

تمهـــــــيد

يقوم الاقتصاد الصناعي على منهج مكون من ثلاث عناصر هي هيكل الصناعة، سلوك المؤسسات التي تنشط داخلها وأداء تلك المؤسسات داخل الصناعة، ويقوم على العلاقات التي تربط عناصر نموذج SCP (هيكل، سلوك، أداء).

ونظرا للأهمية التي تكتسيها الصناعة المصرفية في اقتصاديات الدول فقد تعددت المحاولات من أجل تقديم مجموعة من النظريات الاقتصادية تكون كفيلة بدراسة الظواهر المشاهدة في واقع الصناعة المصرفية والتي كانت تهدف إلى تحسين الأداء في هذه الصناعة، والاقتصاد الصناعي ممثلا بنموذج SCP يمكن أن يوفر إطارا جيدا لتحليل الصناعة البنكية.

وتعد المؤسسات المصرفية من المؤسسات المالية الحيوية، حيث تلعب دورا رياديا واستراتيجيا في تنفيذ أهداف ومكونات السياسة الاقتصادية للدولة، حيث تساهم بشكل أساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، هذا الأمر يتطلب تفعيل وتطوير هذه المؤسسات، وذلك لرفع كفاءتها وتحسين أدائها وأن تعمل على تحقيق أهدافها واستراتيجياتها ضمن إطار البيئة المصرفية والمالية التنافسية. ونظرا لأن هناك منافسة قوية بين المؤسسات في الصنعة المصرفية، بالتالي تسعى هذه المؤسسات المصرفية للحصول على خدمات متعددة ومتطورة وذلك ضمن إطار الرؤية الإستراتيجية المتكاملة والتي تستند إلى خلق مزايا تنافسية والاستفادة من المتغيرات البيئية، أي الاستفادة من الفرص المتاحة في البيئة بهدف مواجهة التهديدات المختلفة.

بالتالي يهدف هذا الفصل إلى التعريف بالصناعة المصرفية، والتطورات التي مرت بها، كما سنتناول أيضا اقتصاديات الصناعة المصرفية أي هيكل هذه الصناعة وأهم الاستراتيجيات المتبعة في المؤسسات المصرفية التي تنشط داخل الصناعة وكذا مستوى الأداء في هذه المؤسسات.

ولتوضيح ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث:

المبحث الأول: مدخل إلى الصناعة المصرفية

المبحث الثاني: هيكل الصناعة المصرفية

المبحث الثالث: الإستراتيجيات في المؤسسات المصرفية

المبحث الرابع: الأداء في الصناعة المصرفية

المبحث الأول: مدخل إلى الصناعة المصرفية

إن المتأمل للصناعة المصرفية في شكلها الحالي يدرك أنها محصلة لظروف ومتطلبات اقتضتها التطورات الاقتصادية والاجتماعية على مر العصور، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الصناعة المصرفية وإلى المراحل التي مرت بها ، كما نتناول الملامح العامة للتطورات الجارية في الصناعة المصرفية مروراً بالصناعة المصرفية في الولايات المتحدة الأمريكية وفي الاتحاد الأوروبي.

المطلب الأول: مفهوم الصناعة المصرفية

سنتناول في هذا المطلب مفهوم الصناعة بشكل عام والصناعة المصرفية بشكل خاص. حيث يقصد بالصناعة "وحدة النشاط داخل القطاع الصناعي، ولذلك فهي تضم كل الوحدات الإنتاجية التي تقوم بإنتاج سلع متقاربة أو تستخدم نفس المادة الخام أو نفس طريقة الصنع".¹ ويتشابه هذا المفهوم مع مفهوم آخر يعرف الصناعة على أنها: "مجموعة من الشركات (البنك في حالتنا) تقدم منتجات أو خدمات يمكن أن تمثل بدائل بعضها البعض، وهذه البدائل عبارة عن منتجات أو خدمات تؤدي إلى إشباع الحاجات الأساسية لنفس الزبون".²

ومن المهم تحليل طبيعة الصناعة من أجل تشخيص والتعرف على الفرص والتهديدات بغية وضع إستراتيجية للمنظمة تتلاءم وطبيعة تلك الصناعة وتتسجم مع أهدافها، وإن تحليل طبيعة الصناعة يساعد على فهم بيئة عدم التأكد، وتوفير الدلالات لاستخدام الأساليب الكمية من أجل اتخاذ القرارات الإستراتيجية الملائمة، لأن بيئة الصناعة تتسم بطبيعة ديناميكية ومعقدة أكثر من كونها بيئة ساكنة، وخصوصاً في العقد الأخير من القرن العشرين وما أفرزته التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والدولية.

3

وفي ضوء ما تقدم من التعاريف السابقة للصناعة نقدم تعريفاً شاملاً للصناعة المصرفية: "وهي مجموعة المؤسسات المصرفية التي تقوم بأداء وظيفتي قبول الودائع وتقديم القروض للأفراد والمنظمات كوظيفية أساسية، وذلك من خلال القيام بإحدهما أو كليهما، والتي تنشط في نفس البيئة المصرفية، وبالتالي فالصناعة المصرفية وما يرتبط بها من مؤسسات ومنتجات ونشاطات اقتصادية مختلفة تمثل صناعة هامة وأساسية، تتميز هذه الصناعة بتطورها الدائم والذي يتطلب تطويرها وتحديثها باستمرار".

¹ : أحمد سعيد بامخرمة، "اقتصاديات الصناعة"، دار زهران للنشر والتوزيع، السعودية، 1994، ص3.
² : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، "إدارة التحديات الإستراتيجية في البنوك"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص36،37.
³ : زكريا مطلق الدوري، "الإدارة الإستراتيجية- مفاهيم وعمليات وحالات دراسية"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص97.

المطلب الثاني: المراحل التي مرت بها الصناعة المصرفية

نعرض في هذا المطلب المراحل التي مرت بها الصناعة المصرفية، بداية من العصر القديم ووصولاً إلى العصر الحديث، مع الإشارة إلى أهم التغيرات التي تخللت كل مرحلة، والتي جعلت من طبيعة البنوك ووظائفها ترتقي من "بدايات صغيرة" لتصل إلى ما هي عليه الآن.

الفرع الأول: العصر القديم

تبين دراسات التاريخ القديم أن الملامح الأولى للعمليات المصرفية تعود إلى عهد بابل في الألف الرابعة قبل الميلاد،¹ ومع ذلك لم تظهر للصرافة مقومات الوجود كحرفة مستقلة، ويرجع الفضل للإغريق في النهوض بالفن المصرفي ونشره في البحر الأبيض المتوسط، وذلك قبل الميلاد بأربع قرون، وعندهم تتلمذ الرومان آخذين بالأصول المصرفية عبر أرجاء العالم القديم بحكم اتساع دائرة نفوذهم، وكذلك عرف العرب قبل الإسلام في مكة المشهورة بتجاريتها مع الشام واليمن طريقتين: إعطاء المال مضاربة على حصة من الربح، والإقراض بالربا.

وبقي التنظيم المصرفي قائماً في الإمبراطورية الرومانية إلى أن قضى عليه بفعل الاضطرابات الأمنية وانقطاع طرق المواصلات في العصور المظلمة، مما تسبب في نحو نظم الائتمان واختفائها حتى أواخر القرون الوسطى، بعدما بدأت التجارة والصناعة تنتعش في أوروبا، وبذلك يتضح أن العمليات البنكية ليست حديثة العهد، بل هي قديمة، وقد تناقلتها مختلف الحضارات وطورتها مما أسفر على ميلاد البنوك في شكلها الحديث وذلك في أواخر العصور الوسطى.²

الفرع الثاني: أواخر العصور الوسطى

إن البنوك بشكلها الحالي تعود إلى الفترة الأخيرة من القرون الوسطى، عندما اشتهرت التجارة في المدن الإيطالية مثل: جنوة و فلورنسة، وترتب على ذلك تكسب الثروات النقدية لدى الناس، وقضت الضرورة بالتعامل مع أفراد في فرز المسكوكات ووزنها زيادة عن المحافظة عليها من السرقة والضياع، هؤلاء الأفراد هم الصاغة والصارفة، الذين ورثت عنهم البنوك التجارية الوظيفة الأولى، وهي قبول الودائع. ومع تطور الزمن لاحظ هؤلاء الصاغة أن هناك حجم كبيراً من الأموال يبقى في خزائنهم للحفاظ فقام هؤلاء الصاغة باستثمار جزء من هذه الأموال مع الاحتفاظ بجزء آخر كاحتياطي لمواجهة السحوبات الطارئة، ومن هنا نشأ أول بنك في إيطاليا عام 1156.³

فكان الصاغة والصارفة يقبلون الودائع مقابل إصدار شهادات إيداع اسمية، وبمرور الوقت ترسخت ثقة الناس في الصيارفة فظهرت شهادات الإيداع لحاملها والتي كانت النواة الأولى لكل من الشيك والبنكنوت

¹ : شاكور القز ويني، "محاضرات في اقتصاد البنوك"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص25.

² : محمد زكي شافعي، "مقدمة في النقود والبنوك"، دار النهضة العربية، لبنان، 1962، ص180.

³ : إيهاب نظمي صابر إبراهيم، حسن توفيق محمود مصطفى، "محاسبة المؤسسات المالية (البنوك وشركات التأمين)"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص11.

في شكلين الحديثين، وهي الوظيفة الثانية للبنوك التجارية، وبجانب قبول الودائع فقد عمد الصاغة والصارفة وكبار التجار في بداية الأمر إلى استعمال أموالهم الخاصة في شتى ميادين التجارة والأعمال، وفي مرحلة مواءمة انتقلوا إلى تجميع أموال الغير، وهنا تدرج الفن المصرفي في التقدم باكتشاف الصارفة الشطر الأكبر من الودائع الجارية المكدسة في خزائنهم في القيام بعمليات التسليف والإقراض دون أن يتعرض مركزهم المالي للخطر ومن ثم تكون البنوك التجارية قد ورثت عن الصاغة والصارفة الوظيفة الثالثة، وهي تقديم القروض مقابل سعر فائدة.¹

الفرع الثالث: المرحلة الحاسمة في تطور الفن المصرفي (خلق النقود)

إن تطور العمليات المصرفية من قبول الودائع ثم الإقراض من الأموال الخاصة بالإقراض من أموال المودعين، أدخلت الفن المصرفي في مرحلة جديدة عندما أبدى الناس استعدادهم لقبول إيصالات الإيداع بديلا عن النقود في الوفاء بالتزاماتهم، حيث أصبح باستطاعة البنوك إحلال تعهداتها بالدفع محل النقود، بواسطة منح القروض والتسهيلات المصرفية لعملائها، وبالتالي أصبحت البنوك قادرة على خلق نقود تضاف إلى دائرة التداول النقدي، لذا فإن أهم ما يميز البنوك التجارية في الوقت الحاضر هو أن البنوك الحالية مجتمعة تقدم قروضا تفوق قيمتها بكثير قيمة الأموال المودعة لديها ويطلق على هذه العملية (خلق الودائع).²

الفرع الرابع: القرنين الثامن عشر والتاسع عشر

إن تطور الممارسات المالية وزيادة وقعها على النشاط الاقتصادي جعلت من الصراف يرتقي إلى بيت صيرفة ثم إلى بنك، ومنذ بداية القرن الثامن عشر، أخذ عدد البنوك يزداد تدريجيا وكانت غالبيتها مؤسسات يمتلكها أفراد وعائلات، وهو ما تلتزم به القوانين، وخلال القرن التاسع عشر، وبانتشار الثورة الصناعية دخلت أوروبا عصر الإنتاج الكبير الذي يحتاج تسييره إلى أموال كبيرة، فظهرت الحاجة إلى بنوك كبيرة في شكل شركات مساهمة اتسعت أعمالها حتى أقامت لها فروعا في كل مكان، كما تم خلال هذه الفترة تأسيس بنوك متخصصة في الائتمان العقاري والزراعي والصناعي، وفي أواخر القرن التاسع عشر، بدأت حركة تركيز البنوك (Concentration des banques)، حيث تميزت بتركز العمليات المصرفية في أيدي عدد قليل من البنوك، وذلك بواسطة الاندماج (Fusion)، أو بطريقة الشركات القابضة (Holding)، وبذلك اضمحل عدد من البنوك الصغيرة.

الفرع الخامس: العصر الحديث

شهدت البنوك خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين تحديات هائلة، تميزت هذه الفترة بتطور وتنوع البنوك وتجدد أعمالها، مما أوصلها مرتبة قيادة اقتصاديات الدول الحديثة، كما يواجه العمل المصرفي

¹ : محمد زكي شافعي، مرجع سابق، ص183.

² : ناظم محمد نوري الشمري، "النقود والمصارف"، الطبعة 04، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص 123.

خلال السنوات الأخيرة تطورات سريعة متلاحقة على المستوى العالمي ولقد تعددت هذه التطورات واشتدت حدة المنافسة المصرفية الدولية إلى أن أصبح العمل المصرفي "صناعة كاملة".¹ وهكذا نشأت البنوك وتطورت الصناعة المصرفية.

المطلب الثالث: الملامح العامة للتطورات الجارية في الصناعة المصرفية

الصناعة المصرفية من أهم الصناعات وأكثرها تأثيرا واستجابة للمتغيرات سواء الدولية أو المحلية، وتتمثل أهم تلك المتغيرات في التطورات التكنولوجية، عالمية الأسواق المالية، التحرر من القيود التي تعوق كل الأنشطة المصرفية، إزالة الحواجز التي تمنع بعض المؤسسات المالية من العمل في قطاعات معينة، فضلا عن تزايد حدة المنافسة الدولية في هذا القطاع مع ظهور الكيانات المصرفية العملاقة، وهذه التحولات والمستجدات العالمية لها انعكاسات على العمل المصرفي، فلقد تطورت الصناعة المصرفية، "وقد عرفت هذه الأخيرة في واقع الأمر أكبر تطور لها في الولايات المتحدة حتى ولو كانت الأنظمة المصرفية الأوروبية هي الأكبر سنا، فهي أصغر حجما وجغرافيا لا تزال مجزأة"، فميلاد الصناعة الحديثة للبنوك التجارية في الولايات المتحدة يعود إلى 1782 عندما قام بنك أمريكا الشمالية بمنح ميثاق (صك امتياز) لفيلادلفيا، ومع نجاح هذا البنك تم إنشاء مؤسسات أخرى، وبالتالي بدأت الصناعة الأمريكية تنمو² لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم هذه التطورات الجارية في الصناعة المصرفية كما يلي:

الفرع الأول: احتدام المنافسة في السوق المصرفية بعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية

مع تزايد العولمة وإقرار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية، أخذت المنافسة تشتد في السوق المصرفية، "قالوا لولايات المتحدة هي أول دولة منذ عام 1945 قامت بإدخال المنافسة في الصناعة المصرفية والخدمات المالية، وحتى عام 1836، جميع البنوك التجارية في الولايات المتحدة تتحصل على ميثاقها (دستورها، قانونها) من اللجنة المصرفية للدولة التي تعمل فيها"، أما المنافسة البنكية في أوروبا لا تقل قوة عنها في الولايات المتحدة، مع ظهور لاعبين جدد مثل صناديق المعاشات مما يزيد من الاستثمارات الجماعية، ومما يزيد من المنافسة في القطاع المصرفي، ومع ذلك في أوروبا لا تزال النظم المصرفية تختلف كثيرا عن تلك التي في الولايات المتحدة في ثلاث خصائص رئيسية هي: الدور المهيمن للبنوك، التأمين المصرفي، واستمرار المؤسسات المالية مع ضمانات حكومية.³ وقد اتخذت المنافسة ثلاث مظاهر واتجاهات رئيسية هي:

الاتجاه الأول: تزايد المنافسة العالمية بين المؤسسات المصرفية

¹ : ضياء مجيد الموسوي، "الاقتصاد النقدي"، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1998، ص 274.

² : Frederik Mishkin, "Monnai banque et Marchés financiers", édition: ERSTON, France, 2008, p125 .

³ : Ibid, p146.

شهد العالم منذ بداية السبعينات من القرن العشرين عدة تحولات من أهمها السعي نحو التحرر من القيود والتشريعات واللوائح التي تحد من التوسع في عمليات البنوك (تحرير أسعار الفائدة، تخفيف القيود على الائتمان وعلى فتح الفروع الجديدة وغيرها)، ولقد أدى هذا التحرر إلى اتساع المنافسة بين البنوك في الداخل، ثم انتقلت المنافسة إلى الخارج وإلى الدول النامية مع ثورة الاتصالات والمواصلات وبالتالي توسعت المنافسة عالمياً.¹

الاتجاه الثاني: تعرض البنوك للمنافسة من المؤسسات المالية غير المصرفية

تشمل تلك المؤسسات كل من شركات التأمين وشركات وصناديق الاستثمار وصناديق الادخار وبورصات الأوراق المالية والشركات العاملة فيها... وغيرها، ورغم اتساع نشاط البنوك عن المؤسسات المالية غير المصرفية كون أنها تقدم خدمات مصرفية لا تقدمها تلك المؤسسات إلا أنه من المتوقع خلال العشرية القادمة زيادة الضغوط التنافسية على البنوك بدخول منافسين جدد وهو ما يفرض على البنوك تكيف نفسها لمنهج و أسلوب أكثر ارتفاعاً.²

فوجود منافسة من طرف المؤسسات المالية غير المصرفية لن يؤدي فقط إلى زيادة حدة المنافسة وقلة عدد العملاء، ولكن أيضا سيمثل تهديدا خطيرا للربحية، فعلى الرغم من وجود عوامل تقلل إلى حد ما من دخول منافسين جدد إلى سوق الخدمات المالية كعبء تكوين شبكة علاقات مع العملاء، فضلا عن تميز من سبقه لهذه السوق وتهيئته لنفسها مركزا سويا معيناً، فإن الضوابط والقيود التي وضعتها اتفاقية تحرير الخدمات من شأنها تيسير دخول هؤلاء المنافسين و تقديمهم للخدمات التي تقدمها المؤسسات المصرفية.³

الاتجاه الثالث: المنافسة بين المؤسسات المصرفية والمؤسسات غير المالية على تقديم الخدمات المصرفية

تواجه البنوك في الساحة المصرفية منافسة قوية من مؤسسات غير مالية كالشركات الصناعية والتجارية التي تقوم بالبيع الآجل وهو ما يشكل منافسة للبنوك في خدماتها المصرفية، فمثلا في الدول المتقدمة تشهد حركات دخول مؤسسات غير مالية ك بعض شركات بيع السلع بالتجزئة التي تصدر بطاقة تسويق للعملاء وهو ما يشكل تحدي تنافسي أمام البنوك، كذلك أتاح التطور التكنولوجي وظهور شبكات الانترنت دخول مؤسسات غير مالية في تقديم خدمات مالية ومصرفية.⁴

وكل هذه الاتجاهات أدت إلى احتدام المنافسة في السوق المصرفية، ومن المتوقع أن تستمر هذه المنافسة مع دخول منافسين جدد في ظل تزايد الرغبة في تقديم الخدمات المالية التي ترتبط بالنشاط المصرفي،

¹ : فرج عبد العزيز عزت، "اقتصاديات البنوك (الصناعة المصرفية و المالية الحديثة)"، البيان للطباعة والنشر، مصر، 2001، ص 5، ص 6.

² : عبد المنعم راضي، عزت فرج، "اقتصاديات النقود و البنوك"، البيان للطباعة والنشر، مصر، 2001، ص 276.

³ : محمد ابراهيم موسى، "اندماج البنوك ومواجهة آثار العولمة"، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 127-129.

⁴ : عبد المنعم راضي، عزت فرج، مرجع سابق، ص 276.

ولا يخفى أن للمنافسة تأثير على الجهاز المصرفي حيث يمكن أن تزيد من كفاءته وتؤدي إلى تخفيض التكاليف وزيادة كفاءة تقديم الخدمات المالية وتحسين جودتها، ولكن سيكون لها أثراً سلبياً على الكيانات المصرفية الضعيفة التي لا تقوى على المنافسة في السوق المحلي والسوق الخارجي.¹

الفرع الثاني: التوسع في عمليات الاندماج المصرفي

يعد الاندماج المصرفي من أبرز التحولات التي يشهدها القطاع المالي عالمياً، فهو أحد الأدوات المهمة التي ظهر تأثيرها خلال هذه الفترة كأداة لمقابلة التغيرات السريعة، فإذا كانت أحد التحديات العالمية هي زيادة حدة المنافسة فإن الاندماج المصرفي هو رد فعل يؤدي إلى تعزيز زيادة القدرة التنافسية.² والاندماج المصرفي هو أحد وسيلتان للنمو والبقاء والاستمرار حيث من المعروف أن البنك قد ينمو من خلال العمليات المصرفية التي يقوم بها وحده في إطار التوظيف الكفاء لموارده المتاحة، ومن ناحية أخرى فإن البنك قد ينمو من الخارج من خلال الاندماج المصرفي.³ وتستهدف هذه العملية الأخيرة تحسين مستوى أداء البنوك وتدعيم قدراتها التنافسية في الأسواق العالمية، من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم الكبير والوصول بالوحدة المصرفية إلى حجم اقتصادي معين يتيح لها زيادة الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف والأعباء وتعظيم الأرباح والعوائد، وعلى الرغم من تلك الإيجابيات تظهر هذه العملية بعض الآثار السلبية منها استغناء المؤسسات المصرفية المندمجة عن عدد من العاملين بها، وحالة عدم الاستقرار الناتج عن إعادة ترتيب أنشطة البنك.⁴

وكنموذج عن الاندماج المصرفي في الاتحاد الأوروبي، فقد شهدت مختلف الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي منذ 1990 مرحلة جديدة من إعادة الهيكلة وتعزيز الصناعة المصرفية، وقد أثرت عمليات الاندماج والتركز المصرفي على توزيع القوة السوقية بين الجهات المعنية وتسعير الخدمات المالية، فالبلدان الصغيرة تعاني من مستوى تركيز عال حيث أكبر خمسة بنوك تستحوذ على 80% على سبيل المثال 14% في ألمانيا حيث مؤشر هيرشمان هرفندال تجاوز قيمة 0.18 منذ عام 2000. وقد شهدت كل بلد عمليات واسعة النطاق تهدف إلى تحقيق مجموعات كبيرة من التكتلات (كما في البنولكس وألمانيا). وفي 2001، انفجار فقاعة الانترنت وانهيار تقييم الأصول والأسهم التي تحتفظ بها البنوك بالتالي لم يكن هناك عمليات دمج اقتصادية، ومنذ أواخر عام 2005 استئناف عمليات الاستحواذ ولكن بوتيرة أبطأ مما كانت عليه قبل انهيار سوق الأسهم، وفي الواقع وحتى الآن لا تزال الاندماجات المصرفية بعيدة عن كفاءتها الاقتصادية.⁵

الفرع الثالث: الاتجاه نحو توحيد قواعد الرقابة على العمليات المصرفية الدولية

¹ : عبد المطلب عبد الحميد، "العولمة واقتصاديات البنوك"، الدار الجامعية، مصر، 2003/2002، ص ص41، 42.

