوق والهدف منها هو التغلغل والنمو في السوق والحصول على أكبر حصة ممكنة فيه بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة الربحية في الأمد الطويل عن طريق وضع أسعار منخفضة للخدمات موضوع الاهتمام، ويتطلب نجاح هذه السياسة في التسعير إنتاج أو عرض أكبر كمية ممكنة من الوحدات المنتجة وتجدر الإشارة إلى أن المؤسسات التي تستخدم سياسة السعر الكاسح لا تستطيع بسهولة تطبيق هذه السياسة بشكل تلقائي بل عليها اتخاذ سلسلة من الخطوات المتدرجة - تطوير نوعي في المواصفات الخاصة بالسلعة أو الخدمة مع ترويج كثيف في أسواق جديدة - والهادفة لإنجاح هذه السياسة السعرية (الصميدعي ويوسف، 2001، ص44).

ثالثاً سياسة قيادة السعر :

تتجسد هذه السياسة عندما يكون هنالك مجهز معين مقبول بشكل عام من بقية المجهزين باعتباره القائد للأسعار حيث أنه هو الذي يحدد السعر، وبشكل عام هنالك نوعين من المجهزين.

النوع الأول يحدث عندما تقوم المؤسسة المصرفية القائمة بأخذ المبادرة في تغيير الأسعار وتكون باقي البنوك مستعدة لاتباعها على أن يحقق هذا التغيير الربح الكافي، أما في الحالة الثانية (الإجبارية) قد نجد على الرغم من حسن النية الذي قد يكون متوفراً لدى مخططي السلطة النقدية إلا أن هذا لا يعنى أن تأتي أسعار الخدمات المصرفية متلائمة مع الفروقات الطبيعية التي من الممكن القول بوجودها بين البنوك وينتج عن ذلك أن الأسعار قد تأتي دون المستوى بالنسبة لبنوك تقتطع حصة كبيرة من السوق المصرفي مما قد يؤثر سلباً على إيراداتها لتغطية تكاليف الحجم، أو قد تأتي غير متوائمة مع إمكانيات البنوك الصغيرة في الحجم والحصة السوقية والعلاء الأمر الذي قد يؤثر على قدرة هذه البنوك في الاستمرارية والمنافسة بسبب توفر الوعي لدى العملاء بالسوق المصرفي مما يقودهم إلى الاتجاه نحو التعامل مع البنوك ذات السمعة السوقية الممتازة طالما أنها تقدم ذات الخدمات بنفس السعر مع احتمالية الحصول على مزايا غير سعرية إضافية أخرى. أما النوع الثاني فيتمثل في حالة مؤسسه مصرفيه صغيرة ولكن معتمده كقائد للسوق بعد أن تكون قد أثبتت أنها قادرة على تحليل السوق أو تشخيص التغيرات في السوق وقادرة على وضع هيكل السعر في السوق (الصميدعي ويوسف، 2001، ص45).

رابعاً: سياسة التسعير حسب القيمة المدركة:

عادة ما لا يكون أساس هذه السياسة هو (كم يكلف تقديم هذه الخدمة أو المنتج) ؟، بل (ما هي القيمة المدركة للمنتج أو الخدمة لدي العميل) ؟. فكلما زادت الملامح المادية وغير المادية، مثل المظهرية والتفاخر فإن ذلك سوف يؤدي إلى ارتفاع القيمة المدركة للمنتج أو الخدمة، وبالتالي يمكن للمصرف تحديد أسعار مرتفعة أو العكس صحيح. وفي الواقع فإن المنظمات والبنوك إذا أرادت استخدام

سياسة القيمة في التسعير، فإنها يجب أن تبذل جهوداً مضاعفة لتقليل حساسية العملاء للسعر أو الحد من مرونة الطلب من خلال تمييز المنتج أو ربط الطلب على منتجات أخرى أو إضافة منافع غير سعرية (الحداد، 1999، ص31).

