

تقييم مؤشرات الأداء المالي للمصارف التجارية
بحث مقارنة لعينة من المصارف التجارية العراقية والإماراتية

للمدة من 2004 - 2009

الباحث احمد حسين الموسوي

أ.م. عبدالحسين جاسم محمد

الملخص

تناول هذا البحث موضوع تقييم مؤشرات الأداء المالي للمصارف التجارية الذي يعد من أهم الموضوعات التي توضح الأداء الفعلي للمصارف ،

ويقوم هذا البحث بتقييم مؤشرات الاداء المالي لعينة من المصارف التجارية العراقية والاماراتية واجراء المقارنة بين مؤشرات الاداء المالي لمصرفي بغداد والشرق الاسط العراقيين ودبي وابوظبي الاماراتيين وان هذا البحث له اهمية تستمد من انه يلقي الضوء على جانب من جانب الاختلاف بين تقييم الاداء المالي للمصارف التجارية من بلد لآخر ويبين اي اداء مصرفي يتفوق من إذ مؤشراتته المالية من بلد لآخر من مصرف لآخر وتوصل البحث إلى بعض الاستنتاجات التي منها:

• توصل البحث الى ان الاداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية للمدة المبحوثة افضل من الاداء المصرفي للمصارف التجارية الاماراتية عينة البحث وذلك لان المصارف العراقية حققت (5) نقاط قوة مقابل (5) نقاط ضعف للمصارف الاماراتية.

• اتضح من خلال التحليل للمصارف على حدة (بغداد ، الشرق الاوسط ، دبي ، ابوظبي) بان مصرف بغداد حقق (4) نقاط قوة ومصرف الشرق الاوسط حقق (3) نقاط قوة اما مصرف دبي فقد حقق نقطة واحدة قوة واما بخصوص مصرف ابوظبي فانه لم يحقق نقاط قوة بل على العكس فانه منخفضا لنقاط ضعف سالبة بلغت (-7) وهذا يدل على ان المصارف الخليجية متأثرة بتداعيات الازمة المالية العالمية التي حدثت عام (2008) على عكس المصارف التجارية العراقية التي كانت بعيدة عن تأثيرات وتداعيات الازمة المالية العالمية.

وعلى ضوء الاستنتاجات وجه البحث بعض التوصيات اهمها:

- توجيه المصارف التجارية باستخدام اساليب حديثة ومتطورة في اداء اعمالها وذلك من اجل الوصول الى اداء افضل منسجما مع التطورات الحاصلة في الاسواق المالية .
- الوقوف على سبب ضعف اداء المصرف العراقي (الشرق الاوسط) مقابل قوة اداء مصرف بغداد التجاري والاستفادة من الاساليب المستخدمة لهذا المصرف في تحسين ادائه.
- عند الوقوف على واقع الاداء في المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث يجب تحديد سبب ضعف اداء مصرف ابوظبي التجاري مقابل قوة اداء مصرف دبي التجاري والاستفادة من الاساليب المستخدمة لهذا المصرف في تحسين ادائه.
- عمل دراسة اكثر توسعا ومستمدا فيها مؤشرات الاداء الاخرى لغرض الوقوف على اداء المصارف التجارية وتقييم ادائها والوقوف على اسباب تدهورها وضعفها .

Abstract

- This research theme evaluation indicators of the financial performance of commercial banks which is one of the most important topics that show the actual performance of the banks,

The This research evaluated the performance indicators Financial for a sample of commercial banks, Iraqi and United Arab Emirates and the comparison between the indicators of financial performance for the banking Baghdad and east, shrugged off the Iraqis, Dubai and Abu Dhabi, UAE nationals, and that this research has the importance of gaining it sheds light on the side by the difference between the assessment of financial performance of commercial banks from one country to another and shows the performance of any bank in terms of superior financial indicators from country to country, from one bank to another and research has reached some conclusions which include:

- The research found that the performance of the banking Iraqi commercial banks for the period examined, the best performance of the bank to commercial banks UAE sample, because the Iraqi banks achieved (5) points for power (5) weaknesses of the UAE banks.
- clear from the analysis of the banks separately (Baghdad, the Middle East, Dubai, Abu Dhabi) that the Bank of Baghdad achieved (4) strengths and Bank of the Middle East achieved (3) the strengths of either Bank of Dubai has achieved (1) point of strength and As for Bank of Abu Dhabi it did not achieve the strengths and, instead, low-achieving weaknesses negative hit (-7) and this shows that the Gulf banks affected by the repercussions of the global financial crisis that occurred in (2008) in contrast to commercial banks, Iraq, which was far from the effects and repercussions of the global financial crisis .