² : محمود أحمد التوتي، "الاندماج المصرفي"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص ص66، 67.

³ : عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص153، 154.

⁴ : Molyneux .P , "Banking", Mc Millan Ltd, London, 1991, p 168.

⁵ : Frederik Mishkin, op-cit , p 150 .

يقصد بها الرقابة المصرفية الاحترازية والعمل على ضمان سلامة واستقرار النظام المصرفي، فقد سعى الاتحاد الأوروبي (من خلال لجنة بازل) لإصلاح أي حكم من أحكام الرقابة الاحترازية (كفاية رأس المال) لمؤسسات الائتمان استجابة لتزايد المخاطر التي يتعرضون لها، فبعد المبادئ التوجيهية عام 1989، والتي نقلها أساسا في قانون الجماعة توصيات لجنة بازل الذي اعتمد في عام 1988 (نسبة كوك)، وبعد ذلك اعتمدت اللجنة مبادئ توجيهية بشأن كفاية رأس المال في عام 1993 (التي تغطي مخاطر الائتمان) وفي عام 1996 (معالجة مخاطر السوق)، بعد ذلك قيل أن تنظيم رأس المال سيتغير مع الصناعة المصرفية، لذا أثرت العديد من الانتقادات ضد الاتفاق 1988 لأنه لم يتخذ في الاعتبار أساليب جديدة للحد من المخاطر (مثل المشتقات وتوريق القروض)، كما تم تجاهل المخاطر التشغيلية. ولتعزيز الاستقرار المالي، فالتوجيه الجديد هو أن يأخذ في الاعتبار تقنيات جديدة لإدارة المخاطر (مخاطر الائتمان ومخاطر السوق والمخاطر التشغيلية) وتعتمد على متطلبات رأس المال على نحو أوثق، ولحماية رأس مال المصرف من الخسائر التي قد يتعرض لها، يتطلب من البنوك تحديد الحد الأدنى من الأموال الخاصة.¹

الفرع الرابع: الاهتمام بالابتكارات المالية والصناعة المالية الحديثة

للابتكارات المالية دور في تطوير الصناعة المصرفية، فهي تشكل إحدى القوى الأساسية الدافعة للتغير والتطور في الأعمال المصرفية فلقد قامت البنوك وغيرها من المؤسسات المالية في السنوات الأخيرة من القرن العشرين بتطوير عدد وافر من الابتكارات المالية وذلك لمقابلة احتياجات ورغبات عملاء البنوك دائمة التغير.²

فمثلا عملية الابتكار المالي في الولايات المتحدة حولت النظام المالي بأكمله وسجلت تطور الصناعة المصرفية، فالصناعة المالية هي النشاط الذي يجني أرباحا من خلال بيع المنتجات المالية، فإذا كانت شركة المنظفات تتوقع أن هناك حاجة السوق للمنظفات الصناعية ستقوم بتطوير هذا المنتج لتلبية هذه الحاجة، وبالمثل الصناعة المصرفية والمالية لتعظيم أرباح القطاع المالي، فالمؤسسات المالية تقوم بتطوير منتجات جديدة لتلبية احتياجاتهم الخاصة واحتياجات زبائنهم، وبعبارة أخرى فالابتكار يمكن أن يكون مفيدا بالنسبة للاقتصاد، حيث إن هذه الرؤية لعملية الابتكار تؤدي إلى تحليل بسيط وهو أن كل التغيرات في البيئة المالية والمصرفية يحفز على البحث من قبل المؤسسات المالية للابتكارات المربحة. وفي أوائل سنوات 1960، شهدت الولايات المتحدة وبعض البلدان الصناعية الأخرى تغيرات جذرية في المحيط الاقتصادي: التضخم والفائدة وصلت إلى ذروتها، وأصبح من الصعب التنبؤ بها، وهو الوضع الذي غير في ظروف الطلب في الأسواق المالية، والتقدم السريع في التكنولوجيا قد غير في ظروف

¹ : Ibid, p155.

² : فرج عبد العزيز عزت، مرجع سابق، ص ص11، 12.

العرض، وعلاوة على ذلك فاللوائح المالية أصبحت عبئاً على نحو متزايد، فالمؤسسات المالية وجدت أكثر الطرق التقليدية للعمل لم تعد مربحة، فالخدمات والمنتجات المالية التي تقدمها للجمهور لا تباع بسهولة، لذا فمن أجل البقاء في البيئة الاقتصادية الجديدة، ينبغي أن تسعى المؤسسات المالية إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة لتلبية احتياجات المستهلكين، وقد تم العثور في الهندسة المالية على العملية المربحة، في هذه الحالة الحاجة هي التي كانت المحرك الرئيسي للابتكار. أدلتنا عن الأسباب التي تدفع المؤسسات المالية للابتكارات تشير إلى أن هناك ثلاثة أنواع: الاستجابات لتغير ظروف الطلب، والاستجابات للتغيرات في ظروف العرض والرغبة في تفادي اللوائح التنظيمية.

1 الاستجابات لتغير ظروف (شروط) الطلب: تقلبات أسعار الفائدة

التغيير الأكثر مدلولية في المحيط الاقتصادي هو ذلك الذي عمل على تغيير الطلب على المنتجات المالية في السنوات الأخيرة، وهو يتعلق بالزيادة الهائلة في تقلب أسعار الفائدة، ففي سنوات 1950 في الولايات المتحدة، كان سعر الفائدة على أدون الخزنة لمدة ثلاثة أشهر بما يتراوح ما بين 1% و 3.5%، وفي سنوات 1970، فقد تراوحت بين 4% و 11.5%، وخلال سنوات 1980 تراوحت الأسعار بين 5% إلى أكثر من 15%، هذه المخاطر المرتبطة بعدم اليقين أو التأكد بشأن تحركات أسعار الفائدة أدت إلى وجود درجة عالية من معدل المخاطر، تزايد نمو معدل الخطر ينبغي أن يؤدي إلى زيادة في الطلب على المنتجات والخدمات المالية القادرة على التقليل من هذا الخطر، فهذا التغيير في المحيط الاقتصادي من شأنه أن يحفز البحث العلمي من قبل المؤسسات المالية للابتكارات المربحة لتلبية هذا الطلب الجديد، وخلق الأدوات المالية الجديدة التي تساعد على تقليل مخاطر أسعار الفائدة، ونجد مثالين للابتكارات المالية التي وقعت في الولايات المتحدة خلال سنوات 1970 تؤكد هذا الأمر: نمو أو تطور القروض العقارية بنسب متفاوتة والمشتقات المالية، وقد تم تقليد هذه الابتكارات مع بعض التأخير في جميع البلدان الصناعية الأخرى.

2 التردد للتغيرات في ظروف العرض: تكنولوجيا المعلومات

المصدر الرئيسي للتغير في ظروف العرض والذي حفز الابتكار المالي يكمن في النهوض بالتقدم في مجال الإعلام الآلي والاتصالات السلكية واللاسلكية، هذه التكنولوجيات، وتكنولوجيا المعلومات لديهما أثران: الأول أنها خفضت تكلفة تجهيز المعاملات المالية، مما يجعلها أكثر ربحية بالنسبة للمؤسسات المالية لخلق منتجات مالية جديدة والخدمات المقدمة للجمهور. ثانياً، أنها جعلت من السهل بالنسبة للمستثمرين الحصول على المعلومات، وبالتالي تسهيل أيضاً إصدار السندات المالية من قبل الشركات، فالتطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات أدت إلى ظهور منتجات وخدمات مالية جديدة مختلفة.

3 استغلال الفجوات (الثغرات) القانونية

عملية الابتكار المالي تشبه إلى حد بعيد الابتكار في مجالات أخرى من الاقتصاد، فهو استجابة للظروف المتغيرة للعرض والطلب، ولكن في الصناعة المالية هو أكثر من ذلك بكثير لتنظيم شديد مقارنة بالصناعات الأخرى، ويعزز تنظيم الحكومة المزيد من الابتكار في هذه الصناعة ، وبما أنها تشجع الشركات للتحايل على الضوابط التي تحد من الفرص المتاحة لهم لتحقيق الأرباح، "دوارد كين" وهو خبير اقتصادي في كلية بوسطن، وصف هذه الممارسة على نحو منهجية استغلال نقاط الضعف في التنظيم، فالتحليل الاقتصادي يبين أن الابتكار واستغلال الثغرات والابتكارات يصبح أكثر شيوعا عندما يصبح العبء التنظيمي المصاحب للتغير في البيئة الاقتصادية مكلفا لدرجة أنه يصبح من الممكن تحقيق فوائد كبيرة من خلال تجنبه، كما أن الصناعة المصرفية هي واحدة من أكثر الرقابات المشددة في أمريكا وغيرها من البلدان الصناعية، واستغلال الثغرات التنظيمية يمارس بكثير، فالزيادة في معدلات التضخم وأسعار الفائدة في الفترة من أواخر عام 1960 إلى عام 1980، حسبما ذكرت والقيود التنظيمية لهذه الصناعة أكثر تكلفة بكثير وهي التي حفزت الابتكارات المالية. إذن، هذه الأنظمة الثلاثة هي العوامل الرئيسية وراء الابتكار المصرفي والمالي.

وقد أدت الابتكارات المالية إلى خلق بيئة أكثر تنافسية للصناعة المصرفية، مما تسبب في إحداث تغيير جذري وتراجع البنوك التقليدية، ففي الولايات المتحدة مثلا، أهمية المصارف التجارية كمصدر لتمويل المقرضين غير الماليين قد انخفض إلى حد كبير، ففي عام 1974 قدمت المصارف التجارية ما يقرب من 40% من هذه رؤوس الأموال، وفي عام 2005 كانت حصتها في السوق أقل من 30%، صناديق الادخار تراجعت حصتها في السوق من 20% في أواخر 1970 إلى 6% اليوم، وهكذا تراجع الدور التقليدي للوساطة المالية للبنوك، ويبرز كذلك تراجع الدور التقليدي للوساطة المالية للبنوك في النظر في حجم موجودات أو أصول ميزانيات البنوك مقابل الوسطاء الماليين الآخرين، فحصة البنوك التجارية في إجمالي الموجودات للوسطاء الماليين قد انخفض بنسبة 40% في 1960-1980، و 30% في نهاية عام 2005. وبالمثل فإن نصيبها من إجمالي الموجودات التي عقدها وسطاء صناديق الادخار قد انخفض بشكل كبير من 20% خلال 1960-1980 إلى ما يقارب 5% في عام 2005.¹

الفرع الخامس: التحول إلى مفهوم الكيان التسويقي الموجه لخدمة العملاء

لقد تغيرت صورة البنك في السنوات الأخيرة من القرن العشرين من الصورة السلبية التي ينتظر فيها عملاءه إلى صورة أكثر ايجابية يتحول معها البنك إلى كيان تسويقي يركز على رغبات العملاء وكسب رضائهم عن خدماته المقدمة إليهم، وقد استلزم هذا التحول تغيرا هيكليا في النواحي الإدارية للعمل

¹ : Frederik Mishkin, op-cit, p 160.

المصرفي لقبول فكرة اتخاذ القرارات في ضوء احتياجات العملاء وظروف المنافسة في أسواق المال والعمل على تعظيم الربحية في الأجل الطويل، كذلك، دراسة عناصر البيئة المصرفية.¹

الفرع السادس: الشمولية

تعتبر هذه التطورات المصرفية الرئيسية التي ظهرت في أوروبا ومن بعدها في العديد من دول العالم، ففي ظل العولمة وإعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية بدأت البنوك في البعد عن التخصص المصرفي وكذلك تقليل التركيز على الأشكال التقليدية للإقراض والاستثمار، وبالتالي زاد توجهها نحو البنوك الشاملة، وهي تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائما وراء تنويع مصادر التمويل والتوظيف وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات، بحيث نجدها تجمع ما بين وظائف البنوك التجارية التقليدية ووظائف البنوك المتخصصة وبنوك الاستثمار والأعمال أي هي تقوم بأعمال كل البنوك.

ويلاحظ أن البنوك الشاملة تقوم على إستراتيجية التنويع بهدف استقرار حركة الودائع وانخفاض مخاطر الاستثمار والموازنة بين السيولة والربحية ودرجة المخاطر المصرفية.²

المطلب الرابع: التعريف بمفاهيم (هيكل، سلووك، أداء) الصن - اعة وطبيعة العلاقة بينه - ا

نظرا للتطورات السريعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبح الاقتصاد الصناعي منهج أساسي لا غنى عنه يتطرق إلى المشاكل الاقتصادية التي يشهدها العصر، من خلال الاعتماد على منهج مكون من ثلاثة عناصر (SCP) هي هيكل الصناعة، سلوك المؤسسات التي تنشط داخلها وأداء تلك المؤسسات داخل الصناعة، إضافة إلى العلاقات التي تربط عناصر هذا النموذج، لذا سنحاول في هذا المطلب التعريف بهذه المفاهيم وتوضيح طبيعة العلاقة بينها، وهذا كمدخل للمبحث الثاني.

الفرع الأول: التعريف بمفاهيم هيكل الصناعة، سلووك المؤسسات داخل الصناعة وأداء تلك المؤسسات

نعرف عناصر (SCP) كما يلي:³

1- هيكل الصناعة: يستخدم تعبير هيكل الصناعة للدلالة على الظروف البيئية التي تعمل في ظلها المؤسسات التي تنتمي إلى الصناعة والتي يمكن أن يكون لها تأثير ملموس على سلوك هذه المؤسسات ومن ثم أدائها في المستقبل، ويمكن للصناعة أن تأخذ هيكل واحد من بين أربعة هياكل معروفة للصناعة والتي تتمثل في المنافسة التامة، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة والاحتكار التام ، ويتحدد هيكل

¹ : فرج عبد العزيز عزت، مرجع سابق، ص 17.

² : عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 38.

³ : Godefroy Dang Nguyen, "Économie industrielle appliquée", édition Vuibert, France, 1995, p 4.

الصناعة من خلال جملة من العوامل تتمثل في درجة التركيز داخل السوق ، كذلك نجد عوامل أخرى استعملت لدراسة الهياكل كدرجة تمييز المنتجات، موانع الدخول، التكامل وهيكل التكاليف؛

2- سلوك المؤسسات في الصناعة: يقصد بسلوك المؤسسات مجموعة السياسات والإستراتيجيات التي تتبعها المؤسسات من أجل التأثير على حجم نفوذها في السوق وكذلك تعزيز مركزها التنافسي داخل الصناعة التي تنشط فيها؛

3- الأداء: يقاس الأداء في الصناعة بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات تختلف حسب تفضيل المحلل ويمكن استخدام مؤشرات الربحية والكفاءة كمؤشرات لقياس الأداء داخل الصناعة.

الفرع الثاني: طبيعة العلاقة بين هيكل الصناعة، سلوك المؤسسات داخل الصناعة وأداء تلك المؤسسات

في 1970، أكدت العديد من الدراسات على وجود علاقة بين المتغيرات هيكل السوق ، السلوك والأداء، وتظهر هذه الدراسات وجود علاقات معينة بين الربحية والمتغيرات الهيكلية مثل درجة التركيز، حواجز الدخول، وفورات الحجم.¹ وتقوم الفكرة الأساسية للنموذج منذ بداية ظهوره على يد E.MASON على وجود علاقة سببية في اتجاه واحد، حيث نجد أن الظروف الأساسية للصناعة تمثل دعامة أساسية تساعد على تحديد هيكل الصناعة محل الدراسة كما تستطيع أيضا التأثير على خصائص هيكل الصناعة الذي بدوره له علاقة بطبيعة سلوك المنشآت التي تنشط بها وكذلك أدائها داخل الصناعة.

ولمحاولة التأكد تجريبيا من طبيعة العلاقة بين مكونات نموذج (SCP) قام مجموعة من الاقتصاديين وخاصة في سنوات الخمسينات بجملة من دراسات الحالة شملت بعض الصناعات القاعدية كصناعة الحديد والصناعة البترولية وصناعة السيارات ولكنهم لم يستطيعوا الوصول إلى نتائج محددة يمكن تعميمها، وبعد ذلك لجأ اقتصاديون آخرون إلى استعمال تقنيات الاقتصاد القياسي من أجل دراسة طبيعة العلاقة بين مكونات نموذج (SCP) وحاولوا في البداية التركيز على إيجاد علاقات إحصائية بين بعض خصائص الهيكل وبعض مؤشرات الأداء ونذكر منها الدراسة التي قام بها JS BAIN التي حاولت إيجاد كيف تؤثر درجة التركيز في الصناعة على الهوامش التي تحصل عليها المنشآت داخلها.

وكذلك نجد دراسة Stigler التي اهتمت بدراسة تأثير درجة تركيز الصناعة على إنتاجية المؤسسات بها وكذلك دراسة Hemberg حول تأثير حجم المؤسسات داخل الصناعة على درجة الابتكار بها، بالإضافة إلى دراسة أخرى شملت عوائد الدخول وكذلك النفقات الإشهارية وتأثيرها على معدل الربح داخل الصناعة واتفقت أغلب الدراسات السابقة على وجود علاقة سببية في اتجاه واحد، تنطلق من الظروف

¹ : Jean-Charles Mathé, "Dynamique concurrentielle et valeur de l'entreprise", ems management & société, France, 2004, p15.

الأساسية للصناعة ومدى تأثيرها على هيكل الصناعة والذي بدوره يحدد لنا طبيعة سلوك المنشآت التي تنشط داخل الصناعة وبالتالي التأثير على مستوى الأداء بها.¹

الفرع الثالث: طبيعة العلاقة بين هيكل الصناعة البنكية، سلوك المؤسسات في هذه الصناعة، وأدائها.

نموذج (هيكل، سلوك، أداء) في الصناعة المصرفية، نموذج يفترض أن هيكل السوق يؤثر على سلوك البنك والذي بدوره يؤثر على أداء البنك في السوق، والبنوك هي أكثر المؤسسات احتمالا لإظهار السلوك التواطئي.²

بحيث يستخدم تحليل SCP (Structure-Conduct-Performance Analysis) على نطاق واسع في تقييم أداء البنوك في الأسواق المصرفية الأمريكية والأوروبية، ويساعد في التعرف على الهيكل المصرفي المثالي الذي يستطيع تقديم أفضل الخدمات بأقل التكاليف، وبشكل عام هناك هدفين رئيسيين يسعى لتحقيقهما هذا التحليل، الأول: إيجاد نظام مصرفي ذو كفاءة عالية، والثاني: تجنب الوقوع في الأزمات المصرفية.³

ومنذ عام 1960 وضعت البنوك مبادئ الاقتصاد الصناعي هدفا رئيسيا لقياس تأثير هيكل السوق على استراتيجيات البنوك وتأثيرها على النتائج النهائية (الأداء) وفق منهج (SCP)، فوفق الدراسة التي قام بها Gilbert (1984) ذكر أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التركيز وأداء البنك (الربحية) حيث أن زيادة التركيز البنكي يؤدي إلى ارتفاع أسعار الفائدة على القروض والحد من نطاق الخدمات وبالتالي ارتفاع الأرباح،⁴ وهناك تحليل آخر، فإذا اتسمت السوق المصرفية بظاهرة التركيز (سيطرة عدد محدود من البنوك على الحصة الأكبر من السوق) فإن السوق تكون أقرب إلى الاحتكار وعكس ذلك تكون السوق أقرب إلى المنافسة، فإذا كانت البنوك تعمل في بيئة احتكارية سيكون لديها قدرة على تحقيق أرباح عالية نظرا لوجود عدد محدود من البنوك التي تسيطر على السوق، أما إذا كانت تعمل في بيئة تنافسية فسيكون هناك العديد من البنوك المتقاربة في الحجم والتي تقدم خدمات متشابهة لذلك سيكون الأداء متفوقا ولا يكون هناك مجال لتحقيق أرباح عالية إما بسبب دخول منافسين جدد أو بسبب التنافس بين المنافسين الحاليين.⁵

¹ : بوسنة محمد رضا، "التسويق المصرفي كاستراتيجية للبنوك في ظل التحرير المصرفي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2009/2008، ص11.

² : Jacob A. Bikker and Jaap W.B. Bos , "Bank Performance", Routledge, USA and Canada, 2008, p37.

³ : محمد مصطفى، "هيكل السوق المصرفية وأداء البنوك في الأردن (1990-2001)"، دائرة الأبحاث والدراسات، الأردن، 2002، ص12.

⁴ : Patrice Geoffron, "Analyses structurelles des industries bancaires et nouvelle concurrence financière", Revue d'économie financière, Handbook of Industrial Organization, vol 2, Amsterdam, 1989, p 182.

⁵ : نضال أحمد الفيومي، شرين يوسف عواد، "العلاقة بين تركيز السوق وأداء البنوك في الأردن-دراسة تطبيقية"، مؤتمة للبحوث والدراسات، المجلد 18، العدد 04، الأردن، 2003، ص242.

وواقع أن النظرية الاقتصادية ترى أنه من المسلم به وجود علاقة بين هيكل الأسواق المصرفية (أي توزيع المؤسسات من حيث العدد والحجم) وأداء البنوك التجارية، ويتم تخصيص الموارد بكفاءة في الأسواق المتميزة بوجود وفرة في البائعين والمشتريين وحرية دخول وخروج المؤسسات وعملية صنع قرارات مستقلة يقوم بها كل الأطراف المشاركة في السوق، ففي مثل هذه الأسواق يدفع المستهلكون سعرا للسلع والخدمات التي توفر أرباحا كافية لتشجيع المنتجين على تقديم المخرجات المطلوبة، ولكن عندما يوجد تواطؤ (أي موقف تقوم فيه المؤسسات باتخاذ قرارات التسعير والمخرجات على نطاق الصناعة بما يؤدي إلى تعظيم أرباح الصناعة الجماعية) تكون المخرجات أدنى من مستوى التنافس الحقيقي، ورغم تحقيق المؤسسات أرباحا اقتصادية في ظل هذا السلوك إلا أن المنافع الاجتماعية ككل تتخفف، وتتميز السوق التنافسية بالكفاءة لأنه يتم طرد المنتجين غير الأكفاء من الصناعة، إلا أنه في حالة الصناعة المصرفية فإنه يمكن أن يكون لذلك عواقب وخيمة فتتناقص ثقة الجمهور بسبب فشل البنوك التجارية يمكن أن ينتج عنه التهافت على سحب الودائع من المؤسسات القوية وانهيار النظام برمته في نهاية الأمر، والذي يقلل من احتمال حدوث هذه الكارثة هو التأمين على الودائع، ولكنه لا يحول دون وقوعها تماما.¹

المبحث الثاني: هيكل الصناعة المصرفية

أشرنا سابقا إلى أن هيكل الصناعة يتحدد من خلال جملة من الخصائص والأبعاد والتي نحاول التطرق إليها في هذا المبحث بالتطرق إلى مفهوم هيكل الصناعة المصرفية في المطلب الأول، وأبعادها المتمثلة في التركيز المصرفي في المطلب الثاني، عوائق الدخول والخروج في المطلب الثالث، والتميز في المنتجات في الصناعة المصرفية في المطلب الرابع.