خامساً: سياسات تسعيرية أخرى:

سياسات التسعير السابقة تستخدم في الغالب الأعم لتسعير المنتجات الجديدة، إلا أن هناك بعض السياسات السعرية الأخرى التي قد تلجأ البنوك إلى استخدامها سواء لإعادة تسعير الخدمات الحالية أو عند تقديم الخدمات الجديدة ومن أبرز هذه السياسات ما يلي (الحداد، 1999، ص34):

أ. التسعير القائم على العلاقات :

تستمد هذه السياسة التسعيرية فلسفتها من حقيقة أنه يمكن للبنك أن يحقق منافع متعددة من خلال تشجيع العميل على استخدام أكثر من خدمة أو تكثيف تعاملاته في الخدمات المقدمة إليه بالفعل، إن مثل هذا التشجيع قد يأخذ شكل تخفيض العمولات، رفع معدلات الفائدة على الحسابات الادخارية والاستثمارية، أو الحد من أسعار الفائدة على القروض عند تعامل العميل في أكثر من حساب. ومن المتطلبات الأساسية لنجاح هذه السياسة هو وجود نظام متكامل يساعد على سهولة الاتصال وتداول المعلومات عن الخدمات المختلفة التي يستخدمها العميل، أو وجود ملف مركزي للمعلومات يتم تحديثه بصفه مستمرة ومنتظمة والذي يربط كافة المعاملات التي تتصل بعمل معين. وتتعدد الفوائد التي يمكن أن يحققها المصرف عند استخدامه لهذه السياسة ومنها:

1. تحقيق إنخفاض في التكلفة منشئه خدمه عميل واحد يتعامل في أربعة حسابات بدلاً من خدمة أربعة عملاء يتعامل كل منهم في خدمة واحدة فقط.
2. الحفاظ على العميل لأنه كلما زاد عدد الحسابات التي يتعامل فيها العميل كلما كان من السهل الحفاظ عليه وإقناعه باستمرار تعامله مع البنك.
3. زيادة الربحية لأن الربحية الإجمالية التي يمكن تحقيقها من تقديم مجموعه خدمات متكاملة للعميل، تكون أفضل من معدلات الربحية التي يمكن تحقيقها من التعامل في حالة بيع كل خدمة بصفة منفردة.

ب. التسعير القائم على السلوك :

تعتمد هذه السياسة على استخدام السعر لحث العملاء على إتخاذ موقف معين قد ينتج عنه إما تقليل التكلفة أو زيادة الربح، والمثال على ذلك، قيام مصرف بتحميل العميل مصروفات معينة في حالة قيامه بصرف مبالغ نقدية من خلال التعامل مع موظف الشباك مباشرة، بينما لا يتم تحميله مثل هذه المصروفات إذا قام بالسحب عن طريق استخدام جهاز الصراف الآلي، مثل هذه السياسة قد يكتب لها النجاح فقط في حالة ما إذا كان الطلب على خدمات موظف الشباك مرناً وهذه المرونة يمكن تدعيمها من خلال وجود بدائل متقاربة مثل أن يكون جهاز الصراف الآلي قريباً من موقع الفرع، وكذلك من خلال جعل العملاء يدركون مثل هذا الفرق عن طريق الاتصالات الفعالة.

2-6 ربحية البنوك التقليدية والإسلامية

الربحية هي الهدف الأساسي لجميع المؤسسات وأمر ضروري لبقائها والغاية التي يتطلع إليها المستثمرين وأداة لقياس كفاءة الإدارة في استخدام المورد بهدف تحقيق أفضل عائد ممكن لأصحابها بحيث لا يقل قيمته عن العائد الممكن تحقيقه في الاستثمارات البديلة التي تتعرض لنفس الدرجة من المخاطر وتعمل المؤسسات على تحقيق هدفها في الربحية من خلال قرارين هما (صوان، 2019):-

1- قرار الاستثمار

2- قرار التمويل

أ. قرار الاستثمار: وهو القرار المتعلق بكيفية استخدام المؤسسة للموارد المتاحة لها دون زيادة تؤدي إلى تعطيل الموارد ودون نقص يؤدي إلى فوات الفرص لتمكين المؤسسة من تحقيق أفضل عائد ممكن ودون تضحية في السيولة.

ب. قرار التمويل: وهو القرار المتعلق بكيفية إظهار المصادر التي سيتم الحصول منها على الأموال اللازمة للمؤسسة لتمويل الاستثمار في موجوداتها.