In light of the conclusions of the research some of the recommendations including:

- ♣ guide the commercial banks using modern and advanced methods in the performance of its business in order to reach better performance in line with developments in financial markets.
- ♣ Identify the cause of poor performance of Bank of Iraq (Middle East) against the power of the performance of the commercial Bank of Baghdad and take advantage of the methods used for the bank to improve his performance.
- ♣ When you stand on the reality of the performance of commercial banks in the UAE sample of the research must determine the cause of poor performance of Abu Dhabi Commercial Bank for the performance of the power of Dubai Commercial Bank and make use of the methods used for the bank to improve his performance.
- ♣ A study with more expansion and the other performance indicators for the purpose of standing on the performance of commercial banks and

evaluate their performance and to identify the causes of deterioration and weakness

■ المقدمة :-

- يعد الأداء المصرفي من الموضوعات التي تحتل أهمية كبيرة بالنسبة للمصارف من إذ إدارتها والمساهمين فيها والمتعاملين معها. إذ إن الأداء المصرفي يقيس ما هو متحقق فعلا مع المخطط له سابقا لكي يكون لإدارة المصرف ولغيرهم معرفة الانحرافات عن الخطة الموضوعة.
- وأن المصارف التجارية لها أهمية من إذ تقديمها الخدمات المالية والتسهيلات الائتمانية والخدمات الاجتماعية المختلفة فلذلك يجب إيضاح الأداء الذي تحققه هذه المصارف للمتعاملين (المساهمين ، الموردين ، الزبائن و غيرهم ...) وتعد المصارف التجارية هي من أهم المؤسسات المالية التي تمنح القروض وتقبل الودائع وتقدم مختلف الخدمات المصرفية التي يستفيد منها مختلف الأفراد والمؤسسات والأعمال التجارية.
- ولذا جاءت أهمية البحث في هذا الإطار والذي يتناول مؤشرات الأداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية (مصرف بغداد التجاري ومصرف الشرق الأوسط التجاري) والمصارف التجارية الإماراتية (مصرف دبي التجاري ومصرف أبوظبي التجاري) ولمدة من (2004-2009).

المبحث الأول

منهجية البحث

أولا : مشكلة البحث:

للمصارف التجارية أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية إذ تمتلك أهمية كبيرة بالنسبة للتعاملات الدولية البنية الاقتصادية للبلد ، ان مؤشرات الاداء المالي المصرفي تبين قدرة المصرف على تحقيق اهدافه وتوضح الاداء الحقيقي للمصارف التجارية ، وتتمحور مشكلة البحث في التساؤل الآتي: (هل أن تقييم الأداء المصرفي يختلف من بلد لآخر باختلاف حجم المصرف والبنية الاقتصادية للبلد وهل إن التعاملات الدولية تؤثر في الأداء المصرفي).

ثانيا : أهداف البحث:

يهدف البحث إلى جملة من الأهداف:-

1. التعريف بالأداء و تقييم الأداء المصرفي وبعض مؤشرات قياسه.
2. بيان أهمية المصارف التجارية وبعض ما يرتبط بها.
3. قياس الأداء المصرفي للمصارف التجارية (العراقية والإماراتية) عينة البحث.
4. بيان نقاط القوة والضعف من خلال مقارنة الأداء للمصارف عينة البحث.

ثالثا : أهمية البحث:

تؤدي المصارف التجارية دورا رياديا واستراتيجيا في تنفيذ السياسات الاقتصادية وتعد عملية تقييم الأداء للمصارف التجارية من أهم العمليات التي تمكن من الوصول إلى معرفة واقع الأداء الذي تمارسه هذه المصارف لذلك برزت أهمية البحث كونه يلقي الضوء على جانب من جوانب الاختلاف بين تقييم الأداء المصرفي للمصارف التجارية من بلد لآخر كما في عينة البحث العراقية والمصارف التجارية الإماراتية.