المطلب الأول: مفهوم هيكل الصناعة المصرفية وأبعاده

سنتناول في هذا المطلب مفهوم هيكل الصناعة المصرفية وخصائصها أو أبعادها، كما سنتطرق إلى مكوناتها من مؤسسات مصرفية وكذا القوانين والأنظمة التي تعمل في ظلها هذه المؤسسات.

الفرع الأول: مفهوم هيكل الصناعة المصرفية

يعرف هيكل الصناعة بأنه تلك الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثيرا استراتيجيا على طبيعة المنافسة والتسعير داخل ذلك السوق، ويقترح Bain أربعة خصائص رئيسية لهيكل السوق والتي تعتبر مهمة لاستيعاب المفهوم وقياسه بشكل محدد وهي:

- درجة تركيز البائعين، أي عدد المؤسسات المنتجة لسلعة ما وتوزيعها النسبي من حيث الحجم.
- درجة تركيز المشتريين، أي عدد المشتريين للسلع في السوق وتوزيعهم النسبي.

¹ طارق عبد العال حماد، "التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك"، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص ص 197-199.

- درجة الاختلاف والتنوع فيما بين السلع أو الخدمات، أي الفرق بين مستوى نوعية المنتجات العائدة للمؤسسات المختلفة في السوق.

- شروط الدخول والخروج من وإلى السوق، أي مدى السهولة التي يمكن للمؤسسات الدخول فيها إلى السوق والخروج منه، ومعلوم أن كلا من هذه الخصائص الأربعة لهيكل السوق مهم في تحديد سلوك المؤسسات والتي بدورها تؤثر على أداء الصناعة ككل.¹

ويضم هيكل الصناعة المصرفية عدد من البنوك تختلف وفقا لتخصصها والدور الذي تؤديه، ويتصدر الصناعة المصرفية في الدولة البنوك المركزية، وتتعامل في السوق المصرفية أنواع متعددة من البنوك أهمها: البنوك التجارية، البنوك المتخصصة، البنوك الإسلامية.

أولاً: البنوك المركزية

البنك المركزي منشأة مصرفية عليا لا تضع الربح في اعتبارها بقدر ما تستهدف تدعيم النظام النقدي وبالتالي النظام الاقتصادي في الدولة، يؤثر البنك المركزي على المؤسسات الأخرى العاملة في الصناعة المصرفية من خلال الوظائف التي يقوم بها، لإصدار قروض النقد، تحديد سعر الخصم وسعر الفائدة، القيام بدور السياسة النقدية، تدعيم النشاط الاقتصادي بصفة عامة، الإشراف والرقابة على وحدات الجهاز المصرفي.²

ثانياً: البنوك التجارية

تعتمد البنوك التجارية على ودائع العملاء كمصدر أساسي للأموال التي تقوم باستخدامها، فهي تتلقى الودائع من الجمهور والشركات سواء كانت تحت الطلب أم ودائع زمنية وتقوم بتشغيلها بعد أن تكون قد عملت على تكوين ما يسمى بالاحتياطي القانوني وفقا لأحكام قانون البنوك والائتمان، وبالمعدلات التي تحدد من قبل البنك المركزي، ويتم الاستخدام في شكل قروض وائتمان للعملاء واستثمارات لحساب محافظة أوراقها المالية.

ويمكن تصنيف هذا النوع من البنوك إلى خمسة أنواع وفقا لحجم نشاطها وتعظيمها الإداري وملكيته:

1- البنوك ذات الفروع: هي منشآت تتخذ غالبا شكل لشركات المساهمة، ولها فروع في كافة أنحاء الهامة من البلاد وتتبع اللامركزية في إدارتها، ويتصف هذا النوع من البنوك بأنه يخضع للقوانين العامة للدولة وليس لقوانين المحافظات أو الولايات أو البلديات التي تقام فيها الفروع.

2- بنوك السلاسل: هذه البنوك تعد نشاطها من خلال فتح سلسلة متكاملة من الفروع، وهي عبارة عن عدة بنوك منفصلة عن بعضها إداريا ولكن يشرف عليها مركز رئيسي واحد يتولى رسم السياسات العامة التي تلتزم بها كافة وحدات السلسلة، كما ينسق الأعمال والنشاط بين الوحدات بعضها البعض.

¹ : مدحت القريشي، "الاقتصاد الصناعي"، الطبعة 02، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص28.

² : محمد سعيد أنور سلطان، "إدارة البنوك"، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص11.

- 3- **بنوك المجموعات** : وهي أشبه بالشركات القابضة التي تتولى إنشاء عدة بنوك أو شركات مالية فتمتلك معظم رأسمالها وتشرف على سياستها وتقوم بتوجيهها ولهذا النوع من البنوك طابع احتكاري.
- 4- **البنوك الفردية**: وهي منشآت صغيرة يملكها أفراد أو شركات أشخاص، ويقنصر عملها في الغالب على منطقة صغيرة، توظف مواردها في أصول بالغة السيولة مثل الأوراق التجارية المخصصة.
- 5- **البنوك المحلية**: وهي تنشأ لتباشر نشاطها في منطقة جغرافية محددة، ويخضع البنك المحلي للقوانين المحلية ولإشراف سلطات الرقابة على البنوك في منطقة عمله.¹

ثالثاً: البنوك المتخصصة

وهي كما يوضح اسمها بنوك تتخصص في تمويل نشاط اقتصادي معين، وتقوم هذه البنوك بتشغيل مواردها في قروض يغلب عليها أن تكون طويلة الأجل، أما مواردها فإنها لا تستقيها من الودائع كما هو الحال في البنوك التجارية ولكن من رأسمال البنك، وفيما يلي أنواع البنوك المتخصصة:

1- **البنوك العقارية**: وهي تقوم بمنح القروض لآجال طويلة مقابل رهن عقاري من مباني أو أراضي، وتعمل دائماً تحت إشراف ورقابة الدولة.

2- **البنوك الصناعية** : وهي متخصصة في تمويل القطاع الصناعي ومهمتها إرشاد المشروعات الصناعية وتطويرها وذلك بمنحها القروض اللازمة.

3- **البنوك الزراعية** : وهي بنوك متخصصة في دعم وتطوير القطاع الزراعي بمنح القروض للمزارعين بضمان المحاصيل.

4- **بنوك التجارة الخارجية** : تتخصص هذه البنوك في تمويل التجارة الخارجية والمعاملات الدولية، والهدف من إنشاء هذا النوع من البنوك هو مساعدة التجارة الخارجية والنهوض بها وتمييزها عن طريق ما يقدمه البنك من تسهيلات ائتمانية مختلفة الآجال للمنشآت الصناعية، لكي تستعين بها في الإنتاج المخصص للتصدير.²

رابعاً: البنوك الإسلامية

البنوك الإسلامية هي مؤسسات مالية مصرفية غايتها تجميع الأموال وتوظيفها بما يتفق والشريعة الإسلامية وبما يخدم الفرد والمجتمع، تتجه نحو توفير التمويل اللازم للنشاطات الأكثر نفعاً والأكثر أهمية للفرد وللمجتمع، كما أن الربح لا يعتبر الهدف الأساسي الوحيد الذي تسعى إليه البنوك الإسلامية لتحقيقه من أعمالها ونشاطاتها، يهدف هذا النوع من البنوك كذلك إلى العمل من أجل الوصول إلى تحقيق سلامة وقوة المركز المالي للبنك الإسلامي.³

¹ : محمد عبد الفتاح الصيرفي، "إدارة البنوك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 33-35.

² : عبد الوهاب يوسف أحمد، "التمويل وإدارة المؤسسات المالية"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 147، 148.

³ : فليح حسن خلف، "البنوك الإسلامية"، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 93-98.

الفرع الثاني: القوانين والأنظمة التي تحكم عمل المؤسسات العاملة في الصناعة المصرفية

يصدر عادة في كل دولة عدد من الأنظمة والقوانين التي تحكم أعمال المؤسسات المصرفية التي تعمل فيها وتنظمها، ومن هذه القوانين:

أولاً: قانون البنك المركزي : الذي ينظم عمل البنك المركزي ويحدد أهدافه ووظائفه وعلاقته مع المؤسسات المصرفية كافة التي تعمل في البلد.

ثانياً: قانون المصارف: الذي يحدد إجراءات ترخيص البنوك وشروط الترخيص والأعمال المسموح لها القيام بها، وتلك الأعمال الممنوعة وحق البنك المركزي في الإشراف الكامل عليها، بما فيها حق تزويده بالبيانات والمعلومات التي يراها مناسبة وفي الأوقات التي يطلبها وحق التفتيش المفاجئ لسجلاتها وتحديد نسبة الاحتياطي النقدي التي على البنوك الاحتفاظ بها لديه.

ثالثاً: قانون مراقبة العملة الأجنبية: الذي يحدد شروط التعامل بالعملة الأجنبية وكيفية تحديد أسعارها وينظم دخولها من البلد وخروجها.

رابعاً: قانون أعمال الصرافة: الذي ينظم عمل المؤسسات العاملة في حقل الصيرفة والشروط التي يجب توافرها في هذه المؤسسات وعلاقتها مع البنك المركزي.

خامساً: نظام مكاتب التمثيل : الذي يصدره البنك المركزي لينظم عمل المؤسسات المصرفية والمالية الأجنبية التي ترغب في فتح مكاتب تمثيل لها في بلد البنك المركزي.¹

وبالتالي فهيكـل الصناعة يشمل مجموعة من الأبعاد كما ذكرناها سابقاً ، مثل درجة التركيز المصرفي وهناك أبعاداً إضافية كظروف الدخول والخروج من الصناعة، درجة تمييز المنتجات في الصناعة المصرفية، ومجموع هذه الأبعاد سنتطرق إليها بالتفصيل في المطالب التالية من هذا الفصل.

المطلب الثاني: التركيز في الصناعة المصرفية

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التركيز في السوق وإلى مؤشراتته، ثم إلى التركيز المصرفي أي درجة التركيز في الصناعة المصرفية.

الفرع الأول: مفهوم التركيز

يقصد بتركز السوق: "إلى أي مدى يتركز الإنتاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المؤسسات"، لذا ففي قياس تركيز السوق ينصب اهتمامنا على كل صناعة أو سوق بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمؤسسات في كل صناعة، وبافتراض ثبات باقي العوامل المؤثرة في

¹ : هشام جبر، "إدارة المصارف"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، فلسطين، 2008، ص6.

التركز فإن السوق يكون أكثر تركزا كلما قل عدد المؤسسات المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها في السوق.¹

الفرع الثاني: بعض مؤشرات التركز

فيما يلي نستعرض باختصار بعض المؤشرات الأكثر استعمالا في عملية قياس تركيز الأسواق ويبقى اختيار واحد منها مرتبطا بظروف الدراسة التي تستعمل بها وتتمثل مقاييس التركيز فيما يلي:

أولا: معكوس عدد المنشآت: يعد معكوس عدد المنشآت $R = 1/n$ أبسط مؤشرات التركيز، ولا

يتأثر هذا المؤشر بالحجم النسبي للمنشآت ويعتبر هذا من المآخذ العملية لهذا المؤشر، فمن المفضل أن يعكس المؤشر الحجم النسبي للمنشآت المكونة للصناعة بالإضافة إلى أعدادها، أما في حالة استخدام النماذج النظرية التي تفترض تساوي المنشآت في أحجامها (كما هو الحال في نماذج التماثل) فيصبح معكوس عدد المنشآت المؤشر الملائم نظريا لقياس تركيز السوق.

ثانيا: نسبة التركيز: نسبة التركيز هي أكثر المؤشرات استخداما، وتعرف بالنسبة المئوية لنصيب أكبر المؤسسات في الإنتاج الإجمالي للصناعة، حيث أنها رقم اختياري يحدده الباحث، وتحسب نسبة التركيز وفقا للصيغة التالية:

$$Cr = \sum_{i=1}^r Xi / X = \sum_{i=1}^r Si$$

C: نسبة التركيز / r : رقم اختياري يحدده الباحث / xi : إنتاج المنشأة

X : الإنتاج الكلي للمنشآت التابعة للصناعة / Si : نصيب المنشأة الواحدة من السوق

ويتمتع هذا المؤشر بأفضلية حيث يسهل حسابه ويتيسر فهمه، كما يمكن الاستعانة بهذا المؤشر في التعامل مع بعض مشاكل التسعير في أسواق احتكار القلة، وبالمقابل ينتقد مؤشر نسبة التركيز لما يكتفه من عفوية في اختيار قيمة (عدد المؤسسات الكبيرة)، كما ينتقد أيضا لمحدوديته حيث يعكس نقطة واحدة على منحنى التركيز فإذا تقاطعت منحنيات التركيز فشلت نسبة التركيز في إعطاء نتائج جيدة.²

ثالثا: مؤشر هيرشم-ان-هيرفندال: لقد أصبح لهذا المؤشر أهمية متزايدة بين المهتمين باقتصاديات الصناعة في السنوات الأخيرة، ويأخذ هذا المؤشر (على عكس نسبة التركيز) في الحسبان جميع النقاط المكونة لمنحنى التركيز، ويمكن حسابه كمجموع مربعات أنصبة جميع المؤسسات العاملة بإحدى الصناعات كما يلي:

¹ : روجر كلارك تعريب: فريد بشير طاهر، "اقتصاديات الصناعة"، دار المريخ للنشر، السعودية، 1994، ص 29.

² : المرجع السابق، ص 29.

رابعاً: مؤشــــر هــــانــــا و كــــاي (Hannah and Kay) مجموعة من المؤشرات أكثر عمومية تماثل مؤشر H ولكنها تختلف عنه في الأوزان التي تعطى للمنشآت الكبيرة، ويأخذ مؤشر هانا وكاي الصيغة التالية:

ويتميز هذا المؤشر بالمرونة التي أدخلت على مقياس التركيز، حيث أعطيت المؤسسات الكبيرة أوزاناً أكبر وذلك بزيادة قيمة α ، حيث α هي معلمة تحكمية للمرونة.

خامساً: مؤشــــر انــــتروبيــــي: وهو أحد المؤشرات المعكوسة للتركز، فحسب هذا المؤشر يعطى للمنشآت داخل الصناعة أوزاناً مساوية لـ $\ln(1/S_i)$ وذلك عند حساب درجة التركيز ويأخذ هذا المؤشر العلاقة التالية:

حيث E: مؤشر انتروبي، وقد قام مارفيلس بإعادة صياغة E بطريقة أخرى كما يلي:

الفــــرــــع الــــرابع: الــــتــــركــــز الــــمــــصــــرــــفــــي

إن التركيز في أسواق العمل المصرفي يعد أيضاً أحد الملامح للتغيرات الهيكلية و الإستراتيجية في عالم البنوك، وترجع ظاهرة التركيز في البنوك إلى الحساسية الكبيرة لهذه الأخيرة للمؤثرات البيئية الناتجة عن التغيرات الفجائية العالمية أو المحلية، لذا سنتناول مفهوم التركيز المصرفي وأثره على النشاط المصرفي.

أولاً: مفهوم التركز المصرفي

تجد هذه الظاهرة تعريفها في سيطرة عدد قليل من المؤسسات المصرفية على السوق من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، وهو عبارة عن مقياس للحصة السوقية لل بنوك التي تمتاز بارتفاع حجم موجوداتها وتمتلك مجتمعة أكثر من 50% من حجم الودائع الكلية للنظام المصرفي.¹

والتركز ليس بأي حال ظاهرة حديثة، فالتركز المصرفي قديم النشأة ذلك أن النظم المصرفية في العديد من دول العالم تسيطر عليها بنوك كبيرة وتختلف درجة تركيزها التنافسي من دولة لأخرى حيث نجد إنكلترا يتضح فيها التركيز بوجود أربعة مصارف تسيطر بنسبة 90% من العمليات المصرفية، وفرنسا

¹ : خالد عبد المصلح عمارة، "أثر أداء المصارف وهيكل السوق على الكفاءة المصرفية -دراسة تحليلية للمصارف التجارية العاملة في الأردن (2003-1994)", أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم المالية والمصرفية، الأردن، 2005، ص160.

بتركز بثلاث مصارف على معظم النشاط المصرفي، ومن جهة أخرى ألمانيا حيث تتولى أربعة بنوك تجارية كبرى معظم النشاط المصرفي، كما يوجد تقريبا حوالي أحد عشر ألف بنك تجاري في الـ و.م. أ. تتراوح مابين بنوك صغيرة جدا إلى كبيرة جدا تمتلك 44 % من الأصول الكلية للبنوك التجارية المؤمنة وهناك صناعات أخرى قليلة لها العديد من المؤسسات وقليل من التركيز.¹

ثانيا: آثار التركز المصرفي على النشاط المصرفي

إن للتركز المصرفي آثار وانعكاسات إيجابية وأخرى سلبية على النشاط المصرفي نوضحها كمايلي:

1- الآثار الإيجابية: يسعى البنك الكبير من عمليات التركيز إلى تحقيق:

- إمكانية تجميع أكبر قدر من الأموال.
- التكفل بالمشاريع الكبيرة والعلاقة بتبعيتها إلى مصرف واحد.
- توزيع المخاطر من جراء تنويع الأصول، والتنويع الجغرافي.
- ارتفاع نسبة الخدمات المقدمة وانخفاض مخاطر التعرض للإفلاس أثناء الأزمات.

2- الآثار السلبية: تظهر من خلال:

- خلق الاحتكارات بتركز معظم الموارد في يد مجموعة قليلة من ال بنوك وهو ما يترك أثرا سلبيا على المنافسة.

- في حالة انهيار أحد البنوك ينعكس الخطر على الاقتصاد الوطني.

- صعوبة قياس التركيز المصرفي بالقياسات المعاصرة بسبب عدم وضوح الخطوط الفاصلة بين أسواق العمل المصرفي والأسواق المالية الأخرى.²

والتركز المصرفي يتم إما بواسطة الاندماج (Fusion)، أو بطريفة الشركات القابضة (Holding)، أو تنظيم السلاسل المصرفية،³ فمثلا الاندماج المصرفي يحقق التركيز للشركات والجهات الداخلة فيه، لما يحدثه من تكامل أفقي أو رأسي بينها، فهو يحقق التكامل الأفقي عندما يتم بين مؤسسات تقدم خدمات متماثلة أو متشابهة، كالاندماج الذي يحدث بين بنكين من البنوك المتخصصة في فرع أو قطاع محدد من قطاعات النشاط الاقتصادي كبنوك التنمية الصناعية مثلا، ففي هذه الحالة يهدف الاندماج إلى تنمية نشاط المؤسسة في فرع التخصص نفسه، بزيادة رأسمالها وعمالها دون أي تغيير في نوع النشاط. كما يتحقق التكامل الرأسي عندما يقع بين بنكين يقومان على أغراض متكاملة، ومثاله الاندماج الذي يتم بين بنكين يقوم أولهما على قبول الودائع ومنح الائتمان قصير الأجل كالبنوك التجارية، بينما يقوم الثاني بتبني المشروعات الاستثمارية طويلة الأجل في مختلف القطاعات وتدعيمها ماليا كبنوك الاستثمار.⁴

¹ : توماس ماير، جيمس إس دوسينبري، روبرت زد ألبير، ترجمة: أحمد عبد الخالق، "النقود والبنوك والاقتصاد"، دار المريخ للنشر، السعودية، 1996، ص 150.

² : المرجع السابق، ص 292.

³ : ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سابق، ص 95، 96.

⁴ : محمد ابراهيم موسى، مرجع سابق، ص 137.

المطلب الثالث: عوائق الدخول و الخروج من الصنــــاعــــة المصرفية

بعدما تناولنا درجة التركيز في الصناعة المصرفية كخاصية من خصائص هيكل الصناعة نتناول في هذا المطلب الخاصية الثانية وهي عوائق الدخول و الخروج من الصناعة المصرفية.

الفرع الأول: عوائق الدخول إلى الصنــــاعــــة المصرفية

تعتبر عوائق الدخول من بين المفاهيم الحديثة التي جاء بها الاقتصاديون النيوكلاسيك والتي كانت تهدف إلى تطوير وتحديث الأفكار حول المنافسة داخل الأسواق وقد اختلفت التعاريف التي تناولت عوائق الدخول كما يلي:

أولاً: مفهوم عوائق الدخول: عرفها Bain على أنها "الميزات التي تتوفر عليها المؤسسات القائمة دون الجديدة وذلك يتجلى في قدرتها على البيع بسعر أعلى من سعر منافسيه دون جذب منشآت جديدة إلى الصناعة"¹، وحسب هذا التعريف فإن كل عامل يمكنه أن يسمح للمنشآت المتواجدة في الصناعة بأن تباع بسعر أعلى من سعر المنافسة دون جذب مؤسسات جديدة إلى الصناعة يعتبر عائقاً للدخول.

أما Stigler عرف عوائق الدخول على أنها "التكلفة الإضافية التي تتحملها المؤسسات الراغبة في الدخول للصناعة والتي لا تتحملها المؤسسات المتواجدة أصلاً في الصناعة"². وحسب هذا التعريف فإن كل عامل يسبب تكلفة إضافية تتحملها المؤسسات الجديدة وحدها يعتبر عائقاً للدخول.

بالإضافة إلى الاتجاهين السابقين في تعريف عوائق الدخول ظهر تيار جديد يعتبر وسطاً، من رواده Gilbert و Weiszaher فحسب Weiszaher "كل عامل يسبب تكلفة إضافية تتحملها المؤسسات الداخلة فقط ويخلق انحراف في التخصيص الأمثل للموارد اجتماعياً يعتبر عائقاً للدخول"، وحسب Gilbert فإن عوائق الدخول هي "عوائد تكون نتيجة التواجد المسبق داخل الصناعة"³.