2-13 مفهوم الربحية في البنوك التقليدية والإسلامية

الربحية هي عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المؤسسة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح وهي هدف للمؤسسة وقياس للحكم على كفاءة إدارتها في استخدام الموارد (الصمادي، 2018).

يمكن التحليل المالي باستخدام ثلاثة طرق (عبد العزيز، 2019).

1- التحليل العامودي: يتضمن هذا التحليل نسبة أي رقم في القوائم المالية إلى رقم رئيسي آخر وعليه يكون في الميزانية العمودية بأشكال عدة كأن ينسب أصل معين إلى إجمالي الأصول أما في قائمة الدخل فيتم التحليل العامودي بنسبة أي عنصر من عناصر قائمة الدخل إلى رقم صافي المبيعات للوصول إلى دلالة ذات معنى.

2- التحليل الأفقي: في هذا التحليل يتم تتبع سلوك بند معين من بنود القوائم المالية عبر الزمن وذلك لمعرفة مدى الاستقرار أو التراجع في هذا المتغير.

3- تحليل النسب: هي عبارة عن مقارنة عنصر إلى عنصر آخر في القوائم المالية وعادة ما يعبر عنها بنسب مئوية.

* وفيما يلي ملخص لبعض من النسب المالية ومعادلاتها.

أ- السيولة المالية

1. نسبة التداول = الموجودات المتداولة

المطلوبات المتداولة

الموجودات المتداولة-البضاعة-المصرفيات المدفوعة مقدماً

2. السيولة السريعة =

المطلوبات المتداولة

3. صافي رأس المال = الموجودات المتداولة - المطلوبات المتداولة.

ب- نسبة النشاط

صافي المبيعات

1) معدل دوران الموجودات الثابتة/مرة =

صافي الموجودات الثابتة
صافي المبيعات

2) معدل دوران مجموع الأصول/مرة =

مجموع الأصول

الدراسات السابقة

دراسة (القحطاني، 2020) بعنوان "الحصة السوقية للتسهيلات الائتمانية وأثرها على ربحية المصارف في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على المصارف السعودية".

قامت الباحثة بدراسة اثر الحصة السوقية كعامل مستقل والذي تم قياسه بالحصة السوقية للتسهيلات الائتمانية على العامل التابع وهو العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية. بلغت العينة جميع البنوك السعودية وعددها 10 بنوك وتم جمع بيانات التحليل من عام 2008 الى 2018.

قامت الباحثة باستخدام عدة أساليب إحصائية الإحصاءات الوصفية وتحليل نموذج الانحدار الخطي المتعدد ومعامل ارتباط بيرسون لكل عامل تابع وهم العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية مع العامل المستقل وهو الحصة السوقية. من الجدير بالذكر انه تم احتساب الحصة السوقية بقسمة التسهيلات للبنك على اجمالي التسهيلات لجميع البنوك ولكل سنة مالية على حدى. وخصلت الدراسة بوجود اثر ايجابي بين الحصة السوقية والعائد على الاصول وعدم وجود اثر بين الحصة السوقية والعائد على حقوق الملكية.

دراسة غديوي (2019) عالجت الدراسة تحليل أدوات السياسة النقدية في كل فائض السيولة البنكية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بالجزائر، تكونت عينة الدراسة من ال بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة، واستخدمت أداة المقابلة وأداة الملاحظة المقابلة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتشخيص واقع فائض السيولة لدى هذا البنك، كما تم عرض وتقييم أدوات السياسة النقدية المستخدمة في مواجهة فائض السيولة. كان من ابرز النتائج أن البنك المركزي يقوم باستخدام مختلف أدوات السياسة النقدية من مباشرة

وغير مباشرة لمواجهة فائض السيولة الذي ميز السوق النقدية بين البنوك. وقد أوصت الدراسة بضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول فائض السيولة.