وفي واقع الصناعة المصرفية تواجه عملية دراسة عوائق الدخول مشكل يتمثل في سلطة السوق حيث أن قدرة المتعاملين في الصناعة على تحديد الأسعار تبقى ضعيفة باعتبار أن بعض المنتجات تكون للبنك المركزي سلطة في تحديد أسعارها.

ثانياً: أنواع عوائق الدخول: على المؤسسات الموجودة في الصناعة أن تحاول زيادة

معوقات الدخول وذلك لتخفيض فرصة دخول المؤسسات المحتملة الدخول والتي تتضمن:

1- **اقتصاديات الحجم:** يقصد باقتصاديات الحجم الانخفاض في كلفة الوحدة الواحدة للإنتاج، أو كلما زاد الحجم بكميات أخرى فإن المنظمات التي تتمتع باقتصاديات الحجم تكون قادرة على إنتاج حجم كبير من السلع والخدمات بكلفة منخفضة مقارنة بالداخلين ولهذا تمنع الدخول، فالمؤسسات المصرفية تقوم بالعديد

¹ : Godefroy Dang Nguyen, op -cit, p 314.

² : Ibid, p 315.

³ : U. Muldur, "Les barrières à l'entrée dans le marché bancaire français", Revue d'économie financière, n°27, France, 1993, p 79.

من عمليات الوساطة المتنوعة، فإن ذلك يتيح لها تخفيض تكلفة الوحدة (للعلمية المالية) لأن التكلفة (سعر الفائدة) الثابتة يتم توزيعها على عدد أكبر من العمليات، وبالتالي تستفيد المؤسسات المصرفية من اقتصاديات الحجم.¹

2- **الكلفة التمويلية**: قد تكون في قدرة المؤسسات الحالية القائمة في الصناعة على الحصول على مصادر تمويلية (رأس المال) بتكاليف أقل مقارنة بالداخلين الجدد في الصناعة.

3- **قنوات التوزيع**: إن عدم توفر قنوات التوزيع للداخلين الجدد يخلق عائقا آخر للدخول ، ففي الأغلب تمتلك المؤسسات القائمة تأثيرا في قنوات التوزيع مما يعوق أو يمنع المؤسسات الجديدة من الدخول.²

4- **التجديد والتميز**: طبيعة التطور والتغير تلزم المؤسسات على ضرورة تجديد منتجاتها وخدماتها للحفاظ على الطلب الخاص بها، فالتجديد والتميز من أهم عناصر المنافسة غير السعرية في سوق احتكار القلة.

5- **استعمال التكنولوجيا**: البنوك الجديدة مطالبة باستعمال حد أدنى من التكنولوجيا من أجل المنافسة داخل الصناعة المصرفية مما يجعلها تتحمل تكاليف كبيرة من أجل الحصول عليها ومتابعة التطورات التي تحدث فيها وهذا ما يمكن أن يشكل عائقا للدخول.

6- **الامتيازات الحكومية**: حيث بموجب امتياز حكومي معين تمنح مؤسسات معينة احتكار إنتاج سلعة معينة أو تقديم خدمة معينة، وبالتالي فإن المؤسسات الجديدة التي تريد دخول هذا المجال تحرم من امتياز الدعم الحكومي والقانوني والمالي لأنه يقتصر على المؤسسات السابقة.³

إن عوائد الدخول التي تناولناها سابقا تؤثر بصورة ملموسة على ربحية البنوك كأحد مؤشرات الأداء، أي على مدى ارتفاع واستقرار عوائد البنك ودرجة تعرض تلك العوائد للمخاطر ، فوفقا لمصفوفة العوائد والربحية المبينة بالشكل التالي، هناك أربع أوضاع يمكن أن تواجهها البنوك في هذا الصدد تمثلها خلايا الشكل التالي، وينجم عن كل وضع درجات متفاوتة من الربحية واستقرار العوائد وذلك على النحو التالي:

¹ : Sylvie de coussergues, "Gestion de la banque du diagnostic à la stratégie", 4^{ème} édition, Dunod, France, 2005, p 245.

² : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، مرجع سابق، ص 42.

³ : مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبو حمد، "الاقتصاد الإداري"، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 104، 105.

شكل رقم (1): مصفوفة العوائق و الربحية

مرتفعة	(D) عوائد مرتفعة و مخاطر مرتفعة	(A) عوائد مرتفعة ومستقرة	منخفضة
	(C) عوائد منخفضة و مخاطر مرتفعة	(B) عوائد منخفضة ومستقرة	عوائق دخول منافسين جدد
منخفضة			مرتفعة

العوائق الموجودة

المصدر: طارق طه، "إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص109.

(A): إذا كانت العوائق الموجودة بالسوق التي يعمل بها البنك منخفضة، وفي نفس الوقت هناك معوقات مرتفعة على دخول المنافسين الجدد، ويعد هذا الوضع أفضل الأوضاع التي يمكن أن يواجهها البنك، أي هو الوضع المثالي والمرغب بالنسبة له. فعدم وجود معوقات تعرقل الأداء يؤدي إلى ارتفاع عوائده، وعدم سهولة دخول منافسين جدد لها يضمن له استقرار هذه العوائد، بمعنى أن العوائد مرتفعة+مستقرة.

(B): إذا كانت العوائق الموجودة بالسوق التي يعمل بها البنك منخفضة، وعوائق دخول بنوك منافسة جديدة منخفضة، في ظل هذا الوضع فإن عوائد (إيرادات) البنك المتوقعة ستكون مستقرة (لعدم وجود عوائق تواجهه وتؤثر سلباً على أدائه)، ولكن تلك العوائد ستكون منخفضة لكثرة عدد البنوك لمنافسة، وليس هناك عوائق تحول دون دخول منافسين جدد أي أن العائد منخفض+مستقر.

(C): إذا كانت العوائق الموجودة بالسوق مرتفعة، وعوائق دخول منافسين جدد منخفضة، فيعد هذا الوضع من أسوأ الأوضاع التي يمكن أن يجد فيه البنك نفسه، فهناك العديد من المعوقات التي تحول دون انطلاق أدائه، وهو ما يؤدي إلى انخفاض العوائد، وفي الوقت نفسه هناك سهولة دخول منافسين جدد في السوق البنكية التي يعمل بها، وهو ما يهدد تلك العوائد برغم انخفاضها أي العوائد منخفضة+محملة بالمخاطر.

(D): إذا كانت العوائق الموجودة بالسوق منخفضة، وعوائق دخول منافسين جدد مرتفعة، ينجم عن هذا الوضع ارتفاع عوائد البنك نظراً لعدم وجود معوقات مؤثرة على أدائه، ولكن هذه العوائد تحمل في الوقت ذاته درجة مرتفعة من المخاطرة بسبب سهولة دخول المنافسين الجدد وهو ما يهدد هذه العوائد المرتفعة، أي العوائد مرتفعة+محملة بالمخاطر.¹

¹ : طارق طه، مرجع سابق، ص ص109-111.

الفرع الثاني: عوائق الخروج من الصنـــــــاعة المصرفية

تتمثل موانع الخروج في التكاليف التي تتحملها أو الأرباح التي تفقدها المنشأة بتركها الصناعة التي تعمل بها، مثال ذلك التعويضات التي يتعين أن تدفعها منشأة ما للعاملين فيها بخروجها من السوق، ولاشك أن معرفة أي منشأة محتملة بوجود موانع خروج في الصناعة قد يجعلها تتردد في الدخول إلى سوق هذه الصناعة ومن أهم موانع الخروج نذكر:

- 1 حجم رأس المال المغرق في أصول ثابتة : فكلما كان حجم رأس المال المغرق في صورة أصول ثابتة كبيرا كلما كانت الخسائر المترتبة على الخروج من صناعة ما وتصفية هذه الأصول كبيرة.
- 2 درجة استمرارية الأصول الثابتة : فكلما كان معدل إهلاك الأصول الثابتة مرتفعا وفترة إهلاك وتقادم هذه الأصول قصيرة، كلما كان الخروج من الصناعة سهلا، والعكس صحيح.
- 3 درجة خصوصية الأصول الثابتة: فكلما كانت الأصول الثابتة المستخدمة في مجال معين متخصصة في هذا المجال ولا تصلح للاستخدام في مجالات أخرى، كلما كانت إمكانية الخروج من هذا المجال إلى غيره صعبة.¹

المطلب الرابع: التميـــــــيز في المنتجـــــــات في الصنـــــــاعة المصرفية

نقول أن هناك تمييز منتجات لما مؤسسة معينة تتفرد بتميز منتجاتها أو أن تمييز المنتجات هو قدرة المؤسسة على خلق إستراتيجية تتفرد بها في تمييز منتجاتها، وتميز المنتجات يترتب عليه حتما زيادات في الأسعار لأنه يحمل المؤسسة تكلفة في البداية لكن الهدف من ذلك حتما هو تحقيق الأرباح. تعتبر الصناعة المصرفية صناعة ذات منتجات وخدمات شبه متجانسة من حيث جوهر الخدمات المقدمة من قبل المصارف، غير أن التميز بين منتجات وخدمات المصارف يحدث عن طريق الخصائص الأخرى الإضافية للخدمة كجودتها وطريقة أدائها والسرعة في الحصول عليها بالإضافة إلى خصائص الموظف الذي يقدمها وموقع المصرف أو الفرع الذي تقدم به، بالإضافة إلى خصائص وطرق أخرى للتمييز في المنتجات مثل: الإبداع في التصميم والتكنولوجيا حيث يساهم بإحداث عناصر جديدة في المنتج والخدمة، كذلك بإضافة خدمات جديدة للمنتجات الأصلية كخدمة العملاء بتحقيق حاجاتهم وتلبية رغباتهم المختلفة أو مثلا خدمات ما بعد البيع، أضف إلى ذلك السمعة وتحقيق وفاء و ولاء الزبائن لمنتجات البنك.

كما يعتبر التمييز في المنتجات من أهم أبعاد هيكل الصناعة المصرفية، كما يعتبر كذلك عائقا من عوائق الدخول للصناعة، فالتمييز في المنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسات المتنافسة فيما بينها وكذا التي ترغب في الدخول بمنتج أو خدمة جديدة يؤدي إلى الحصول على مجموعة من المزايا التنافسية التي تحد من تهديد أي منافس وتضع حاجزا أمام دخوله للصناعة المصرفية.

¹ : عبد القادر محمد عبد القادر عطية، "الاقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق"، مطبعة سامي، مصر، 1995، ص ص71، 72.

المبحث الثالث: الإستراتيجيات في المؤسسات المصرفية

نظرا لأن هناك منافسة قوية بين المؤسسات في الصناعة المصرفية، بلبلالي لابد لهذه المؤسسات أن تتبع استراتيجيات معينة من أجل الحصول على مزاي تنافسية وتحسين أدائها المصرفي وذلك لمواجهة هذه المنافسة الشرسة، ولهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الإستراتيجية، وإلى تحليل البيئة المصرفية حيث أن البنوك تعيش في بيئة متغيرة تأخذها بعين الاعتبار أثناء اختيار أحد الإستراتيجيات الأساسية لها.

المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية

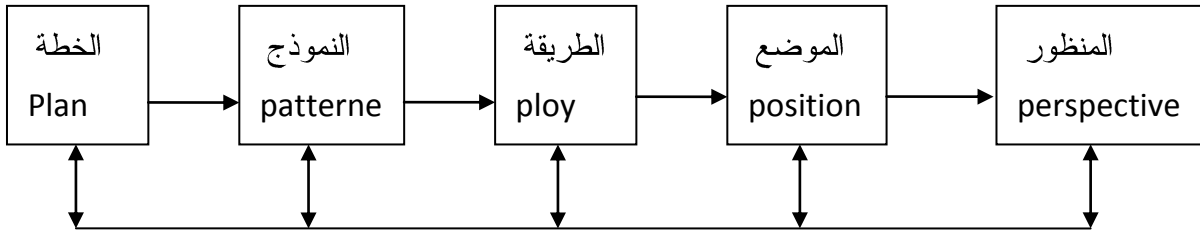
عرف شاندر (Chandler) الإستراتيجية بأنها "تحديد المنظمة لأهدافها وغاياتها على المدى البعيد، وتخصيص الموارد لتحقيق هذه الأهداف والغايات"، وحسب هذا التعريف فالإستراتيجية تنطوي على تحديد الأهداف طويلة الأجل لمشروع معين، وتحديد الإجراءات والأنشطة الخاصة بتحصيل الموارد اللازمة أو الوحدات الإنتاجية، وتنويع أو إنشاء خطوط جديدة للإنتاج لتحقيق مجموعة من الأهداف¹. ويرى أنسوف (Ansoff) بأن الإستراتيجية "هي تصور المنظمة عن طبيعة العلاقة المتوقعة مع البيئة الخارجية والتي في ضوءها تحدد نوعية الأعمال التي ينبغي القيام بها على المدى البعيد، وتحديد المدى الذي تسعى المنظمة من ورائه تحقيق غاياتها وأهدافها"².

وقد توصل (Mintzberg) إلى تحديد ما يسمى (5p's for strategy): أي 5 عناصر لتعريف الإستراتيجية كما يلي:³

- الخطة (plan): وهي تعني اختيار نشاط معين عن وعي.
 - النموذج (patterne): وهو يعني نشاط منظم و مهيكلي.
 - الطريقة (ploy): يعني النشاط الذي يمكن من تحقيق هدف محدد.
 - الموضع (position): يعني البحث عن مكان مشجع في المحيط للتمكن من الصمود للمنافسة.
 - المنظور (perspective): يعني إدراك الموقع المستقبلي للمنظمة.
- وهذه العناصر مرتبطة ارتباطا وثيقا وهي تشكل في مجموعها تعريفا شاملا للإستراتيجية، والشكل التالي يوضح ذلك.

¹ : عبد السلام أبو قحف، "الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات"، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2002، ص55.
² : هاني عرب، "محاضرات في الإدارة الإستراتيجية"، محاضرة أولى بعنوان: "مفهوم الإدارة الإستراتيجية وأهميتها"، محاضرة إلكترونية، ملتقى البحث العلمي، مصر، 2007، ص4، 5. أنظر الموقع (www.rsscra.info)
³ : حمداوي وسيلة، "الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية"، المطبعة الجهوية قسنطينة، الجزائر، 2009، ص47، 48.

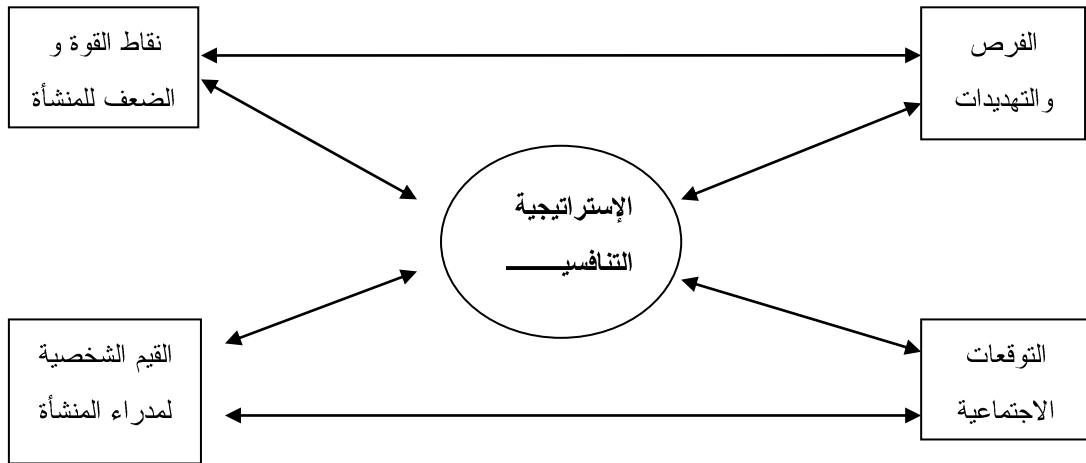
شكل رقم (2): ألد 5p's الإستراتيجية



المصدر: حمداوي وسيلة، "الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية"، المطبعة الجهوية قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 50.

أما (porter) وهو باحث من رواد الإستراتيجيات التنافسية، فإنه يرى بأن الإستراتيجية هي بناء وإقامة دفاعات ضد القوى التنافسية، أو إيجاد موقع في الصناعة حيث تكون القوى أضعف ما يكون ولكل مؤسسة إستراتيجية تنافسية شاملة تمثل خليط من الأهداف المستخدمة من قبل المؤسسة ووسائلها لتحقيق هذه الأهداف، وقد حدد (porter) شمول عملية صياغة الإستراتيجية التنافسية على أربع عوامل أساسية نوضحها في الشكل التالي:

شكل رقم (3): العوامل الأربعة المؤثرة في صياغة الإستراتيجية التنافسية



المصدر: المرجع السابق، ص 50.

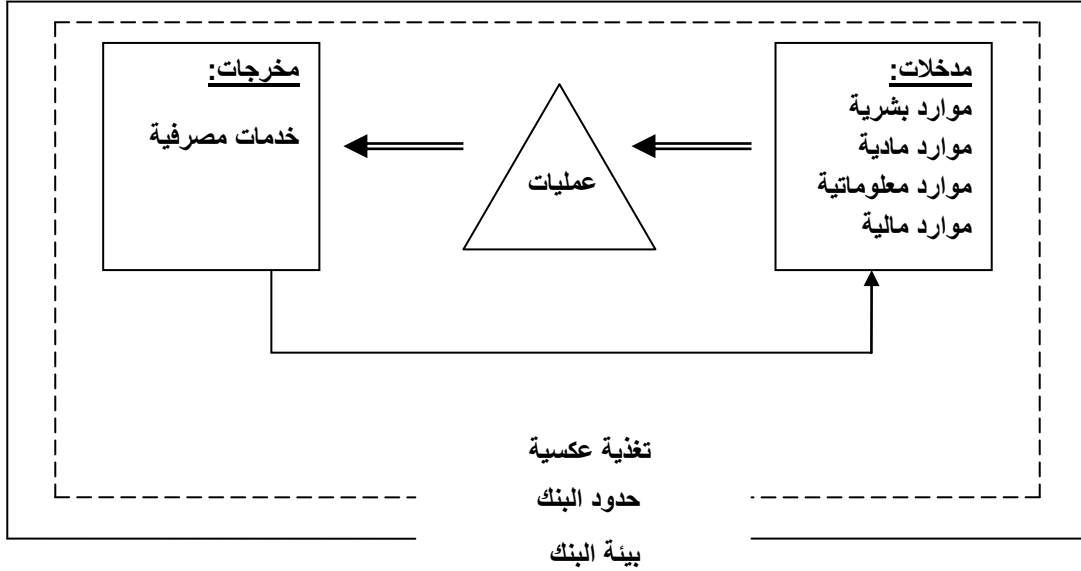
المطلب الثاني: تحليل البيئة المصرفية

لما كانت الإستراتيجية بالمفهوم الحديث، فإنه لتطبيق أية إستراتيجية كان لابد من القيام بتشخيص شامل للمؤسسة داخليا وخارجيا، وعليه فإن إحدى متطلبات النجاح الأساسية لأي بنك إنما تتمثل بشكل رئيسي في عملية الرصد والمتابعة المستمرة للبيئة التي يوجد فيها، مع محاولة استقرار المستقبل والتكيف معه بقدر المستطاع، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى عناصر البيئة الداخلية والخارجية.

الفرع الأول: مفهوم البيئة المصرفية

تعرف البيئة المصرفية بأنها كافة القوى التي تقع خارج حدود البنك، هذه الأخيرة تمثل الخط الافتراضي الذي يضم داخله مكونات البنك، ويفصله عن البيئة المحيطة به. كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (4): يمثل البنك وبيئته



المصدر: طارق طه، مرجع سابق، ص105

الفرع الثاني: عناصر البيئة المصرفية

فيما يلي إيضاح لمستويات البيئة المصرفية:

أولاً: البيئة الخارجية: تمثل البيئة الخارجية "كافة العوامل الكامنة خارج نطاق المؤسسة التي تتفاعل معها وتؤدي إلى دعمها أو عرقلتها"، ويمكننا تقسيم هذه البيئة الخارجية إلى:

1- **البيئة الخارجية العامة:** تتضمن كافة العوامل التي تقع خارج حدود البنك ونطاق سيطرة الإدارة، والتي يتم العمل في إطارها، وتؤثر بصورة غير مباشرة على أنشطة وأداء البنك، وفيما يلي أهم عناصر البيئة الخارجية العامة:

- **البيئة الاقتصادية:** والتي تعد من أهم العوامل مثل: معدل النمو الاقتصادي، السياسات المالية والنقدية للدولة، ميزان المدفوعات، ويمكن أن تؤثر حالة الاقتصاد الحالية والمستقبلية على أداء المؤسسات واستراتيجياتهم، مثلاً مرحلة تطور الاقتصاد، فالاقتصاد يمر بمراحل الكساد والرواج والازدهار والنقاهة من شأنها أن تؤثر على أداء وإستراتيجية البنك.
- **البيئة الاجتماعية والثقافية:** فالمنظمة لا تستطيع إنتاج منتجات تتنافى مع عادات وتقاليد المجتمع.
- **البيئة الديمغرافية:** كزيادة السكان وتحركاتهم من الريف إلى المدينة وتغير مستويات الدخل.

- **البيئة الدولية والعالمية:** التي امتدت أثارها مع ظهور العولمة مثل تحرير التجارة وغيرها.¹
- **البيئة السياسية والقانونية:** إن أي بنك يعمل ضمن مجموعة من القوانين المالية والنقدية السائدة في البلد الذي يعمل فيه كقوانين الاحتكار التي أثرت كثيرا على استراتيجيات المنظمات ، وهذه القوانين ذات أثر بالغ الأهمية على الأعمال والخدمات التي تقدمها ال بنوك لأن مخالفة هذه القوانين قد يعرض البنك لعقوبات ومخاطر جسيمة، فالبنوك تخضع لرقابة مجموعة من الهيئات والأجهزة المالية في البلد المضيف كرقابة البنك المركزي مثلا، وتتطلب القوانين الناظمة لمعايير الخدمة تعديلا مكلفا لتقديم الخدمة لمعرفة ما إذا كانت تشجع على تطوير الخدمات المصرفية أم لا وعلى تحرير تجارتها المصرفية بما يتفق مع القوانين المصرفية المعمول بها عالميا.²
- **البيئة التكنولوجية:** يعتبر معظم القادة الإداريين وصانعي الإستراتيجية الميزة التكنولوجية بمثابة عامل رئيسي مرجح في ميدان المنافسة طالما حافظت المنظمة على موقع الريادة في التطوير والتحسين التكنولوجي المستمر لمنتجاتها وخدماتها، لذلك من الضروري معرفة التغيرات التكنولوجية في البيئة الخارجية، لأن أي تطوير أو تحسين تقني مهم في هذه التكنولوجيا له أثر مباشر على وضع المنتجات والخدمات في السوق وبالتالي على حجم الطلب المتوقع ومستوى المبيعات والأرباح ، فعندما يظهر تحسين تكنولوجي مفاجئ في منتج معين من دون أن تكون لدى المؤسسة المعنية بهذا التطور القدرة على مواكبة التحسين التكنولوجي الجديد، فمن المؤكد أن تتدهور منتجات أو خدمات هذه المؤسسة.³
- 2- **البيئة الخارجية الخاصة:** تتضمن مختلف المؤسسات والأفراد الذين يتعاملون بشكل مباشر مع البنك ويؤثرون على أدائه، كما يطلق عليها البعض من الباحثين "البيئة التنافسية" لأنها تضم من بين عناصرها أحد الكيانات المؤثرة للغاية على البنك وهي المنافسون، وفيما يلي أهم عناصر هذه البيئة الخاصة:
 - **العملاء:** يتمثل العملاء في الأفراد والهيئات التي تستهلك مخرجات البنك من الخدمات المصرفية، ويعتبر العملاء هم أساس وجود أي بنك حيث يشكلون إحدى عناصر عدم التأكد في بيئة البنك، ومن ثم يجب على البنك دراسة سلوك عملائه بدقة وذلك بهدف الوصول إلى الفهم الكامل لرغباتهم وميولهم.⁴
 - **المنافسون:** إن المنافسين وكذا الأنشطة التي يقومون بها تشكل مصادر خطورة واضحة على البنك، ولذا يجب على البنك دراسة منافسيه أي دراسة قوة المنافسين الحاليين والمتوقعين وصيغ التمويل والاستثمار المستخدمة من قبلهم وإستراتيجياتهم، وكذا درجة تحرير عمليات دخول وخروج البنوك الأجنبية.

¹: عبد العزيز صالح بن حنور، "الإدارة الإستراتيجية إدارة جديدة في عالم متغير"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص145.

²: رعد حسن الصرن، "عولمة جودة الخدمة المصرفية"، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، سوريا، 2007، صص235-236.

³: سعد غالب ياسين، "الإدارة الإستراتيجية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص71.

⁴: فرج عبد العزيز عزت، مرجع سابق، ص54.

■ **الموردون** (مصادر الأموال والخدمات المعاونة): يتمثل الموردون في المنظمات التي تقوم بمد البنك بالعوامل أو الموارد اللازمة لأداء نشاطه، وهم فئتان الأولى هي الجهات التي تعمل في السوق المصرفي مصدرا من مصادر الأموال للبنك، والثانية هي الجهات التي تمد البنك بالخدمات المعاونة المختلفة اللازمة لقيام البنك بأنشطته المختلفة، أما الموارد اللازمة فقد تكون مادية، بشرية، مالية، وإن ارتفاع تكلفة الموارد الموردة تعني في المقابل انخفاض في هامش الربح المحقق، لذا فإن إدارة البنك يقع عليها عبء البحث المستمر عن أفضل الموردين من حيث جودة المادة الموردة وسعرها، والقيام بالاتصالات اللازمة لتحقيق ذلك.¹

■ **جماعات الضغط:** مثل المساهمين، مصلحة الضرائب، وسائل الإعلام.

3- **الفرص والمخاطر التي يواجهها البنك:** تعتبر البيئة الخارجية للبنك ذات أهمية كبيرة، حيث أنها تتيح بعض الفرص التي يجب على البنك اغتنامها كما أنها تتضمن أيضا بعض التهديدات والمخاطر التي يتعين على البنك مواجهتها، ومن أمثلة تلك الفرص: زيادة معدلات النمو الاقتصادي في الدولة التي يمارس البنك أنشطته فيها، هذا بالإضافة إلى أن التكنولوجيا سوف تتيح تقديم خدمات أكثر شمولاً وبشكل أسرع وبتكلفة منخفضة مما يتيح للبنك قدرة أكبر على المنافسة.

ومن ناحية أخرى، فإن البيئة الخارجية للبنك قد تتضمن بعض التهديدات والمخاطر ومن أمثلتها:

المنافسة المتنامية والمتزايدة من قبل البنوك الخارجية أو من بعض المؤسسات المالية الأخرى غير المصرفية، كما أن التغيرات التكنولوجية قد تؤدي إلى تقليل فرص العمل في البنوك.²

ثانيًا: البيئة الداخلية: تمثل كافة العوامل الكامنة داخل نطاق المؤسسة.

1- **تقييم نقاط القوة والضعف في البيئة الداخلية للبنك:** تعرف نقاط القوة بأنها طاقات متميزة تمتلكها

المنظمة مقارنة بمنافسيها، وتكون متفوقة عليهم وهي الأساس الذي تعتمد عليه المنظمة في خلق الميزة التنافسية، أما نقاط الضعف فهي تلك الصفات التي من شأنها أن تحد من فاعلية المنظمة أمام منافسيها وتجعلها غير قادرة على التميز، لذلك فنقاط القوة والضعف تتمثل بالموجودات المادية والمهارات البشرية وما تمتلكه المنظمة من معلومات وإمكانات مالية مقارنة بالمنظمات الأخرى.³

فالتحليل الداخلي للمؤسسة المصرفية قبل صياغة الإستراتيجية الكلية والإستراتيجيات الجزئية المختلفة، أمراً ضرورياً يتطلب تحليل المتغيرات الداخلية التالية.

2- **المتغيرات الداخلية للبنك:** تتمثل هذه المتغيرات الداخلية في:⁴

1 : طارق طه، مرجع سابق، ص 112.

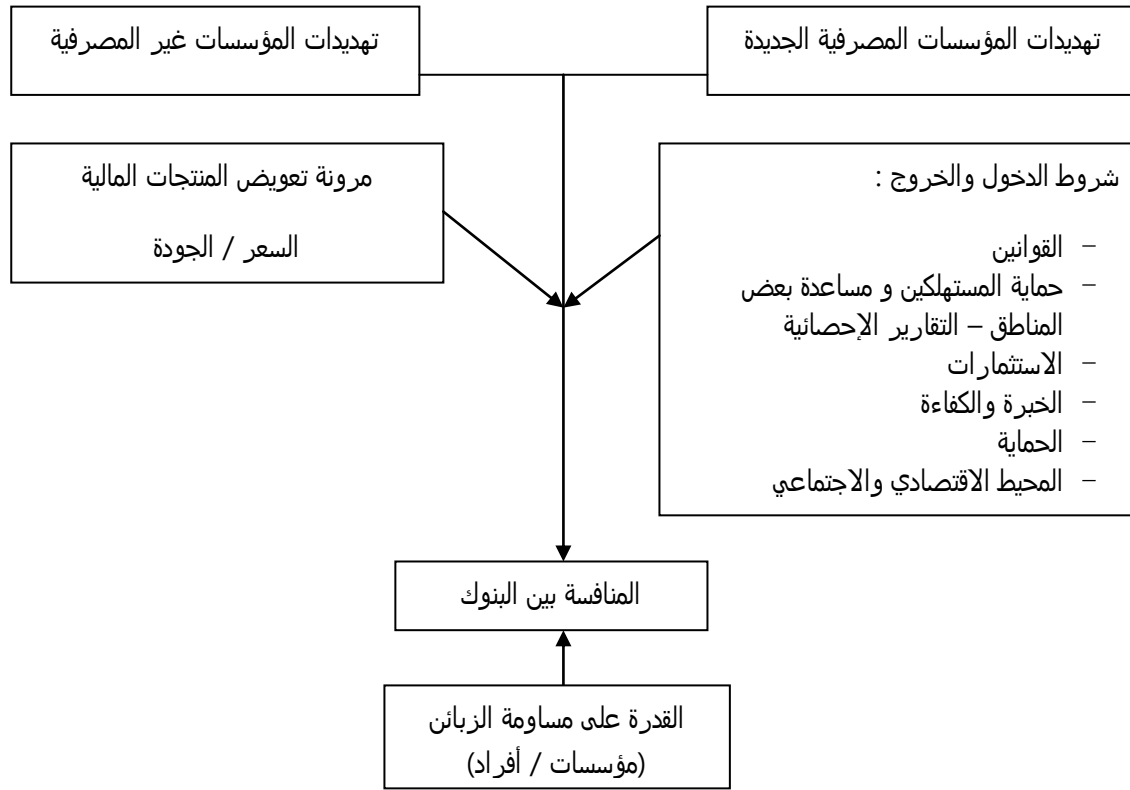
2 : فرج عبد العزيز عزت، مرجع سابق، ص 56.

3 : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، مرجع سابق، ص 81، 82.

4 : حمداوي وسيلة، مرجع سابق، ص 59-61.

- **السوق والخدمات الحالية التي يقدمها البنك :** حيث أنه من الأمور الهامة معرفة بما تتميز المنتجات والخدمات التي يقدمها البنك، كما أنه يتعين على إدارة البنك اتخاذ قرارات إستراتيجية هامة فيما يتعلق بأي الخدمات يتم تطويرها، وأيها يتم الإبقاء عليها كما هي، وأي تلك الخدمات يتم إلغاؤها، وبشكل أكثر تحديدا فإن دراسة وفحص السوق والخدمات الحالية التي يقدمها البنك تستهدف في النهاية اتخاذ قرار بشأن أي الخدمات يركز البنك عليها.
 - **الموارد المالية:** إذ يتعين إجراء دراسة دقيقة ووافية لموارد البنك المالية وذلك بهدف تقييم كيفية توزيع وتنويع تلك الموارد على استثمارات البنك المختلفة، وكذا كيفية وضع نظام لتجميع المدخرات من أجل التنمية، ثم ما هي درجة الكفاءة في الاستخدام الحالي للموارد المالية وذلك كأساس لإجراء التغييرات الممكنة بهدف الوصول إلى درجة كفاءة أعلى في استخدام تلك الموارد.
 - **عمليات البنك التشغيلية والإنتاجية :** حيث يتم دراسة وفحص العمليات التشغيلية وكذا إنتاجية البنك، وذلك بهدف اكتشاف مدى فعالية البنك لدى قيامه بتقديم الخدمات إلى عملائه من ناحية التوقيت والدقة والتكلفة والقوى العاملة المطلوبة.
 - **التكنولوجيا:** يتم بحث ودراسة التكنولوجيا المستخدمة في البنك وذلك من أجل تقييم درجة الكفاءة الحالية وكذا المتوقعة من ناحية مدى الوفرة في التكاليف وذلك كنتيجة لزيادة الاستثمارات في التكنولوجيا الجديدة.
 - **أسلوب إدارة البنك والقوى العاملة :** وأيضا يجب دراسة وفحص أسلوب الإدارة في البنك وكذا أوضاع القوى العاملة وذلك بهدف التأكد من أن العدد الكاف من المديرين ذوي الخبرات والمهارات المتميزة متوافر حاليا، أو أن هناك إمكانية لتوفير هذا العدد وذلك من أجل انجاز الأهداف المقررة وغيرها.
 - **الهيكل التنظيمي:** تتم دراسة الهيكل التنظيمي بالبنك بهدف معرفة ما إذا كان هذا الهيكل يساعد على أداء الأعمال أو يعوق إنجازها، وكذا النظر إذا ما كان يسهل عمليات الاتصال بين الوحدات والإدارات المختلفة بالبنوك.
 - **نظام المعلومات بالبنك:** يجب دراسته للحكم عما إذا كان هذا النظام يستطيع توفير المعلومات المناسبة والمطلوبة في التوقيت والمكان الذي تطلب فيه من الشخص الذي يحتاجها، بحيث يستطيع اتخاذ القرارات المناسبة.
 - **نظام خدمة العميل :** يتم دراسة النظام وذلك لتقييم أولا: الوقت الذي تستغرقه الخدمة للعميل، وثانيا: تكلفة تأدية تلك الخدمة وثالثا: ما هي احتمالات تطوير وتحسين الخدمات التي تقدم لعملاء البنك.
- والشكل الموالي يقدم بعض أهم العوامل القادرة على التأثير في الهيئة المصرفية وفي زيادة حدة المنافسة.

شكل رقم (5): أهم العوامل القادرة على التأثر في البيئة المصرفية وفي حدة المنافسة



المصدر: رجال فؤاد، "تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك وأثرها على القطاع المصرفي الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2006/2005، ص68.

وفيما يلي حالات عدم التأكد البيئي للمؤسسات المصرفية

إن كسر عوائق الدخول وبالتالي دخول منافسين جدد للصناعة المصرفية يؤدي إلى ازدياد حدة المنافسة وهذا ما يؤدي بدوره إلى تغيير البيئة التي تعمل في ظلها البنوك، فأصبحت تتسم بعدم الاستقرار وهو ما يطلق عليه بعدم التأكد البيئي، "حيث يشير إلى درجة التغيير والتعقد في البيئة التي يعمل بها البنك. وتشير درجة التعقد البيئي إلى عدد الكيانات التي تشكل بيئة البنك ومدى المعرفة المتوفرة حول تلك الكيانات، فكلما زادت مكونات البيئة احتاج البنك إلى قدر أكبر من المعرفة المطلوب توفيرها حول هذه الكيانات، أما درجة التغيير البيئي فتشير إلى عدم الاستقرار في البيئة التي تعمل بها البنوك".¹

ونوضح عدم التأكد البيئي للبنوك من خلال الشكل التالي:

¹ : طارق طه، مرجع سابق، ص 113.

شكل رقم (6) : حالات عدم التأكيد البيئي لهيئات المصرفية

بسيطة	B	A	معقدة
درجة	درجة مرتفعة نسبيا من عدم التأكيد البيئي	درجة منخفضة من عدم التأكد البيئي	
التعقد	D	C	
متحركة	درجة شديدة الارتفاع من عدم التأكد البيئي	درجة مرتفعة من عدم التأكد البيئي	مستقرة

درجة

المصدر: طارق طه، مرجع سابق، ص 115.

الوضع A: درجة منخفضة من عدم التأكيد البيئي ، فبيئة البنك هنا مستقرة نظرا لوجود عدد قليل من المنافسين والحاجة إلى توفر معلومات عنهم لا تكون مرتفعة فبيئة المصرفية تكون بسيطة التعقيد وقليلة التغير.

الوضع B: درجة مرتفعة نسبيا من عدم التأكيد البيئي ، وهنا بيئة البنك تتسم بالحركية نظرا لوجود تطور متواصل في التكنولوجيا مع عدد قليل من المنافسين ، فالبيئة المصرفية تكون بسيطة التعقيد ومرتفعة التغير.

الوضع C: درجة مرتفعة من عدم التأكيد البيئي، وهنا بيئة البنك تكون مستقرة حيث لا يوجد تطور تقني كبير لكنها معقدة حيث تضم كيانات عديدة وبالأخص دخول منافسين جدد، فالبيئة المصرفية هنا مرتفعة التعقد وقليلة التغير.

الوضع D: درجة شديدة الارتفاع من عدم التأكيد البيئي، حيث أن بيئة البنك هنا غير مستقرة وتتصف بالحركية نظرا للتطور التكنولوجي الكبير وكذلك هي شديدة التعقد من حيث عدد المنافسين وتنوعهم ، فالبيئة المصرفية مرتفعة التعقد وكذلك مرتفعة التغير.

المطلب الثالث: الأهداف الأساسية للمصرفية

تمثل أهداف البنك النتائج المحددة التي يسعى لتحقيقها خلال فترة معينة، ويختار البنك الأهداف المناسبة له بين مجموعة من الأهداف في ظل إمكانياته وقدراته، والإستراتيجية التي يهدف إلى تحقيقها، وغير ذلك من المؤثرات الخارجية والتي توجه قراراته ، وقد أصبحت الأهداف الكمية وحدها غير كافية في الفترة الحالية لإبراز نجاح البنك، حيث أصبح إشباع احتياجات العملاء وإرضائهم ذو أهمية بالغة،

فالأهداف النوعية من بين الأهداف الأساسية في ظل السوق والمنافسة، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم هذه الأهداف والتي تؤثر على تشكيل الاستراتيجيات التي تتبعها المؤسسات المصرفية كما يلي:

الفرع الأول: تعظيم الربحية في البنوك

تهدف البنوك إلى تعظيم إيراداتها الصافية (الأرباح) وإلى الضغط على تكاليفها عبر تسيير محكم لميزانيتها، حيث تمثل الربحية هدف أساسي لجميع المنظمات وضروري لبقائها، وهو هدف لكل مستثمر فضلا عن كونه مؤشرا يهتم به الدائنون و أداة لقياس كفاءة الإدارة في استخدام الموارد المتاحة، وهناك أهداف أخرى ثانوية يتم من خلالها الوصول إلى تحقيق الربحية مثلا: زيادة عدد الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، زيادة عدد فروع البنك، خفض نفقات التشغيل المصرفي، تكثيف الجهود الترويجية... الخ.

الفرع الثاني: زيادة نصيب البنوك في السوق

يعتبر هدف تحقيق الحصة السوقية في ظل ظروف المنافسة السائدة هام جدا بالنسبة للمؤسسات المصرفية التي تسعى دائما إلى زيادة رقم مبيعاتها في السوق عبر تحسين خدماتها ومنتجاتها وذلك من أجل الحصول على مزايا تنافسية أخرى، وتحاول البنوك دائما كسب نصيب أكبر عبر تحسين قدراتها وإمكاناتها وطاقاتها الإبداعية لخلق خدمات جديدة تميزها عن بقية البنوك¹، فالحصة السوقية هي المكانة أو الموقع الذي تحتله المؤسسة في ظروف تحقق فيها النجاح المتوقع دائما، حيث تمثل الحصة السوقية مجموع المبيعات التي تحققها سلعة ما، وبالتالي تجعل المنظمة ذات قوة كبيرة في السوق والحصول على مكان أوسع بالنسبة للمنظمات الأخرى.²

الفرع الثالث: هدف النمو

يعتبر هدف النمو من أهم أهداف أي مؤسسة، ترغب في الاستمرار والتوسع ومواجهة المنافسة، فإذا سألت مديرا من المديرين كيف ينظر إلى مؤسسته لعدة سنوات مقبلة تكون الإجابة النمو والكبر في الحجم، ويعبر عن النمو بعدة مقاييس منها: النمو في المبيعات، النمو في الأرباح، النمو في الأصول، النمو في النصيب في السوق، النمو في عدد العاملين، أهداف النمو المستقر، أهداف النمو المرتفع، أهداف النمو المنخفض.³

الفرع الرابع: هدف البقاء والاستمرار

تسعى معظم المؤسسات إلى تحقيق البقاء والاستمرار في الأجل الطويل، وليس معنى البقاء هو استمرار النمو على وتيرة واحدة طوال فترة حياة المؤسسة، فقد تواجه المؤسسات أثناء حياتها بفترات تحقق فيها

¹ : حمداوي وسيلة، مرجع سابق، ص 56.

² : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، مرجع سابق، ص 136.

³ : سعد بحيري، "التخطيط الاستراتيجي"، ورقة عمل مقدمة في ندوة "قياس الأداء في المنظمات الحكومية-مدخل قائمة قياس الانجاز المتوازنة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص ص 277، 278.

نموا كبيرا ثم بفترات أخرى ينخفض حجم أعمالها وقد تحقق بعض الخسائر، ثم تتطلق مرة أخرى وتحقق قدرا كبيرا من النمو والانتشار على المستوى الإقليمي والدولي ، وبقاء المؤسسة واستمراريتها يتوقف على هيكل علاقتها مع أعضائها وقدرتها على التكيف مع البيئة المحيطة وعلى الإستراتيجيات التي اتبعتها.¹

الفرع الخامس: هـــــــدف الجـــــــودة

"الجودة" جودة السلع أو الخدمات" تعني الأفضل والأحسن وبالشكل الذي يتحقق معه تلبية الرغبات أو المتطلبات من خلال مضامين ومواصفات تحقق ذلك".² فعندما ازدادت حدة المنافسة بين المؤسسات وازداد التوجه نحو العولمة وكذلك تزايد غزو المؤسسات الأجنبية للأسواق العالمية أكثر فأكثر نتيجة العدد الهائل من فرص الربحية المتاحة أمامها، غيرت المؤسسات من أسبقياتها التنافسية، فبعد أن كانت هذه المؤسسات تسعى إلى تحقيق هدف واحد وهو تحقيق الأرباح عن طريق تدنية تكاليف الإنتاج، ظهرت الحاجة إلى أهداف أخرى تحقق من خلالها المؤسسة التميز على منافسيها وهو هدف الجودة، حيث اعتمدت على التركيز على إنتاج منتجات عالية الجودة للتنافس وزيادة حصتها السوقية وتحسين الربحية.³ فالجودة تعتبر أحد الأهداف الأساسية للبنك حيث تعطي له ميزة تنافسية تجعله يتفوق عن الآخرين.

الفرع السادس: هـــــــدف الإبـــــــداع

لا يمكن تطوير النتائج الاقتصادية للمؤسسة المصرفية دون خلق أو إبداع منتجات أو خدمات جديدة أو إدخال تنظيمات جديدة. وترجع أهمية تحديد أهداف البنك التجاري إلى تأثيرها على تشكيل السياسات وتحديد الإستراتيجيات، وإذا كان لكل مؤسسة مجموعة أهداف تشكل سبب وجودها، قد يأتي في مقدمتها على المدى القصير "رضا العميل" وعلى المدى المتوسط "النمو والمردودية" ويظل البقاء، الاستمرارية وتحقيق التميز في الأداء" هدف المؤسسة على المدى الطويل فإنه لتحقيق تلك الأهداف لابد من إستراتيجية تأخذ بعين الاعتبار كل متغيرات البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.

المطلب الرابع: الإستراتيجيات المصرفية الأساسية

الإستراتيجية المالية والمصرفية إنما تمثل الإطار العام لعملية تنظيم الأفكار لمواجهة حالات المخاطر وعدم التأكد ودراسة وتحليل الفرص المتاحة في البيئة المالية والمصرفية والسعي لاستخدام الكفاءة المميزة للاستفادة من الموارد المتاحة للمؤسسة، وعليه فهي تهتم بدراسة وتحليل العلاقة بين المنظمة

¹ : المرجع السابق، ص281.

² : فليح حسن خلف، "اقتصاديات الأعمال"، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص381.