دراسة وهدان (2017) هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر المخاطر المالية على الأداء المالي للبنوك التجارية المدرجة في سوق عمان المالي للفترة الممتدة من (2008-2015)، حيث شملت عينة الدراسة (13) بنكاً، ثم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم اختبار مخاطر الائتمان ومخاطر سعر الفائدة، ومخاطر السيولة، ومخاطر كفاية رأس المال، وتم استخدام المؤشرات المالية للتعبير عن الأداء المالي (العائد على الأصول، العائد على الملكية، العائد على السهم، معدل دوران السهم)، واستخرجت البيانات من خلال البحث في التقارير المالية السنوية للبنوك التجارية، تبين من خلال النتائج أن مخاطر الائتمان ومخاطر كفاية رأس المال هي الأكثر تأثيراً على الأداء المالي وأن مخاطر السيولة ومخاطر الفائدة لا تؤثر بشكل كبير على الأداء المالي. وقد أوصت الدراسة بضرورة إجراء مزيد من الدراسات حول المخاطر المالية والأداء المالي

دراسة دبر (2016) هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى قدرة البنوك التجارية الأردنية على تحمل الظروف الضاغطة، ومعرفة أثرها على الأرباح وكفاية رأس المال ونسبة السيولة القانونية، وبلغ عدد البنوك (13) بنك، تم استخدام المنهج الوصفي والتطبيقي، واعتماد وتطبيق تعليمات اختيارات الأوضاع الضاغطة رقم (2016/1) الصادر من البنك المركزي الأردني وفق اتفاقية بازل 3، حسب البيانات المالية للسنة المنتهية 2018، وقد توصلت الدراسة إلى أن تطبيق اختبارات الأوضاع الضاغطة يعمل على إخطار المركز المالي الحقيقي بكل شفافية ووضوح والذي بدوره يعكس مدى صلابته القطاع المصرفي الأردني في مواجهة الالتزامات المالية وأن أغلب مؤشرات البنوك ممتازة وأهمها كفاية رأس المال، السيولة، والذي بدوره يبين أن البنوك تحتفظ بضمانات كافية، وقد أوصت الدراسة ببحث موضوع الظروف الطارئة في قطاعات أخرى.

الفصل الثالث

الطريقة والاجراءات

تبحث الدراسة في أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المدرجة في سوق عمان المالي من 2016 الى 2020، وسيتم تحديد المنهج والعينة والأدوات والأساليب الإحصائية.

4-1 مجتمع الدراسة والعينة

تكون مجتمع الدراسة من جميع البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية في الأردن وعددها (29) بنكاً. في العام 2021 وتمثل العينة تحليل القوائم المالية لأكثر ثلاث بنوك نشاطاً وهي البنك العربي وبنك الإسكان الأردني الكويتي في العام 2021.

4-2 وحدة التحليل: التقارير المالية للبنوك التجارية الاردنية من 2016-2020

4-3 أدوات جمع البيانات

تتمثل أدوات الدراسة في التقارير المالية الصادرة عن البنك المركزي الأردني للفترة (2020-2021) عن البنوك عينة الدراسة.

المصادر الأولية: البيانات التي سوف يتم جمعها من خلال تحليل البنوك عينة الدراسة 2020-2021 وذلك من خلال النشرات الشهرية.

المصادر الثانوية: سوف يقوم الباحث بالرجوع إلى الدراسات السابقة التي نشرت في المؤتمرات والمجلات المحكمة في موضوع البحث، بالإضافة إلى الكتب والتقارير والمواقع الالكترونية التي تطرقت لموضوع الدراسة ضمناً أو صراحةً، سواء أكان ذلك كلاً أو جزءاً.

4-4 تصميم الدراسة و المعالجة الإحصائية

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي التطبيقي ، وذلك من خلال دراسة اختبارية تحليل القوائم المالية للبنوك عينة الدراسة من خلال النشرات الصادرة على موقع البنك المركزي الأردني في العامين 2020-2021.

لاستخراج النماذج والتقارير المالية سوف تعتمد الباحثة في الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية لاختبار صحة فروض الدراسة وتحقيق أهدافه وذلك على النحو التالي:

- اختبار ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) باستخدام المؤشر الإحصائي (كرونباخ ألفا): وذلك للتأكد من الثبات والاتساق الداخلي للعبارات المستخدمة في أداه الدراسة.
- وصف البيانات الكمية باستخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري والوسط الحسابي المرجح والترتب بهدف التأكد من صحة أسئلة الدراسة.
- تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار فرضيات الدراسة.
- اختبار -ت لعينة واحدة للتحقق من أثر الحصة السوقية على الربحية.