³ : عواطف ابراهيم الحداد، "إدارة الجودة الشاملة"، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص21.

والبيئة التي تعمل فيها، وذلك لمواجهة التهديدات المصرفية والسعي لاستثمار الفرص التي تعزز من الموقف التنافسي لها من أجل تحقيق البقاء والاستمرار والنمو. وسنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الإستراتيجيات المصرفية الأساسية، حيث اتفق معظم الباحثين في الميدان المالي والمصرفي على وجود إستراتيجيتين أساسيتين لمواجهة المنافسة بين البنوك، تتمثل فيما يلي:

الفرع الأول: الإستراتيجية الأولى

تتركز هذه الإستراتيجية على المنافسة السعرية بين البنوك التي تستند إلى دفع معدلات فائدة أعلى على الودائع المختلفة، وتعد إستراتيجية المنافسة السعرية أو ما يعرف بالتميز السعري، في ظل المنافسة الحالية، من بين الإستراتيجيات الفعالة في جذب الودائع.

وترتكز المنافسة السعرية على السعر، وتتجلى في سعي المتنافسين إلى كسب حصص أكبر في السوق البنكي عن طريق تخفيض الأسعار، وذلك فيما يتعلق مثلا بالعمولات أو الفوائد المفروضة على القروض، كما تكون هذه المنافسة أيضا عن طريق الرفع من أسعار الفوائد الممنوحة على الودائع¹.

الفرع الثاني: الإستراتيجية الثانية

تسعى هذه الإستراتيجية إلى تقديم مجموعة من الخدمات المصرفية الجيدة بأسعار تنافسية، وذلك لجذب العميل وتحفيزه على إيداع أمواله لديها، ويقوم التنافس بين البنوك على هذه الخدمات من ناحية السرعة والدقة وانخفاض التكلفة ومن أبرز الخدمات المصرفية التي تتنافس عليها البنوك ما يلي:

* تحصيل مستحقات المودعين: كتحويل الشيكات ووسائل السداد الأخرى كالحوالات الداخلية والكمبيالات...إلخ.

وتعتبر هذه الخدمة من أهم الخدمات المصرفية التي تمثل مجالا للمنافسة بين البنوك، وتتمثل هذه المنافسة في السرعة في تحصيل مستحقات العميل، ونسبة مصروفات التحصيل التي يتحملها العميل.

* سداد المدفوعات نيابة عن العميل: مثل سداد قيمة الشيكات التي حررها المودع لصالح الغير أو سداد بعض المطلوبات الأخرى المستحقة عليه مثل فواتير التليفون، أقساط الإيجار...إلخ.

وتتمثل إستراتيجيات المنافسة في هذا المجال في مدى استعداد البنك لقبول فكرة سداد مستحقات العميل بمقتضى فواتير، ومدى استعداده لسماع العميل بتحرير شيكات بدون رصيد، وكذلك نسبة المصروفات التي سوف يتحملها العميل في مقابل تلك الخدمات.

* استحداث أنواع جديدة من الودائع مثل شهادات الإيداع التي استحدثت لأول مرة في الستينات، والتي تعتبر نوع من الودائع لأجل، فكلما نجح البنك في إدخال أنواع جديدة من الودائع يقبل عليها المودعين، كلما كان ذلك مؤشرا على قدرته على الابتكار مما يشجع المودعين على التعامل معه.

¹ : حمداوي وسليمة، مرجع سابق، ص 57.

- * سرعة أداء الخدمة: حيث أسهم التطور التكنولوجي في ميدان البنوك في تحسين مستوى الخدمة والاقتصاد في الوقت والتكاليف التي تنطوي عليها عملية التحصيل والصرف والإيداع ومن أهم الابتكارات التي أدخلت إلى البنوك وساهمت في تحسين خدماتها نظام التحويل الإلكتروني مثل جهاز الصرف الذي يسهل عملية صرف المبالغ المطلوبة بسرعة وبتكلفة أقل ودون الحاجة إلى تحرير الشيكات.
- والتكنولوجيا الحديثة رغم أهميتها، لا تعتبر الوسيلة الوحيدة لضمان سرعة أداء الخدمة، فالعنصر البشري له دور مميز في رفع كفاءة أداء الخدمة المصرفية.
- * اختيار الموقع الملائم للبنك وتوسيع دائرة انتشاره أو إنشاء وحدات للصرف الآلي، وكذلك اختيار ساعات العمل اليومي لتسهيل عمليات السحب والإيداع في الأوقات المناسبة للعميل.
- * تقديم مزايا متنوعة للعملاء مثل إقراضهم بمعدلات منخفضة أو إعطائهم الأولوية في الإقراض.
- * إدارة محفظة الأوراق المالية للعميل: حيث تعتبر كفاءة البنك في تنفيذ تعليمات العميل الخاصة بشراء وبيع الأوراق المالية بما يحقق له أكبر قدر من الأرباح، وكذلك مدى انخفاض نسبة العمولة التي يحصل عليها البنك. وهي من أهم الإستراتيجيات المستعملة للحفاظ على العملاء الحاليين وتشجيع العملاء المحتملين على التعامل مع البنك.
- * تقديم خدمات غير مصرفية: مثل تقديم خدمات استشارية في مجال الاستثمار، وكلما توسع البنك في تقديم مثل هذه الخدمات تزداد قدرته على جذب عملاء جدد.
- * الاعتمادات وخطابات الضمان: حيث كلما توسع البنك في سياسة فتح الاعتمادات، بمعنى إعطاء العميل الحق في الاقتراض في حدود مبلغ معين لمدة معينة، وكذلك إصدار خطابات الضمان أي التعهد بقبول دفع مبلغ معين نيابة عن العميل لفترة معينة وتزداد قدرة البنك على جذب عملاء جدد.¹

¹ : المرجع السابق، ص ص57-59.

المبحث الرابع: الأداء في الصنـــــــاع المصـــــــرفية

تهدف المؤسسات على اختلافها إلى تحقيق الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة، وذلك بما يرفع معدلات نموها الاقتصادي، ولهذا أعطي لمعدلات الأداء أهمية بالغة خاصة في المؤسسات الصناعية، إلا أن هذه المعدلات صعبة القياس في المؤسسات الخدمية كالبنوك مثلا، وبالرغم من ذلك فقد اكتسب موضوع تقييم أداء البنوك التجارية أهمية خاصة نظرا للدور المتميز الذي تلعبه هذه البنوك في الاقتصاد، وسنتطرق في هذا المبحث إلى مفاهيم ومنطلقات أساسية حول تقييم أداء المؤسسات المصرفية، كما نتطرق إلى مؤشرات تقييم الأداء وهي مؤشر الكفاءة المصرفية، مؤشر الربحية، نموذج القيمة الاقتصادية المضافة.

المطلب الأول: تقييم الأداء مفاهيم ومنطلقات أساسية

يعتبر الأداء واحدا من المؤشرات الهامة عن مدى نجاح المنشأة وفعاليتها في استغلال الموارد الإنتاجية المتاحة لها، لذا سنتناول في هذا المطلب مفهوم تقييم الأداء وأهميته، وكذا أهدافه والمراحل التي تمر بها عملية تقييم الأداء، وأيضا ركائزه والمقومات الأساسية لنظم تقييمه.

الفرع الأول: تقييم الأداء في المؤسسات المصرفية، مفهومه وأهميته

نتناول في هذا الفرع مفهوم الأداء، ثم مفهوم تقييم الأداء وكذا أهمية عملية تقييم الأداء كما يلي:

أولاً: مفهوم الأداء: يعرف الأداء بأنه "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها".¹

أما Pollitt "فقد عرف الأداء من خلال معايير الفاعلية والكفاءة الاقتصادية وقد بين أن هذه المعايير لا يمكن تحقيقها معا لأن من المحتمل أن يؤدي تعظيم الجانب الاقتصادي إلى التقليل من الفاعلية، ولتحقيق الكفاءة الأعلى من المحتمل أن يكون هنالك إنفاق أكثر".²

ثانياً: مفهوم تقييم الأداء: تحصل البنوك التجارية على مواردها المالية من مصادرها، وتقوم بتوزيعها

على استخداماتها بشكل منظم يضمن لها أكبر عائد، هذا الأخير يختلف من بنك إلى آخر نتيجة لعدة

اعتبارات منها اختلاف العمليات المصرفية وكذا السياسات والإستراتيجيات المتبعة، أي أن هناك بنوكا

ذات أداء مرتفع وأخرى منخفضة الأداء، وعلى هذا الأساس وجدت مفاهيم مختلفة لتقييم الأداء:

حيث يعرف بأنه: "مقارنة الأداء الفعلي (الإنجازات التي تمت) بالمعايير الموضوعه مسبقا والقيام بعملية

تحليل الانحرافات إن وجدت بين الأداء الفعلي والمعايير الموضوعه، وبالتالي يشكل تقييم الأداء الحلقة

الأخيرة في العملية الإدارية"³

¹ : فلاح حسن عداي الحسيني، "الإدارة الإستراتيجية"، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص231.

² : أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص ص221، 222.

³ : زهير ثابت، "تقييم أداء الشركات والأفراد"، دار قباء، مصر، 2001، ص15.

وبصورة أدق فإن تقييم الأداء هو: "عملية شاملة تستخدم فيها جمع البيانات المحاسبية وغيرها، للوقوف على الحالة المالية للمصرف وتحديد الكيفية التي أديرت بها موارده خلال فترة زمنية معينة".¹ كما ينظر إلى تقيـم الأداء "كونه جميع العمليات والدراسات التي ترمي لتحديد مستوى العلاقة التي تربط بين الموارد المتاحة وكفاءة استخدامها من قبل الوحدة الاقتصادية مع دراسة العلاقة المذكورة خلال فترات زمنية متتابة أو فترة زمنية محددة عن طريق إجراء المقارنات بين المستهدف والمتحقق من الأهداف بالاستناد إلى مقاييس ومعايير معينة".² وتجدر الإشارة إلى أن نجاح مهمة التقييم تكمن في اختيار المؤشرات المناسبة وترتيبها حسب أهميتها، فقد يركز البعض على معايير الكفاءة الاقتصادية للمنشأة فيما يركز آخرون على معايير أخرى.

ثالثا: أهمية تقييم الأداء: لتقييم الأداء أهمية كبيرة في جميع المؤسسات، يمكن إيجازها في الآتي:

- اكتشاف الانحرافات ومعرفة أسبابها، لكي تتخذ الإجراءات التصحيحية منعا لتكرارها بحيث يتم اكتشاف الانحرافات لكل نشاط من أنشطة المؤسسة.
- ترشيد الإنفاق عن طريق متابعة كيفية استخدام المؤسسة المصرفية لمواردها المتاحة، وهل كان هذا الاستخدام بدون هدر أو ضياع، وهل للمؤسسة طموح لتحقيق ما هو أعلى وأكثر اتساعا، ومدى الأهداف المرسومة من خلال الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية المتاحة، ومن ثم إسهام المصرف التجاري في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تحقيق أكبر قدر من العوائد بأقل التكاليف.
- التأكد من تحقيق التنسيق بين مختلف أوجه نشاط المشروع المتمثلة في الإنتاج والتسويق والتمويل والأفراد، وذلك ضمانا لتحقيق الوفورات الاقتصادية لتلافي الضياع الاقتصادي والإسراف المالي.³
- يعمل على إيجاد نوع من المنافسة بين الأقسام المختلفة في المصرف التجاري، مما يسهم في تحسين مستوى الأداء فيه.
- إجراء عملية تقييم الأداء بشكل مستمر يعزز الثقة في البنوك من جهة ويحمي حقوق المودعين من جهة أخرى.
- تقييم الأداء وتطويره يؤدي إلى تحسين مستوى النشاط المصرفي ويعمل على إيجاد جهاز مصرفي فعال قوي يتماشى مع التغيرات والتطورات الحاصلة في البيئة المصرفية.⁴

1 : سيد محمد جاد الرب، "إستراتيجيات تطوير وتحسين الأداء"، حقوق النشر والطبع محفوظة للمؤلف، مصر، 2009، ص53.

2 : مجيد محمود الكرخي، "تقويم الأداء باستخدام النسب المالية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص31.

3 : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، مرجع سابق، ص232.

4 : عبادي محمد، سيلم حمود، "استخدام المؤشرات الدولية لقياس الأداء والفعالية في البنوك التجارية الجزائرية"، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي

حول "أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة"، جامعة المسيلة، الجزائر، يومي 10-11 نوفمبر 2009، ص58.

الفرع الثاني: تقييـم الأداء في المؤسسات المصرفية، أهدافه والمراحل التي يمر بها.

إن عملية تقييم الأداء تخدم أغراضا عديدة، ويفيد كل من المنظمة والعاملين لذا نحاول أن نستعرض أهداف تقييم الأداء في البنوك التجارية، كما نعرض المراحل التي تمر بها عملية تقييم الأداء.

أولا: أهداف تقييم الأداء: يمكن عرض أبرزها كما يلي:¹

-متابعة تنفيذ أهداف البنك التجاري المحددة مسبقا.

-الكشف عن مواطن الضعف والخلل في نشاط البنك وإجراء تحليل شامل لها مع وضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها والعمل على تلافي الوقوع في الأخطاء مستقبلا.

-بيان مدى كفاءة استخدام البنك للموارد المتاحة بالصورة المثلى وتحقيق أقصى عائد ممكن وبأقل تكلفة ممكنة في ضوء الموارد المتاحة تلك.

-توفير البيانات والمعلومات الإحصائية عن نتائج تقييم الأداء في البنوك إلى الأجهزة الرقابية مما يسهل عملها ويمكنها من إجراء المتابعة الشاملة والمستمرة لنشاط الـ بنك لضمان تحقيق الأداء الأفضل والمتناسق.

-تقديم قاعدة بيانات ومعلومات عن أداء البنك، تساعد على وضع السياسات والدراسات والبحوث المستقبلية التي تعمل على تحسين أنماط الأداء ورفع كفاءته.

ثانيا: المراحل التي تمر بها عملية تقييم الأداء: نجملها بالآتي:

1- جمع البيانات والمعلومات الإحصائية : حيث تتطلب عملية تقييم الأداء توفير البيانات والمعلومات والتقارير والمؤشرات اللازمة لحساب النسب والمعايير المطلوبة لعملية عن نشاط المنشأة، والتي يمكن الحصول عليها من حسابات الإنتاج والأرباح والخسائر والميزانية العمومية وغير ذلك.

2- تحليل ودراسة البيانات والمعلومات الإحصائية : للوقوف على مدى دقتها وصلاحيتها لحساب المعايير والنسب والمؤشرات اللازمة لعملية التقييم، وقد يتم الاستعانة ببعض الطرق الإحصائية لتحديد مدى الموثوقية بهذه البيانات.

3- إجراء عملية التقييم : باستخدام المعايير والنسب الملائمة للنشاط الذي تمارسه الوحدة الاقتصادية على أن تشمل عملية التقييم النشاط العام للوحدة أي جميع أنشطة مراكز المسؤولية فيها بهدف التوصل إلى حكم موضوعي ودقيق يمكن الاعتماد عليه.

4- اتخاذ القرار المناسب عن نتائج التقييم: في كون نشاط الوحدة المنفذ كان ضمن الأهداف المخططة وإن الانحرافات التي حصلت في النشاط قد حصرت جميعها، وأن الحلول اللازمة لمعالجة هذه الانحرافات قد اتخذت وأن الخطط قد وضعت للسير بنشاط الوحدة نحو الأفضل في المستقبل.

¹ : نصر حمود مزنان فهد، "أثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص31.

5- تحديد المسؤوليات ومتابعة العمليات التصحيحية للانحرافات : التي حدثت في الخطة الإنتاجية وتزويد الإدارات التخطيطية والجهات المسؤولة عن المتابعة بالمعلومات والبيانات التي نتجت عن عملية التقييم للاستفادة منها في رسم الخطة القادمة وزيادة فعالية المتابعة والرقابة.¹ وفي السياق نجد هناك عدة أنواع لتقييم الأداء أهمها:²

1- النوع الأول: ويعتمد على مقارنة النتائج الفعلية بالمعدلات الموضوعية، ويتطلب هذا النوع من التقييم وجود معدلات معيارية وذلك بهدف تحديد الانحرافات عن هذه المعدلات وتحليلها، وتحديد أسبابها وبالتالي تحديد المسؤولية عنها واتخاذ وسائل العلاج اللازمة.

2- النوع الثاني: ويعتمد على مقارنة نتائج التنفيذ الفعلي بعضها ببعض، ويتم هذا النوع من التقييم على أساس المقارنة الزمانية أو المقارنة المكانية ويهدف إلى اكتشاف الانحرافات وتحليلها.

الفرع الثالث: تقييـم الأداء في المـؤسـسات المـصرفية، ركائزها و المقومـات الأساسية لنظم تقييمه

كي يتسنى لنظام تقييم الأداء المتبع في البنوك التجارية تحقيق أهدافه وبصورة كفلة لابد أن تتوافر فيه عدة ركائز أساسية ومقومات نتناولها كما يلي:

أولاً: ركائز تقييم الأداء في البنوك التجارية: وهذه الركائز هي:³

- التحديد الدقيق لأهداف البنك التجاري في مختلف المجالات.
- وضع الخطط التفصيلية في كل هذه المجالات مع مراعاة التنسيق بينها في ضوء الخطة العامة للبنك.
- التحديد الواضح لمراكز المسؤولية الإدارية لإمكان المساءلة عن أوجه القصور، والإثابة عن النجاح.
- الاختيار السليم لمؤشرات تقييم الأداء، وتحديد معدلاتها القياسية على أسس علمية دقيقة.
- إنشاء وتطوير نظم المعلومات الإدارية بما يكفل اتخاذ القرارات الصائبة وتصحيح مسارات الأداء في الوقت المناسب.

ثانياً: المقومـات الأساسية لنظم تقييم الأداء في البنوك التجارية: أهمها ما يلي:⁴

- أن يكون نظام تقييم الأداء شاملاً ويغطي جوانب الأداء كافة في البنك.
- أن يعكس الوضوح في تبيان النواحي الكيفية للأداء بجانب النواحي الكمية، كذلك يجب أن يعكس الترابط بين الوظائف الإدارية المختلفة في البنك.

1 : مجيد محمود الكرخي، مرجع سابق، ص39.

2 : عمرو حامد، "قياس و تقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي"، ورقة عمل مقدمة في ملتقى "تقييم الأداء المؤسسي في الوحدات الحكومية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص332.

3 : صلاح الدين حسن السبسي، "نظم المحاسبة والرقابة وتقييم الأداء في المصارف والمؤسسات المالية"، دار الوسام للطباعة والنشر، لبنان، 1998، ص243.

4 : نصر حمود مزان فهد، مرجع سابق، ص ص34، 35.

- أن يحقق الترابط بين أهداف البنك محل التقييم وأهدافه، مع ضرورة تعرف القائمين والعاملين بالبنك على المؤشرات وأهداف النظام بما يكفل توافر الرغبة في تقبل نتائجه.
- الاستمرار على تطبيق نظام تقييم الأداء، بمعنى عدم الاقتصار على مدة زمنية معينة، بل يجب أن يتسم هذا النظام بالدورية والانتظام في مدة زمنية قصيرة لمواجهة الانحرافات قبل استفحال آثارها.
- أن يتمكن من الوصول إلى نتائج إيجابية في تحسين الأداء ورفع الكفاءة الاقتصادية، من خلال توضيحه لمسارات الأداء السليمة فيما بعد.

المطلب الثاني: مؤشرات تقييم الأداء

مؤشرات تقييم الأداء هي أدوات وأساليب إحصائية يمكن بواسطتها تقدير درجة نجاح أو مدى قيام البنك بتحقيق الأهداف التي يعمل من أجلها، ففي هذا المطلب نحاول أن نعطي تعريفات مختلفة لمؤشرات تقييم الأداء كما نتطرق إلى تطور هذه المؤشرات في المؤسسات المصرفية.

الفرع الأول: تعريف مؤشرات تقييم الأداء

المؤشر هو علاقة بين عنصرين، تفيد هذه العلاقة في تقييم الأداء الكلي للمؤسسة وأنشطتها الداخلية، وقد يكون مؤشرا كلياً أو جزئياً (بالنسبة للمؤسسة)، فعلياً أو مخططاً (نوع التقييم)، عينا أو نقدياً (مجال التقييم)، ويجب أن يكون لكل مؤشر معدل خاص به حتى يكون المؤشر ذا مدلول وليس رقماً مبهماً.¹ أما مؤشرات تقييم الأداء: فهي نسب تعبر عن علاقة رياضية بين متغيرين لها مدلول وتفسير وهي أداة تحليل توفر للمحلل في معظم الأحوال مفاتيح الاستدلال والمعرفة، وتحليلها وتفسيرها بشكل سليم يدفع المحلل إلى المجالات التي تحتاج إلى المزيد من البحث والاستقصاء، وهي أداءات ذات توجه مستقبلي، أي أن المحلل يكون قادراً على تسوية وضبط الأمور المتصلة أو الموجودة في علاقة ما لتتلاءم مع شكلها وحجمها المحتمل في المستقبل، وعلى ذلك فإن جدوى النسب المالية تعتمد على تفسيرها بذكاء ومهارة، وهو ما يمثل الجانب الأصعب في تحليل النسب.² فتقييم أداء البنك هي السياسة التي تتخذ لتقدير مدى تحقيق الإدارات المختلفة ومراكز المسؤولية فيه للأهداف المحددة مقدماً والوقوف على الانحرافات وتفسير أسبابها وتحديد أوجه التصحيح المناسبة لها. أما مؤشرات الأداء ما هي إلا وسيلة لتزويد المستويات الإدارية بوسائل تكفل قياس الأداء واكتشاف الانحرافات وتحليل أسبابها، وتعمل على تشجيع الانحرافات الموجبة وتصحيح الانحرافات السالبة.

¹ : حسين علي خشارمة، "تقييم أداء شركات القطاع العام في الأردن من وجهة نظر الشركات نفسها والأجهزة المسؤولة عنها -دراسة ميدانية-"، دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد 02، الأردن، 2002، ص300.

² : شرون رقية، "تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية من خلال تحليل العائد والمخاطر دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري (1995-2004)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2006/2007، صص 59، 60.

³ : لمياء شهبون، "معايير تقييم الأداء المصرفي في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2006/2007، ص71.