الفصل الرابع

نتائج البحث

4-1 التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

"ما أثر الحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية (هامش الربح بعض الضريبة) البنوك المدرجة في سوق عمان المالي؟"

1- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للأرباح الموزعة للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020). ، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (1) المتوسطات الحسابية للأرباح الموزعة للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020).

البنك	2020	2019	2018	2017	2016
البنك العربي	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
بنك الاسكان	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

0.20	0.25	0.25	0.20	0.00	البنك الاردني الكويتي
------	------	------	------	------	---------------------------------------

2- - لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للقيمة السوقية الى العائد للبنوك التجارية للأعوام ((2016-2020))، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (2) المتوسطات الحسابية للقيمة السوقية الى العائد للبنوك للأعوام (2016-2020).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
البنك العربي	113.58	-20.93	80.18	277.26	-27.04
بنك الاسكان	-4.61	-3.41	-1.25	-6.66	-11.50
البنك الاردني الكويتي	14.96	16.27	15.37	10.51	10.34

4- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للعائد على حقوق المساهمين لشركات القطاع الصناعي للأعوام (2016-2020). والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (3) المتوسطات الحسابية للعائد على حقوق المساهمين للبنوك للأعوام (2016-2020).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
البنك العربي	0.78	-4.29	0.72	0.24	-1.84
بنك الاسكان	-33.39	-70.13	-	-10.93	-5.23
			156.37		
البنك الاردني الكويتي	16.72	14.25	15.84	18.20	18.59

4- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للعائد على مجموع الموجودات للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020). والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (4) المتوسطات الحسابية للعائد على مجموع الموجودات للبنوك للأعوام (2016-2020).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
-------	------	------	------	------	------

البانك العربي	0.41	-1.92	0.38	0.11	-1.19
بانك الاسكان	-8.51	-8.13	-37.94	-5.07	-2.73
البانك الاردني الكويتي	12.29	10.44	11.37	14.03	13.68

5- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للتضخم للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020). والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (5) المتوسطات الحسابية للتضخم للبنوك التجارية للأعوام ((2016-2020)).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
البانك العربي	513565	146546	545258	856955	523655
بانك الاسكان	532501	201235	556203	965895	554569
البانك الاردني الكويتي	125415	125845	565254	452012	201236

6- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية لسعر الفائدة للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020).، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (6) المتوسطات الحسابية لسعر الفائدة للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
البانك العربي	%1	%1	%1.5	%1.5	%1.8
بانك الاسكان	%1	%1	%1.25	%1.6	%1.9
البانك الاردني الكويتي	%1	%1	%1.3	%1.7	%1.8

7- لقد تم استخراج المتوسطات الحسابية للقيمة السوقية للبنوك التجارية للأعوام ((2016-2020)).، والجدول التالي

يوضح ذلك:



جدول (7) المتوسطات الحسابية للقيمة السوقية للبنوك التجارية للأعوام (2016-2020).

البنك	2016	2017	2018	2019	2020
البنك العربي	7,000,000	5,220,000	3,480,000	3,000,000	2,280,000
بنك الاسكان	1,860,000	1,170,000	1,980,000	2,160,000	1,980,000
البنك الاردني الكويتي	9,975,000	9,450,000	10,473,750	8,295,000	7,481,250

ويوضح الجدول (8) التالي، توزيع متغيرات الدراسة، حسب السنوات فترة الدراسة، وكما يأتي:

الجدول (8) توزيع متغيرات الدراسة حسب السنوات فترة الدراسة

السنوات	2016		2017		2018		2019		2020	
متغيرات الدراسة	ع	م	ع	م	ع	م	ع	م	ع	م
دخل السهم	4.	2	31.3	.1	91	31	223	54.	404	58.
الأرباح الموزعة للسهم الواحد (دينار)	0.	1	0.1	1	0.	1	0.	1	0.2	0.1
العائد الى حق الملكية	3.	7	14.3	3	10	5.	24.	9	13.	8
العائد الى اجمالي الموجودات	2.	7	10.0	1	7.	4.	9.1	2.7	9.3	4.5
سعر الفائدة	1.	0	1.6	0	0.	1.	2.8	1.4	0.6	1.2