الفرع الثاني: تطوــــر مؤشــــرات تقــــيميــــة الأداء في البنــــوك

لقد تطورت مؤشرات الأداء في البنوك بشكل عام، وذلك تبعاً للتطور التقليدي لشتى فروع المعرفة، إذ يعد تقييم الأداء ودراسة مؤشرات امتداداً للتطور في الرقابة المالية، وهو بعد رقابي حديث تبلور من خلال الخبرات والتجارب يتعلق بمدى تحقق الأهداف وحسن استخدام الموارد لتحقيق هذه الأهداف، وقد اهتم الباحثون في مجال البنوك بمتابعة ما يتعلق بتطورات مؤشرات الأداء، وبشكل تقليدي فقد ظهرت الإيرادات بوصفها مؤشراً للأداء أي اتخاذ الأرباح المحاسبية سبيلاً للتقويم ومقياساً لأداء الوحدات الاقتصادية، ومع ظهور الانتقادات على هذا المؤشر من حيث أنه لا يراعي الموارد المتاحة (الموجودات)، فقد ظهر مؤشر آخر هو معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، ومع استمرار الجدل حول مدى كفاية هذه المؤشرات للحكم على كفاءة البنوك وأنها لا تكفي للحكم على مؤسسة أو بنك معين، إذ أن الأرباح المحاسبية لا تكفي لتكون سبيلاً للتقويم ومقياساً لأداء الوحدات الاقتصادية، وذلك لاعتمادها الكبير على التقديرات في قياس الأرباح المحاسبية، وعليه فقد برز توجه يشير إلى ضرورة استخدام مؤشرات أخرى سواء جديدة أو مكتملة لمؤشرات الأرباح، وبناءً على ذلك فقد قامت بعض الشركات الأمريكية المختصة في مجال الاستشارات المالية بالترويج لمعايير جديدة مثل القيمة المضافة، ومعدل العائد النقدي وغيرها.¹

المطلب الثالث: مؤشــــر الكفــــاءة المــــصرفية

تحتل الكفاءة المصرفية حالياً أهمية كبيرة لدى الاقتصاديين وذلك لأنه عن طريقها يتم تقييم أداء المؤسسات المصرفية الفردية، وأداء الصناعة المصرفية ككل، وبالرغم من أهمية موضوع الكفاءة إلا أن وضع إطار لمفهومها في المؤسسة المصرفية مازال أمراً صعباً حيث تعددت مفاهيم وأساليب قياسها، ومن أجل التوصل إلى مفهوم الكفاءة وطرق قياسها سناول من خلال هذا المطلب بداية التطرق إلى مفهوم الكفاءة المصرفية، ثم أنواعها، وأخيراً صعوبة قياسها في المؤسسات المصرفية.

الفرع الأول: مفهــــوم الكفــــاءة المــــصرفية

تختلف الآراء ووجهات النظر حول تحديد مفهوم الكفاءة وذلك باختلاف الجهة الباحثة، فالكفاءة الاقتصادية لدى الاقتصاديين غيرها لدى متخذي القرار أو المحاسبين، والكفاءة الاقتصادية لمنشأة معينة أو صناعة معينة تتأني باختيار مجموعة مثلى لمدخلات معينة، ونجاح المنشأة بإنتاج أعلى مستوى من المخرجات من تلك المدخلات، وبغياب الصفة الاقتصادية تصبح الكفاءة موضوعاً غامضاً قد يعني تحقيق الأهداف أيأ كانت.²

¹ : إبراهيم عبد الحليم عبادة، "مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية"، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص163.
² : سرمد كوكب الجميل، "تقويم كفاءة العملية المصرفية-تعينة الموارد وتوزيعها في مصرف الرافدين للفترة 1965-1983"، مجلة تنمية الرافدين، العدد 26، العراق، 1989، ص78.

وتعرف الكفاءة لغة على أنها "الحالة التي يكون فيها الشيء مساويا لشيء آخر"، وأما اصطلاحاً فقد ورد تعريفها على أنها " الطريقة المثلى لاستعمال الموارد"، وكذلك يمكن تعريفها على أنها " القدرة على تحقيق أقصى المخرجات من مدخلات محددة أو القدرة على تحقيق الحجم نفسه باستخدام أدنى قدر من المدخلات (أدنى تكلفة ممكنة)".¹

ولا يختلف مفهوم الكفاءة في المؤسسات المصرفية عنه في المؤسسات الاقتصادية الأخرى من حيث المبدأ أو المعنى، فقد حددت الدراسات التقليدية مفهوم الكفاءة المصرفية وفق اعتبارات معينة أهمها المنافسة والاحتكار في قطاع الصيرفة، إلا أن الدراسات الحديثة كانت قد أهملت عنصر المنافسة والاحتكار في هذا القطاع، واتخذت لتأخذ أبعاداً أخرى أهمها، حجم الجهاز المصرفي وهيكل الوحدات المصرفية، وكفاءة الأداء المصرفي.²

من خلال ما سبق يمكن استنتاج أن الكفاءة تعني قدرة المؤسسة على تحقيق زيادة في الإنتاج وتقليل التكاليف، بمعنى حسن استغلال الموارد المتاحة من أموال وقوى بشرية وتجهيزات الإنتاج أي رفع إنتاجية الموارد المتاحة من حيث المددود الكمي والنوعي وبأقل تكاليف ممكنة. أما الكفاءة المصرفية فهي التخصيص الفعال للموارد من طرف البنوك من خلال إدارة الموجودات والمطلوبات بكفاءة وترشيد النفقات، وتختلف وتباين عند تطبيقها وقياسها في المؤسسات المصرفية عنه في المؤسسات الاقتصادية الأخرى، وذلك نتيجة لاختلاف طبيعة نشاط المؤسسات المصرفية من جهة ولصعوبة تحديد مدخلاتها ومخرجاتها من جهة أخرى، وكذا اختلاف القوانين والتشريعات المنظمة لأعمالها ونتيجة لذلك تظهر عدة أنواع للكفاءة المصرفية.

الفرع الثاني: أنواع الكفاءة المصرفية

تتطلب دراسة قدرة البنوك على استغلال الموارد المتاحة معالجة أربعة مؤشرات للكفاءة الاقتصادية بالتحديد والقياس: الكفاءة الفنية، وكفاءة توجيه الموارد، وكفاءة الحجم، والكفاءة الاقتصادية الكلية، ومن المعروف أن الكفاءة الفنية تتخفض عندما تكون المدخلات المنظورة أكبر من الحجم الأدنى اللازم لتوفير المخرجات (الخدمات المالية) المطلوبة وبأقل تكلفة ممكنة ، وتتخفض كفاءة توجيه الموارد عندما تكون نسبة (مزيج) المدخلات المنظورة مختلفة عن نسبة (مزيج) المدخلات المناسبة المؤدية إلى تخفيض تكاليف المدخلات ، كما تتخفض كفاءة الحجم عندما يكون حجم المخرجات المنظور مختلفاً عن حجم المخرجات المناسب المؤدي إلى تخفيض إجمالي التكاليف ، أما الكفاءة الاقتصادية الكلية فهي حيلة تفاعل مؤشرات الكفاءات الثلاثة المذكورة.³

¹: قريشي محمد الجموعي، "قياس الكفاءة الاقتصادية في المؤسسات المصرفية دراسة نظرية وميدانية للبنوك التجارية خلال الفترة 1994-2003"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 8.

²: سرمد كوكب الجميل، مرجع سابق، ص 79.

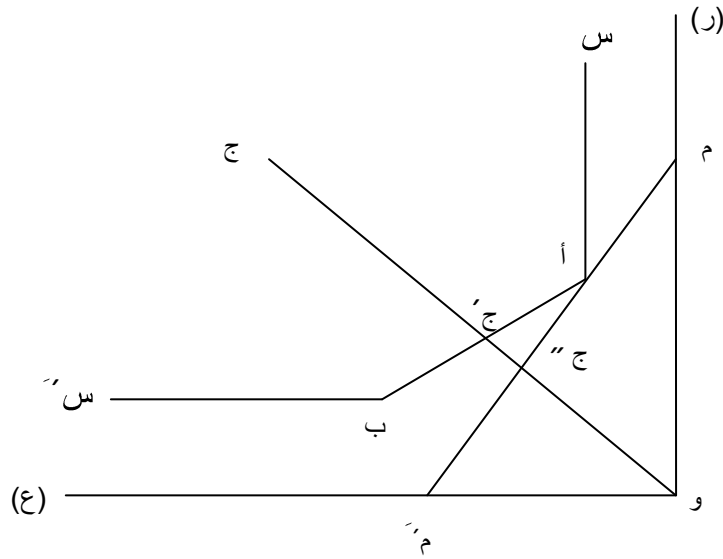
³: عبد الله محمد العبيدان، "كفاءة الأداء في البنوك التجارية الكويتية في ظل الصيرفة الشاملة"، المجلة العربية للعلوم الإدارية، مجلد 09، عدد 02، جامعة الكويت، ماي 2002، ص 181.

أولاً: الكفاءة الإنتاجية

تعرف الكفاءة الإنتاجية في المؤسسة المصرفية بالكفاءة الكلية للتكاليف، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن المصرف مؤسسة إنتاجية تستخدم عناصر الإنتاج، مثل العمل ورأس المال والودائع لتنتج القروض والخدمات المصرفية وغيرها، فإن الكفاءة الإنتاجية للمصرف لا تختلف عنها في المؤسسة الاقتصادية، ويمكن شرح مكوناتها المتمثلة في: الكفاءة التقنية والكفاءة التخصيصية من خلال ما يلي:

نفترض وجود ثلاث بنوك هي: (أ) ، (ب) ، (ج) تنتج منتوجاً وحيداً وتستخدم عنصرين من عناصر الإنتاج (ر)، (ع) والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (7): الكفاءة التقنية والكفاءة التخصيصية والكفاءة الكلية



المصدر: قريشي محمد الجموعي، مرجع سابق، ص 8.

- البنوك الثلاثة تنتج مستوى معين من الإنتاج ممثلاً بالمنحنى (س س') الذي يمثل حداً لكل توفيقات المدخلات التي يمكن أن تنتج نفس المستوى من الإنتاج.
- ويمثل الخط (م م') خط الميزانية أو خط التكلفة الذي يعبر عن تكاليف عناصر الإنتاج، وعليه يمكن النظر للبنك (أ) على أنه كفاء من الناحيتين التقنية والتخصيصية وبالتالي كفؤاً إنتاجياً أو من حيث الكفاءة الكلية للتكاليف، لأن النقطة (أ) تقع على المنحنى (س س') وعلى خط الميزانية (م م').
- بينما البنك (ب) كفاء من الناحية التقنية وليس من الناحية التخصيصية وبالتالي ليس كفؤاً إنتاجياً، أي ليس كفؤاً من حيث الكفاءة الكلية للتكاليف، فهو يقع على منحنى الإنتاج (س س') ويبتعد عن خط الميزانية (م م').

- وأما البنك (ج) فهو ليس كفاء من الناحية التقنية ولا من الناحية التخصيصية وبالتالي ليس كفؤاً إنتاجياً، لأن النقطة (ج) بعيدة عن المنحنى (س س') وعن خط الميزانية (م م'). ويمكن شرح وقياس الكفاءات على النحو التالي:
- بالنسبة للبنك (ج) فإن هناك ضعف في الكفاءة التقنية لاستعمال المدخلات، ويمكن قياس هذا الضعف أو اللاكفاءة من الناحية التقنية بالمسافة الممثلة بالنسبة: (وج/وج')
- والبنك (ج) غير كفاء كذلك من حيث تسعير عوامل الإنتاج، أي من حيث الكفاءة التخصيصية فهو يستخدم توليفة مكلفة مقارنة بالبنك (أ)، فالنقطة (ج) تقع على خط تكلفة أعلى من (م م') وعليه يجب تعديل أسعار عوامل الإنتاج بنسبة المسافة (وج'/وج'') لأن (ج) مماثلة للنقطة (أ) وتقعان على نفس خط الميزانية.
- وتقاس الكفاءة الكلية للتكاليف للبنك (ج) بالنسبة (وج/وج'') والتي تعتبر محصلة الكفاءة التقنية والكفاءة التخصيصية، أي (وج/وج') * (وج'/وج'') = (وج/وج'').¹

ثانياً: الكفاءة الداخلية

تعني الكفاءة الداخلية للإنتاج تخفيض تكاليف الإنتاج إلى أدنى حد ممكن، ومن هذا المنطلق فإن عدم الكفاءة الداخلية يمكن قياسها بمدى ابتعاد التكلفة المتوسطة عند كل كمية من الإنتاج عن الحد الأدنى الممكن من التكلفة المتوسطة.

بمعنى آخر فإن معدل (أو نسبة) عدم الكفاءة الداخلية عند حجم إنتاج معين يمكن التعبير عنه بالطريقة التالية:

$$M = \frac{Cm_2 - Cm_1}{Cm_2}$$

حيث أن:

- Cm_1 : الحد الأدنى الممكن من التكلفة المتوسطة عند هذا الحجم.
- Cm_2 : التكلفة المتوسطة الفعلية لإنتاج حجم معين من السلعة.

لذلك كلما اقتربت التكلفة المتوسطة لإنتاج سلعة ما من الحد الأدنى للتكلفة المتوسطة لإنتاجها كلما اقتربنا من الكفاءة الداخلية.²

¹ : المرجع السابق، ص 86.

² : أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 213.

كما تعرف الكفاءة التشغيلية على أنها: "الكفاءة في استخدام المدخلات". ويرى بعض الاقتصاديين بأن هذا النوع من الكفاءة في العمل المصرفي يتأثر بعوامل عديدة منها: مشاكل الوكالات المصرفية المتعلقة بين المالكين ومسيري هذه الوكالات، التشريعات والتنظيمات والبنية القانونية للبنوك، وتتأثر أيضا بحجم ونطاق العمليات المصرفية، ويرى بعض الاقتصاديين بأن هذا النوع من الكفاءة المصرفية له آثار أكبر على عملية القدرة التسييرية لمراقبة التكاليف أو تعظيم الأرباح، من آثار كل من حجم ونطاق (مجال) الإنتاج على التكاليف، حيث تقدر بالنسبة لكفاءة إكس x -efficiency بد 20% أو أكثر من التكاليف، في حين اللاكفاءة عن حجم إنتاجية ومزيج المنتجات، عندما يتم تقديرها بشكل دقيق، فهي أقل من 5% من التكاليف.¹

الثالث: الكفاءة الاقتصادية: تتكون من الكفاءة السعرية والكفاءة الفنية.

1- الكفاءة السعرية: أعتبرت الكفاءة السعرية ناجمة عن حسن استخدام المدخلات من حيث تكلفتها السعرية لتحقيق أقل النفقات الإنتاجية وتحقيق أكبر عائد ممكن باستخدام المدخلات بأقل التكاليف أو عن طريق استخدام مزيج من المدخلات لتحقيق أقل تكاليف ممكنة وبنفس مستوى المخرجات.

2- الكفاءة الفنية: تعتمد بالدرجة الأولى على استخدام المدخلات بأقل قدر ممكن لإنتاج الكميات المطلوبة، أو باستخدام نفس كمية المدخلات من عناصر الإنتاج لتحقيق معدل منتجات أكبر، أو باستخدام كميات أكبر من المدخلات لتحقيق منتجات بنسبة أكبر من الزيادة في المدخلات، وهذا يحقق اقتصاديات الحجم الكبير مما يزيد العائد على الحجم.²

وتواجه مسألة قياس الكفاءة الفنية في البنوك التجارية مشكلتين رئيسيتين: المشكلة الأولى تنعكس في التمييز بين الخطأ العشوائي (Random error) والانحراف النظامي (Systematic deviations) عن منحنى حدود إمكانيات الإنتاج المثلى، والمشكلة الثانية تتمثل في اختيار منحنى حدود إمكانيات الإنتاج المناسب لنشاط البنوك التجارية.³

الفرع الثالث: صعوبة قياس الكفاءة في المؤسسات المصرفية

تكمن صعوبة قياس الكفاءة في المؤسسات المصرفية نتيجة تعدد مدخلاتها ومخرجاتها، ونتيجة تعدد وتنوع الطرق والأدوات الاقتصادية والقياسية لتحليل مؤشرات الكفاءة.

أولاً: تعدد مدخلات ومخرجات المؤسسة المصرفية: لاشك أن لطبيعة نشاط المؤسسة المصرفية ولتطور نشاطها عبر الزمن، حيث تحولت المؤسسات المصرفية من الاقتصاد على القيام

¹ : قريشي محمد الجموعي، مرجع سابق، ص 89.

² : محمد يوسف العمري، "الكفاءة الإنتاجية في البنوك الأردنية في ظل العولمة المالية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2004، ص 6.

³ : عبد الله محمد العبيدان، مرجع سابق، ص 181.

بعملية الوساطة المالية إلى القيام بالأعمال الاستثمارية الأخرى، ومن بنوك تجارية أو متخصصة إلى بنوك شاملة، قد جعل من عملية قياس الكفاءة المصرفية عملية تتضمن عدم الدقة ناتجة عن صعوبة تحديد المقاييس الدقيقة التي تعبر عن نشاط أو عن مدخلات ومخرجات البنك.

ثانيًا: تعدد مقاييس الكفاءة في المؤسسة المصرفية: تعددت وتنوعت أدوات قياس الكفاءة المصرفية عبر تطور الدراسات التطبيقية للكفاءة المصرفية ويمكن النظر إلى هذا التنوع من مدخلين رئيسيين:

- 1- مدخل أدوات التحليل الاقتصادي، حيث تعددت أدوات التحليل الاقتصادي للتعبير عن مؤشرات الكفاءة أو وفورات الحجم أو غيرها من المقاييس.
- 2- أما مدخل أدوات القياس فهي الأخرى كثيرة.¹

المطلب الرابع: مــــؤشــــر الربح يــــة

تعد الربحية من أهم المؤشرات الاقتصادية لقياس مدى نجاح أو فشل المؤسسات في تحقيق الهدف الرئيسي المتعارف عليه في النظرية الاقتصادية وهو تحقيق أقصى ربح ممكن، ويبقى مؤشر الربحية من أنسب مؤشرات الأداء باعتباره المحصلة النهائية لجهود إدارة البنك من جهة، ويستخدم كأساس لاتخاذ العديد من القرارات وللحكم على مدى كفاءة وقدرة الإدارة على تحقيق الأهداف من جهة أخرى. لذا سنحاول التطرق في هذا المطلب إلى مفهوم مؤشر الربحية ثم نعرض نماذج قياسه.

الفرع الأول: مفهوم مؤشر الربحية

تعد الأرباح معيارا أساسيا لقياس كفاءة وفعالية أداء المؤسسات، ذلك أن معيار الربح يعد من أهم المعايير التي يتم الاستناد إليها في الحكم على كفاءة المؤسسات، لأن المؤسسات الكفؤة هي التي تحقق أرباحا أعلى والمؤسسات الأقل كفاءة تحقق أرباحا أقل، إضافة إلى الأهداف الأخرى التي يمكن للمؤسسات أن تحققها، وتقاس بها كفاءة هذه المؤسسات مثل حجم المبيعات ومعدل النمو وغيرها من الأهداف.²

ويتكون الربح من عدة بنود:

1. ربح العمليات المالية: وهو حاصل طرح الفائدة المدينة من الفائدة الدائنة.
2. ربح الخدمات المصرفية المقدمة مقابل عمولات، ويتم حسابه عن طريق جمع العمولات التي يحصل عليها البنك مقابل أدائه هذه الخدمات، وي طرح منها مصروفات العمليات الإدارية المتعلقة بأداء هذه الخدمات.

¹ : قريشي محمد الجموعي، مرجع سابق، ص 89.

² : مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 193.

3. ربح الاستثمار في الأوراق المالية والمساهمة في المشروعات الاقتصادية، وتجارة المعادن الثمينة والعملات الأجنبية، ويتم حسابها من خلال جمع الإيرادات التي تم الحصول عليها من هذه المصادر بعد طرح ما يتعلق بها من مصروفات.¹

والربح كقيمة مطلقة لا يعتبر مقياساً دقيقاً لأداء المؤسسة ولذلك فلا بد من قياس الأداء باستخدام مؤشر الربحية، ويعتمد تقييم الأداء في المؤسسات المصرفية على تحليل الربحية والمخاطر لوجود علاقة متبادلة بينهما، وسنكتفي بتحليل الربحية هنا، وسنعمد عند تحليل الربحية على نموذج العائد على حق الملكية.

أولاً: نموذج العائد على حق الملكية

يعتبر العائد على حقوق الملكية هو المعيار الأساسي للحكم على كفاءة ال بنك في مجال تعظيم ربحيته، ويعود السبب في ذلك إلى أن معدل العائد على حقوق الملكية يقيس مقدار ربحية ملاك البنك وبالتالي يعتبر هذا المقياس أداة مناسبة للحكم على قدرة إدارة البنك على تحقيق الهدف الرئيسي له، والمتمثل بتعظيم ثروة الملاك.² ويمكن هذا النموذج المحلل من تقييم مصدر وحجم أرباح البنك وعلاقته بالمخاطر التي يواجهها (مخاطر الائتمان، مخاطر السيولة، مخاطر سعر الفائدة، مخاطر التشغيل، مخاطر رأس المال)، ويقوم هذا النموذج على تحليل معدل العائد على حق الملكية والتعرف على مكوناته التفصيلية، ويتم قياس ربحية البنك الإجمالية ومقارنتها مع البنوك الأخرى من خلال العائد على حق الملكية والعائد على الأصول، ويرتبط العائد على حق الملكية بالعائد على الأصول والرافعة ثم يتم تحليل العائد على الأصول إلى عناصره التي ساهمت فيه.

ويقوم نموذج العائد على حق الملكية على تحليله إلى: - العائد على الأصول

- الرفع المالي (مضاعف حق الملكية)

ثم تحليل العائد على الأصول إلى: - هامش الربح

- منفعة الأصول

ثم تحليل هامش الربح إلى: - نسبة مصروف الفوائد

- نسبة مصروفات الأخرى بخلاف الفوائد.

- نسبة مخصصات خسائر القروض

- نسبة الضرائب

وكذلك تحليل منفعة الأصول إلى العناصر المكونة لها، وذلك كما يلي:

1- تحليل نموذج العائد على حق الملكية:

¹ : ابراهيم عبد الحليم عبادة، مرجع سابق، ص178.
² : مروان غانم، "تقييم الأداء المالي للمصارف التجارية الأردنية (1978-1998)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل بيت، الأردن، 2000، ص30.

وكلما ارتفع هذا العائد كلما كان الأمر أفضل، لأن هذا يعني أن البنك يمكنه توزيع المزيد من الأرباح على المساهمين وإضافة المزيد من الأرباح المحتجزة وذلك في الحالات التي تزيد فيها الأرباح.