23.	-	9.				38	7.	292.	39	التضخم
2	0.7	8	1.1	4.9	0.1	.9	0	8	.8	
		15								الحصة السوقية
	64	58				71	27		26	
170	82	45		704	321	15	82		20	
722	57	15	546	173	341	97	89	706	75	
545	42.	5.	629	80.	87.	25	50	389	34	
.9	6	9	39.0	1	6	.9	.1	56.3	.7	

4-2 نتائج اختبار العلاقات بين المتغيرات

يوضح الجدول (9) التالي، مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة مجتمعة، وكما يأتي:

الجدول (9) مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

متغيرات الدراسة	دخل السهم	الأرباح الموزعة للسهم الواحد (دينار)	العائد الى حق الملكية	العائد الى اجمال الموجودات	التضخم	سعر الفائدة	الحصة السوقية
دخل السهم	1.00	-0.04	0.00	-0.01	0.25*	-0.02	0.00
الأرباح الموزعة للسهم الواحد (دينار)		1.00	0.33**	**0.44	0.01	0.03	0.36**
العائد الى حق الملكية			1.00	0.84**	0.08	0.02	0.17*
العائد الى اجمال الموجودات				1.00	0.05	0.03	0.17*
سعر الفائدة						1.00	-0.02
التضخم							1.00

ويوضح الجدول (10) التالي مجاميع المتغيرات لكل عينة الدراسة، ولكل السنوات فترة الدراسة:



الجدول (10) مجاميع المتغيرات لكل عينة الدراسة ولكل السنوات فترة الدراسة

Std. Deviation	Mean	Maximum	Minimum	N	متغيرات الدراسة
211.50	32.07	2934.75	-742.04	28 5	دخل السهم
0.17	0.10	1.50	0.00	28 5	الأرباح الموزعة للسهم الواحد (دينار)
16.50	4.22	33.39	-156.37	28 5	العائد الى حق الملكية
8.58	3.67	26.07	-46.16	28 5	العائد الى اجمال بالموجودات
1.51	1.14	20.13	-4.23	28 5	سعر الفائدة
132.55	9.47	2210.72	-103.88	28 5	التضخم
117227566.9 9	41131870.7 8	1083134000.0 0	430303.0 0	28 5	(الحصة السوقية (دينار

3-4 نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) للحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المتمثلة في هامش الربح بعض الضريبة .

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد والجدول (11) يبين نتائج قيم معامل Drubin Watson، VIF لتحقق من ملائمة البيانات لاجراء التحليل الانحدار المتعدد.

جدول (11) قيم معامل Drubin Watson، VIF لتحقق من ملائمة البيانات لإجراء التحليل الانحدار المتعدد

متغيرات الدراسة	Beta	t	.Sig	Tolerance	VIF
دخل السهم	0.01	0.14	0.89	0.94	1.07
الأرباح الموزعة للسهم الواحد (دينار)	0.36	5.84	0.00	0.80	1.26
العائد الى حق الملكية	0.12	1.17	0.24	0.30	3.39
العائد الى اجمال بالموجودات	-0.09	-0.83	0.40	0.27	3.73
سعر الفائدة	0.02	0.38	0.70	0.93	1.07
التضخم	-0.04	-0.63	0.53	1.00	1.00
(القيمة السوقية (دينار)	0.01	0.14	0.89	0.94	1.07
=Durbin-Watson					1.14

يتضح من الجدول (11) بأن قيمة معامل (VIF) تراوحت ما بين (1.00-3.73) وجميعها أقل من القيمة (5) وهذا يشير الى عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة في تأثيرها على المتغير التابع. كما أن قيمة احصائي Durbin-Watson بلغت 1.14 وهي أقل من القيمة المحددة 2، لاعتبار وجود الارتباط الذاتي بين المتغيرات المستقلة.

والجدول رقم (12) يبين نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر المتغيرات المالية مجتمعة على القيمة السوقية للسهم.

جدول (12) تحليل الانحدار المتعدد لأثر الحصة السوقية على الربحية

R	R square	f	Sig
0.37	0.14	7.44	0.00

يتضح من الجدول (12) أن قيمة (R) بلغت 0.37، وأن قيمة الإحصائي (F) قد بلغت (7.44) بمستوى دلالة 0.01 وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha=0.05$) مما يشير إلى وجود تأثير للحصة السوقية على الربحية، وقد بلغت نسبة ما فسرتة العوامل المالية من تباين 14% وهذه النسبة ضئيلة نسبياً، حيث أن (86%) من التباين في قيمة السهم السوقية لم تفسر لوجود العوامل المالية موضوع الدراسة. لذلك يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) للحصة السوقية للودائع المقرضة على ربحية البنوك المتمثلة في هامش الربح بعض الضريبة.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

1-5 ملخص النتائج

- وجود تأثير للعوامل المالية مجتمعة على الحصة السوقية في البنوك التجارية الأردنية
- أن دخل السهم له تأثير إيجابي في سعر السهم، وكذلك الأرباح الموزعة، كما أن وجود العائد على حقوق الملكية له تأثير إيجابي بالنسبة لأسهم البنوك التجارية الأردنية.

2-5 الاستنتاجات

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين (دخل الأسهم، العائد على حقوق الملكية، والقيمة السوقية للسهم في البنوك التجارية الأردنية)
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين (الأرباح الموزعة، العائد على إجمالي الموجودات) والقيمة السوقية للسهم في البنوك التجارية الأردنية.
- أنه كلما زاد سعر الفائدة انخفضت القيمة السوقية للسهم والعكس صحيح.
- أنه كلما زاد سعر الصرف والنواتج المحلي الإجمالي انخفضت القيمة السوقية للسهم والعكس صحيح.

• 3-5 التوصيات

وعلى ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، تم وضع التوصيات الآتية:

- 3- جعل هذه الدراسة نواه لدراسات أخرى مشابهة تبحث في العوامل المؤثرة على متغيرات أخرى كسعر الفائدة وسعر الصرف والنواتج المحلي الإجمالي والعوامل الاقتصادية الأخرى.
- 4- العمل على إصدار نشرات دورية دقيقة وتفصيلية عن إجمالي موجودات ومطلوبات البنوك وتكون هي المرجع الأساسي للباحث حيث وجد صعوبة بإيجاد بعض المعلومات الدقيقة عن تلك البنوك
- 5- العمل على زيادة وعي مدراء المحافظ الاستثمارية من خلال تثقيفهم بجميع العوامل المؤثرة على أسعار أسهم البنوك التجارية الأردنية المتداولة في سوق عمان المالي.
- 6- تزويد المستثمرين بالمعلومات التاريخية حول نشاط السوق المالي والطرق التي يتم من خلالها رفع كفاءة الاستثمار في السوق المالي مما ينعكس إيجاباً على قدرة البنوك التجارية الأردنية على المنافسة في السوق من خلال زيادة شراء الأسهم وزيادة حجم التداول، مما يؤدي إلى زيادة أرباح تلك الشركات.
- 7- أن تقوم البنوك التجارية الأردنية بإعداد التقارير المالية وقوائم الدخل وعدد الأسهم المتداولة، وحجم التداول وحجم الأرباح خلال السنوات المختلفة وتزويد السوق المالي بنسخة عنها وذلك للاحتفاظ بها في سجلات خاصة يرجع إليها عند الضرورة، والتي من خلالها يتم الكشف فعلياً عن الحجم الحقيقي لنشاط في البنوك التجارية الأردنية

المراجع:

Al Arif, N. & Awwaliyah, T. (2019) "Market Share, Concentration Ratio and Profitability: Evidence from Indonesian Islamic Banking Industry", Journal of Central Banking Theory and Practice, Vol. 2, pp. 189 – 201.

Etale, L., Bingilar, P., & Ifurueze, M. (2016) "Market Share And Profitability Relationship: A Study of The Banking Sector in Nigeria", International Journal of Business, Economics and Management, Vol. 3, Issue 8, pp. 103-112.

Genchev, E. (2012) "Effects of Market Share on the Bank's Profitability", Review of Applied Socio-Economic Research, Vol. 3, Issue 1, pp. 87.

Filomena, T. P. and Neto, F. J. and Duffey, M. R. (2009) Target Costing Operationalization During Product Development: Model and Application, International Journal of Production Economics, Vol 118, April 2009 pp : 398-409.

Kee, R (2010) The Sufficiency of Target Costing for Evaluating Production-Related Decision, International Journal of Production Economic, Vol 126, Issue 2, August 2010 pp : 204-211.