2 -العائد على الأصول ROA:

ويرتبط معدل العائد على حق الملكية بالعائد على الأصول من خلال مضاعف حق الملكية (EM) حيث أن هذا الأخير يكون ناتج قسمة إجمالي الأصول على إجمالي حقوق الملكية، أي:

ويطلق على مضاعف حق الملكية بالرفع المالي.

ويقوم مضاعف حق الملكية بمقارنة الأصول مع حقوق الملكية، حيث تشير القيمة الأكبر من هذا المضاعف إلى درجة أكبر من التمويل بالديون مقارنة بحقوق الملكية، وهكذا فإن مضاعف حق الملكية يقيس الرفع المالي كما يمثل مقياسا لكل من الربح والمخاطرة.

ويؤثر الرفع المالي على أرباح البنك لأنه ذو تأثير مضاعف على العائد على الأصول والتي تساهم في تحديد العائد على حق الملكية الخاص بالبنك، ويمثل الرفع المالي في نفس الوقت مقياسا للمخاطر لأنه يعكس حجم الأصول التي يمكن خسارتها قبل أن يصل البنك إلى مرحلة العجز عن الوفاء بالتزاماته. وهكذا فإن الرفع المالي المرتفع يؤدي إلى زيادة العائد على حقوق الملكية في الحالات التي تكون فيها الأرباح موجبة ولكنه يشير في نفس الوقت إلى مخاطر رأس مال مرتفعة.

3 هامش الربح ومنفعة الأصول:

يمكن تحليل العائد على الأصول إلى هامش الربح ومنفعة الأصول كما يلي:

ويقاس هذا المؤشر صافي الدخل المحقق لكل دينار من إجمالي الإيرادات

ويقاس هذا المؤشر الإيراد المتولد من كل دينار أصول، وهكذا فإن:¹

¹ : عاطف جابر طه عبد الرحيم، "تنظيم وإدارة البنوك-منهج وصفي تحليلي-"، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص221.

تحليل هامش الربح : يقيس هامش الربح قدرة البنك على الرقابة والتحكم في مصاريفه وتخفيض ضرائبه، وذلك على اعتبار أن:

وكلما كبر هامش الربح كلما دل ذلك على كفاءة البنك ومقدرته على تقليص مصروفاته وضرائبه.

ويعبر هذا الهامش عن نسبة كل دينار من صافي الربح المحقق من الإيرادات الكلية، ولمعرفة المصاريف الأكثر تأثيراً على الإيرادات يتم حساب النسب التالية:

وبمقارنة النسب السابقة بنسب البنوك الأخرى من نفس الحجم يتضح نوع المصاريف والضرائب التي تؤثر على أداء البنك، وعند وجود اختلافات يجب إتمام الفحص وذلك بدراسة نسب إضافية لتبين سبب الاختلاف، فقد يكون بسبب تأثير معدل الفائدة أو اختلاف مكونات خصوم البنك الذي يؤدي لاختلاف عبء الفوائد أو قد يعود السبب لحجم الديون وحقوق الملكية.¹

وكلما انخفضت أي نسبة من النسب السابقة كلما أدى ذلك إلى ارتفاع ربحية البنك، كما أن المقارنة مع النسب المماثلة في البنوك الأخرى توضح لنا المصروفات المؤثرة على أداء البنك.

تحليل منفعة الأصول:

¹ : طارق عبد العال حماد، "تقييم أداء البنوك التجارية -تحليل العائد والمخاطرة-"، الدار الجامعية، مصر، 1999، ص ص85، 86.

وتشير هذه النسبة إلى إجمالي عائد الأصول الناتجة من دخل الفوائد وكذلك الدخول الأخرى بخلاف الفوائد.

وتشمل الأصول المربحة كل الأصول التي تولد دخلاً، ويتم قياس هذا النوع من الأصول من خلال طرح كل الأصول غير المربحة مثل النقدية والمطلوبات على البنوك ومباني البنوك والأصول الأخرى المشابهة وذلك من إجمالي الأصول، وكلما كان العنصر الأساسي في مزيج الربحية كبيراً كلما كبر حجم المنفعة المتولدة من الأصول، وحينما يحقق البنك دخل غير عادي فإنه يجب على المحلل أن يقوم بخصم هذا الدخل من إجمالي الإيرادات الأخيرة بخلاف الفوائد وذلك قبل تقييم أداء البنك، أي تتخلص من الدخل غير العادي حتى تظهر الصورة الواقعية للأداء، ويمكن تقييم الأداء على أسس سليمة.¹

ثانيًا: مقاييس أخرى للربحية الإجمالية: وهناك مقاييس أخرى للربحية يمكن إجمالها بالآتي:²

(1) هامش الفائدة الصافية:

حيث:

ويمثل هامش الفائدة الصافية تلخيصاً لصافي العائد مقارنة بالأصول المولدة للربح.

(2) المدى: هو عبارة عن الفرق بين متوسط العائد على الأصول المربحة ومتوسط تكلفة الالتزامات المنتجة للفائدة.

(3) الكفاءة المضافة: وهو مؤشر يقيس مدى تغطية المصاريف المختلفة بخلاف الفوائد من خلال الرسوم والأتعاب المحصلة عن الخدمات التي يقدمها البنك وأرباح الأوراق المالية و الدخول الأخرى ويرتبط هذا المقياس بمؤشر العبء الذي يتحمله البنك بعد استبعاد جميع العمليات المتعلقة بالفوائد،

¹ : عاطف جابر طه عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 222-227.

² : المرجع السابق، ص 228.

وكلما انخفضت هذه النسبة كلما زاد الفرق بين المصاريف الأخرى بخلاف الفوائد والدخول الأخرى بخلاف الفوائد، وكلما زادت هذه النسبة كلما زادت ربحية البنك.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في ربحية المؤسسات المصرفية في الصناعة

إن المقومات الأساسية التي تتحكم في ربحية المؤسسات المصرفية في الصناعة يمكن تصنيفها كالاتي:

- **ظروف السوق الذي تنتج في ظلّه المؤسسة :** كهيكـل الصناعة(مستوى التركيز، عوائق الدخول، درجة التمييز في المنتجات) وحجم ومرونة الطلب على السلعة والسلوك المتوقع للمؤسسات الأخرى في الصناعة المنافسة للمؤسسة إزاء أي تغيير في سعر سلعتها.¹
- **إدارة البنك:** حيث تتأثر ربحية البنوك التجارية بمدى قدرة إدارته على الموازنة بين العائد والمخاطر، وعلى تخفيض التكاليف وزيادة الإيرادات.
- **أسعار الفائدة:** حيث تزداد ربحية البنك كلما ازدادت أسعار الفائدة على القروض، خصوصا عندما تكون أسعار الفائدة على الودائع منخفضة.
- **الظروف الاقتصادية:** تتأثر ربحية البنك بمدى استقرار الظروف الاقتصادية المحلية.
- **المنافسة:** حيث تؤثر المنافسة بين البنوك على ربحيتها وذلك من خلال نقص الموارد المتاحة لها، واضطرارها نتيجة لذلك على دفع معدلات فائدة عالية للحصول على هذه الموارد الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض هامش سعر الفائدة.
- **توظيف الموارد:** تؤثر نسبة الموارد المستثمرة في الموجودات المدرة للدخل على ربحية البنك، حيث تزداد ربحيته بازدياد هذه النسبة.
- **أرباح (أو خسائر) الأوراق المالية:** حيث تؤثر الأرباح أو الخسائر الرأسمالية الناتجة عن ارتفاع أو انخفاض أسعار الأوراق المالية على ربحية البنك.
- **أرباح (أو خسائر) القروض:** تؤثر عمليات الائتمان الممنوح من قبل البنك على ربحيته، وذلك نتيجة لكبر حجم الموارد الموجهة نحو عمليات الائتمان، وتؤثر هذه العمليات بصورة سلبية على ربحية البنوك عندما يكون المقترض غير قادر أو غير راغب في سداد القرض وهذا ما يعرف بمخاطر الائتمان.
- **المتاجرة بأموال الغير (الرفع المالي):** يؤدي ارتفاع نسبة الرفع المالي إلى ارتفاع ربحية البنوك من خلال تأثيرها على معدل العائد على حقوق الملكية، والعكس صحيح.²

¹ : أحمد سعيد بامخرمة، مرجع سابق، ص 217.

² : مروان غانم، مرجع سابق، ص ص 34-36.

• **طرفا معادلة تحديد الأرباح :** ومن العوامل المؤثرة على الربحية كذلك، وباعتبار الربح هو الفرق الناتج نتيجة زيادة الإيرادات عن النفقات وهما طرفا معادلة تحديد الأرباح، وانطلاقا من هذه المعادلة نستطيع التأكيد على أن ربحية البنوك تتأثر بما يحدث على طرفي هذه المعادلة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

فعملية إقراض النقود وحجمها تعتمد إلى حد بعيد على الحالة الاقتصادية سواء كانت كسادا أم رواجاً، وضمن هذا الواقع يحاول مدراء البنوك والمسؤولين بها توزيع الأموال ما بين القروض والاستثمارات، حسب التغير في الطلب من أجل الحصول على أكبر العوائد (الإيرادات)، وقبل كل ذلك فإن ال بنوك عليها الحصول على الأموال المتمثلة في الودائع بأنواعها، وتدفع بذلك فوائد (نفقات) على الودائع لأجل وودائع التوفير بمعدل من الغالب أن يكون له علاقة مباشرة مع المعدل العام لأسعار الفائدة. كما أن الجهود التي تبذل من أجل إدارة هذه الأموال، ومن أجل تقديم الخدمات تتطلب تكاليف تتمثل في نفقات التشغيل كما يسميها البعض، والتي أطلقنا عليها تكلفة إدارة الأموال وتجهيز الخدمات مثل المرتبات والأجور والمصاريف العمومية باختلاف أنواعها، ومنها مصاريف المياه والإنارة العمومية والنفقة وغيرها، ويمثل الجزء الباقي تكاليف تجهيز الخدمات، وكل هذه التكاليف لا تتخفف بانخفاض سعر الفائدة.¹

المطلب الخامس: نمـــــــوذج القيمة الاقتصادية المضـــــــافة

تعتمد المؤسسات المصرفية على نموذج العائد على حقوق الملكية لتقييم أدائها، ونتيجة للتطورات الحاصلة في مجال الصناعات المصرفية، أصبح نموذج العائد على حقوق الملكية لا يظهر حقيقة المركز المالي للبنوك التجارية بشكل دقيق وعلى هذا الأساس كان لزاما على المسيرين البحث عن أساليب قياس جديدة لصنع القرار وتقييم الأداء، من خلال إتباعهم لنموذج أكثر فعالية يتمثل في نموذج القيمة الاقتصادية المضافة كنموذج جديد لعملية تقييم الأداء في الصناعة المصرفية، وسنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم القيمة الاقتصادية المضافة ومزاياها وكذا أوجه اختلاف هذا النموذج عن مؤشرات العائد على حقوق الملكية، كما نوضح معادلة القيمة الاقتصادية المضافة.

الفرع الأول: مفهـــــــوم القيمة الاقتصادية المضافة ومزاياها

نموذج القيمة الاقتصادية المضافة ظهر حديثا كمؤشر جديد من مؤشرات الأداء يتميز بعدة مزايا تميزه عن باقي المؤشرات الأخرى، سنحاول توضيحها في هذا الفرع.

أولاً: مفهـــــــوم القيمة الاقتصادية المضـــــــافة

¹ : مصطفى عبد السلام مسعود، "ربحية المصارف التجارية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة حالة بعض المصارف التجارية الليبية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2001، ص161.

تعتبر القيمة الاقتصادية المضافة (E.V.A) (economic value added) مقياساً متميزاً للأداء، تقيس ما إذا كان الدخل الصافي يفوق تكلفة رأس مال المنشأة.¹ وهو مفهوم جديد لتقييم أداء المؤسسات حيث يوفر هذا النموذج مفاهيم جديدة تتعلق بإدارة المخاطر والربحية، ولقد ظهر مقياس EVA لأول مرة في سنوات التسعينات من خلال مكتب Stern & Stewart²

ثانياً: مزايا القيمة الاقتصادية المضافة

- لها أقوى ارتباط مع تكوين القيمة السوقية لأي مقياس من الربحية، وذلك باعتبار القيمة الاقتصادية المضافة مقياساً أكثر دقة من مقياس الربحية.

- يمكن استخدامها كأساس لجميع عمليات صنع القرارات، ووضع الاستراتيجيات المالية على أساس النتائج الدقيقة المتحصل عليها، فباستخدام مقياس القيمة الاقتصادية المضافة تتمكن الإدارة من اتخاذ القرارات المالية السليمة ووضع الإستراتيجيات الملائمة.

- كونها فعالة كبرنامج للحوافز: ينتج عن استخدام القيمة الاقتصادية المضافة برامج تحفيز العاملين والتي تتميز بالعدالة والاعتماد على الإنتاجية من خلال الاستفادة من معلومات الأداء كأساس للأجور حيث يمكن للمدراء أن يحفزوا القادرين على المنافسة.

الفرع الثاني: أوجه اختلاف القيمة الاقتصادية المضافة عن مؤشرات العائد على حقوق الملكية

تختلف القيمة الاقتصادية المضافة عن المقاييس التقليدية في أنها:³

- تبعد الاختلالات المحاسبية عند الاعتراف بالأرباح.
- تتيح المبادئ المحاسبية المتعارف عليها مجموعة من المحاسبية المقبولة لكل مشكلة محاسبية.
- تسمح لأي إدارة بتزييف قوائمها المالية مما ينتج عنه إعادة توزيع الثروة والمخاطرة، وهكذا تحريف أداء البنك باستخدام تلك السياسات التي تؤثر على مركزه المالي، وبالتالي على النسب المستخرجة من القوائم المالية.

¹ : مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مجلة دورية تصدر عن الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، مركز البحوث المالية والمصرفية، المجلد 06، العدد 03، السنة 06، الأردن، سبتمبر 1998، ص30.

² : J.Y. Saulquin , C. Maupetit, "EVA, performance et évaluation bancaire", journée de recherche sur « la performance de la mesure à l'action », organisé par CERMAT, France ,2001, p 71. Consulté le 15/07/2011. <http://cermat.iae.univtours.fr/IMG/pdf>.

³ : طارق عبد العال حماد، "تقييم أداء البنوك التجارية -تحليل العائد والمخاطرة-"، مرجع سابق، ص 110 .

الفرع الثالث: معادلة القيمة الاقتصادية الاقتصـــــــادية المضافـــــــة

تعرف القيمة الاقتصادية المضافة بالمعادلة التالية:¹

$$\begin{aligned} & \text{القيمة الاقتصادية المضافة (E.V.A)} = \text{الربح العامل الصافي بعد الضريبة (NO.PAT)} - \text{تكلفة} \\ & \text{رأس المال * رأس المال} \\ & \text{القيمة الاقتصادية المضافة (E.V.A)} = \text{معدل العائد على رأس المال المستثمر} - \text{معدل تكلفة رأس} \\ & \text{المال * رأس المال المستثمر} \end{aligned}$$

أولاً: الربح العام الصافي بعد الضريبة (NO.PAT) (profit after tax) (net operating

فهو مقياس الأرباح الاقتصادية، وهو يتميز عن الدخل الصافي التقليدي بعدة تعديلات محاسبية، تستهدف تخفيض آثار الاختلالات إلى أدنى حد عند الاعتراف بالأرباح العاملة، وأرباح العمليات أهمها:

1- الطرح المباشر: (تمثل مخصصات Charge Offs) مقابل المخصصات (Provision):

تمثل مخصصات القروض المشكوك فيها تمويلاً لجميع خسائر القروض المستقبلية، ومع أن هذه الممارسات تتسم بالتحفظ بالتأكيد، إلا أنها تؤدي إلى اختلال في قياس الأداء، غير أن جميع الإيرادات والمصروفات يجب أن تحتسب على أساس متناسب ومتناسق، ولقياس الأداء يتم استخدام إيرادات ومصروفات المدة الحالية فقط، لذلك فإن صافي تأثيرات العمليات للمدة الحالية هي التي تتدخل في حساب الربح العامل الصافي بعد الضريبة.

2- ضرائب العمليات النقدية (Cash Operation Taxes): إذ يأخذ الربح العامل الصافي بعد

الضريبة في الاعتبار الضرائب النقدية المدفوعة، ولا يعترف بمخصصات الدفترية للضرائب.

3- استهلاك الشهرة (Good Will Amortization): حيث يتم استثناء استهلاك الشهرة عند حساب

الربح العامل الصافي بعد الضريبة.

4- الأرباح والخسائر الرأسمالية من التداول في الأوراق المالية: تستثنى الأرباح والخسائر من الربح

العامل الصافي بعد الضريبة إلا فيما يتعلق بحسابات التداول حيث يتم رسملتها واستهلاكها أثناء العمر المتبقي من الأوراق المالية المباعة مع التأكد من عدم اختلال حساب الربح العامل الصافي بعد الضريبة، أو التلاعب في مبالغها من خلال التعديلات في المحفظة الاستثمارية.

5- مصروفات إعادة الهيكلة: تمثل تعديلاً في مستوى الاستثمارات الرأسمالية، وليس من مكونات

الأرباح العاملة وبالتالي تتم رسملتها بدلاً من انفاقها.

¹ : مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مرجع سابق، ص 33.

ثانيا: رأس المال

يعرف رأس المال على أنه القيمة الدفترية لجميع عناصر رأس المال الفعلية، أو التاريخية وتتضمن مكونات رأس المال ما يلي:¹

- حقوق المساهمين: باستثناء التعديل الذي نص عليه بيان المعايير المحاسبية رقم [115]
- مخصصات خسائر القروض بعد طرح الضريبة المؤجلة.
- أرصدة ضريبة دائمة مؤجلة أخرى.
- الشهرة المستهلكة لتحميل الإدارة المسؤولية عن كل الاستثمارات السابقة.

ثالثا: معدل تكلفة رأس المال (WACC)

ويمثل التكلفة الوسطية المرجحة لرأس المال والتي تحسب انطلاقا من الهيكل المالي للمؤسسة بين الديون ورأس المال، ويلاحظ أن تكلفة رأس المال، فمصرفات الفوائد المترتبة عليها هي تدخل ضمن الربح العامل الصافي بعد الضريبة، في حين أنه إذا تم تضمين الدين فإن تكلفة رأس المال هي عبارة عن الوسط الحسابي لتكلفة حقوق الملكية والدين معا.²

الفرع الرابع: أسلوب التحليل التغلبي للبيانات (DEA)

وهناك مؤشر آخر أو أسلوب آخر جديد لقياس الأداء، ظهر عام 1978، فقد تمكن Charnes وزملاؤه عام 1978 من وضع أسس أسلوب التحليل التغلبي للبيانات (تتبع) (Data Envelopment Analysis) (DEA) وهو أحد أساليب البرمجة الخطية LP المبني على أساس منهجية الحد لفاريل عام 1957. وقد أستخدم هذا الأسلوب لقياس الأداء المقارن عن طريق قياس الكفاءة النسبية، بحيث أصبح من الممكن مقارنة أداء مؤسسة ما بأداء المؤسسات ذات الوظائف والأهداف المشابهة، وقد كان لذلك نتائج متميزة في توضيح كيفية استغلال المدخلات الاستغلال الأمثل أثناء تحويلها إلى مخرجات، ولم يقف الأمر عند ذلك بل قدم (تتبع) للمستخدم سبل معرفة الموارد غير المستغلة وسبل الاستفادة منها.³

¹ : المرجع السابق، ص 33.

² : هواري سويبي، "دراسة تحليلية لمؤشرات قياس أداء المؤسسات من منظور خلق القيمة"، مجلة الباحث، عدد 07، جامعة ورقلة، الجزائر، 2010/2009، ص 61.

³ : خلف هاجم التل، فواز محمد القرعان، "استخدام أسلوب التحليل التغلبي للبيانات DEA في قياس وتحليل الأداء النسبي للمؤسسات"، مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد 19، العدد 02، الأردن، 2004، ص 12.

خلاصة الفصل

من خلال ما تقدم في هذا الفصل نستخلص ما يلي:

- 1- يقصد بالصناعة المصرفية مجموعة المؤسسات المصرفية التي تقوم بأداء وظيفتي قبول الودائع وتقديم القروض للأفراد والمنظمات كوظيفية أساسية، وذلك من خلال القيام بإحداهما أو كليهما، والتي تنشط في نفس البيئة المصرفية، فالصناعة المصرفية تعتبر صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط إنتاجي، وبالتالي فالصناعة المصرفية وما يرتبط بها من مؤسسات ومنتجات ونشاطات اقتصادية مختلفة تمثل صناعة هامة وأساسية، تتميز بتطورها الدائم والذي يتطلب تطويرها وتحديثها باستمرار.
- 2- يعرف هيكل الصناعة بأنه تلك الخصائص التي تنظم الصناعة والتي تترك تأثيرا استراتيجيا على طبيعة المنافسة والتسعير داخل ذلك السوق، ويشمل هيكل الصناعة مجموعة من الأبعاد، درجة التركيز، ظروف الدخول والخروج من الصناعة، درجة تمييز المنتجات.
- 3- نظرا لأن هناك منافسة قوية بين المؤسسات في الصناعة المصرفية، بل والتنافسية لا بد لهذه المؤسسات أن تتبع استراتيجيات معينة من أجل الحصول على مزايا تنافسية وتحسين أدائها المصرفي، وقد اتفق معظم الباحثين في الميدان المالي والمصرفي على وجود إستراتيجيتين أساسيتين لمواجهة المنافسة بين البنوك، الإستراتيجية الأولى تتركز على المنافسة السعرية بين البنوك التي تستند إلى دفع معدلات فائدة أعلى على الودائع المختلفة أما الإستراتيجية الثانية، تسعى إلى تقديم مجموعة من الخدمات المصرفية الجيدة بأسعار تنافسية، ويقوم التنافس بين البنوك على هذه الخدمات من ناحية السرعة والدقة وانخفاض التكلفة.
- 4- يعتبر الأداء واحدا من المؤشرات الهامة عن مدى نجاح المؤسسة وفعاليتها في استغلال الموارد الإنتاجية المتاحة لها، ومن مؤشرات الأداء في الصناعة المصرفية، مؤشر الكفاءة المصرفية، مؤشر الربحية، نموذج القيمة الاقتصادية المضافة وهناك مؤشر آخر جديد لقياس الأداء وهو أسلوب التحليل التغلفي للبيانات (DEA) ، ويعتمد تقييم الأداء في المؤسسات المصرفية على تحليل الربحية ونعتمد عند تحليل الربحية على نموذج العائد على حق الملكية.