Jain , Abhinandan K. & Jambhekar, Ashok & Rao, TP & Rao, Sreenivas (1999). Marketing Information Product and Services: a primer for librarians and information professionals, 4th edition, Canada: International Developed Research Center.

Kumar., V., A. Charya, S & Ho. L. (2020). Does Monetary Policy Influence the Profitability of Banks in New Zealand? International Journal of Financial Studies, 8(35): 1-17.

Osakwe, A., Agbo, E & Jude (2019). Effect of monetary policy instruments on Banking sector credits in Nigeria. Advance Journal of Management, Accounting and Finance, vol. 4, issue 4: 32-45.

البنك المركزي الأردني (2021) "موقع البنك المركزي الأردني"، الرابط <https://www.cbj.gov.jo/Default.aspx>

العريزي، شهاب احمد سعيد (2011) "إدارة البنوك الإسلامية"، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

القحطاني، أمل عبدالله عبدالله (2020) "الحصة السوقية للتسهيلات الائتمانية وأثرها على ربحية المصارف في المملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على المصارف السعودية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد (4)، العدد (11)، ص: 21 – 41، كلية ابن رشد للعلوم الإدارية، السعودية.

الكور، عز الدين مصطفى (2011) "أثر التركيز والحصة السوقية في أداء البنوك التجارية الأردنية"، دراسات العلوم الإدارية، المجلد (38)، العدد (2)، ص: 399 – 414، الجامعة الأردنية، الأردن.

عبد الباقي، إسماعيل إبراهيم (2016) "إدارة البنوك التجارية"، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

كاظم، نبراس جاسم (2016) "تباين العائد على الاستثمار دالة لاختلاف الحصة السوقية: بحث تطبيقي على عينة من المصارف الخاصة المساهمة في سوق العراق للأوراق المالية"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد (10)، العدد (32)، ص: 219 – 241، جامعة بغداد، العراق.

الصمادي، عدنان (2018). التسهيلات الائتمانية وأثر ذلك في استثمار وتنمية أموال البنوك اللاربوية، اتحاد البنوك العربية، لبنان، بيروت.

صوان، محمود حسن (2019). أساسيات العمل البنكي الإسلامي - دراسة بنكية تحليلية مع ملحق بالفتاوى الشرعية، دار وائل للنشر، عمان، ط1.

طايل، مصطفى كمال (2017). البنوك الإسلامية المنهج والتطبيق، بنك فيصل الإسلامي المصري، جامعة أم درمان، السودان.

عبد العزيز، سمير (2019). اقتصاديات الاستثمار والتمويل والتحليل المالي، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية.

الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينة عثمان (2001). التسويق المصرف مدخل استراتيجي كمي تحليلي، ط1، دار المناهج للنشر، عمان.

الحداد، عوض بدير (1999). تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة.

العسكري، أحمد شاكر (2000). التسويق: مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، دار الشروق للنشر، عمان، الأردن.

زرزور، براهيم (2002). فعالية التسويق البنكي: دراسة حالة البنك الوطني BNA وكالة تبسة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المنتوري، قسنطينة.

أبو زيد، فوزي رجب بشير (2010). استخدام أسلوب التكلفة المستهدفة لأغراض خفض التكاليف في شركات النفط والغاز بالجمهورية الليبية في ظل التطورات البيئية ومتطلبات الجودة، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.

بن علي، عبدالله بن إبراهيم (2003). أثر أسس التكاليف المستخدمة على قرارات التسعير، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، عمان، الأردن.

علي، عاصم بن طاهر (1989). التحليل الاقتصادي الجزئي للنظرية المتوسطة، دار المريخ للنشر، الرياض.

جبر، اسامة (2019) قياس قدرة البنوك التجارية الاردنية على تحمل الظروف الضاغطة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، الاردن.

غديوي يمينة (2019) دور أدوات السياسة النقدية في تحقيق السيولة اللازمة لدى البنوك التجارية: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) خلال الفترة (2011-2018) وكالة بولاية الوادي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، الجزائر.

وهدان، نائر (2017) أثر المخاطر المالية على الأداء المالي للبنوك التجارية (دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المدرجة في سوق عمان المالي) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزرقاء، الزرقاء، الأردن.