رابعاً : فرضية البحث :

ينطلق البحث من فرضية رئيسة مفادها :

إن لمؤشرات الاداء المالي أثراً في تقييم المصارف وإن هذا الأثر تتباين حدته تبعاً لأثر كل مؤشر في تقييم المصارف عينة البحث.

خامساً : حدود البحث:

1. الحدود المكانية:

تناول البحث المصارف التجارية العراقية (مصرف بغداد التجاري ومصرف الشرق الأوسط التجاري) والمصارف التجارية الإماراتية (مصرف دبي التجاري ومصرف ابوظبي التجاري) وسنوجز باختصار نبذة عن كل مصرف من المصارف التجارية العراقية والإماراتية وكالاتي:

♦ مصرف بغداد التجاري : أسس مصرف بغداد التجاري في 1992/2/18 برأس مال تأسيسية (100000000 دينار) وإن تاريخ الإدراج في سوق العراق للأوراق المالية كان في 2004/6/15 وكان رأس المال في هذا التاريخ (5280000000 دينار) لمصرف بغداد (25 فرعاً) موزعة على مختلف المحافظات العراقية وكذلك في بعض الدول كسوريا والأردن وغيرها.

♦ مصرف الشرق الأوسط العراقي : أسس مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار عام 1993 برأسمال قدره (400) مليون دينار عراقي مدفوعاً منه 100 مليون دينار، باشر المصرف عمله بعد حصوله على إجازة الصيرفة صادرة عن البنك المركزي العراقي وتم افتتاح فرعه الرئيسي وباشر باستقبال زبائنه يوم 1994/5/8 وفي السنة نفسها سدد المساهمون القسط الثاني من رأس المال وقدره 100 مليون دينار ليصبح المدفوع 200 مليون دينار عراقي، وفي 1995/12/31 قررت الهيئة العامة للمصرف تسديد القسطين الباقيين وقدرهما 200 مليون دينار من الأرباح المتحققة ليصبح رأسمال المصرف مدفوعاً بالكامل وهكذا أستمر المصرف في تنمية موارده والحفاظ على حقوق مساهميه، ومنذ عام 1999 بدأت زيادة رأس مال المصرف سنة بعد أخرى من المساهمين حتى بلغ حالياً 27 مليار دينار عراقي مدفوع بالكامل.

♦ مصرف دبي التجاري : أسس هذا المصرف في بتاريخ 1969/7/3م في مدينة دبي في دولة الإمارات العربية وإن رأس المال المدفوع في هذا المصرف يبلغ (1,941,287,597) درهم وإن القيمة الاسمية للسهم في مصرف دبي التجاري تساوي (1 درهم إماراتي) وعدد الموظفين في هذا المصرف يبلغ ما يقارب (1100 موظف). ويشتمل نشاط البنك في تقديم الخدمات التجارية المصرفية كافة.

♦ مصرف ابوظبي التجاري : أسس مصرف ابوظبي التجاري في الثاني من مايو لسنة 1985 إذ بلغ رأسمال المصرف المدفوع فيه 4.810.000.000 درهم إماراتي يُعد مصرف ابوظبي التجاري أحد المصارف الرائدة في دولة الإمارات من خلال تقديمه لمجموعة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية المتطورة والتميزة في مجالات عدة منها خدمات الأفراد والخدمات المصرفية التي تغطي احتياجات الشركات والمشاريع المتوسطة والصغيرة والكبرى كافة . ويتمتع اسم مصرف ابوظبي التجاري بدعم قوي من خلال شبكة فروعه المنتشرة في أرجاء الإمارات كافة فضلاً عن فرعين في الهند (مومباي وبانجلور).

2. الحدود الزمانية:

تمثلت الحدود الزمانية للبحث للمدة من 2004 الى 2009

سادسا : أساليب جمع المعلومات والبيانات:

أ- الجانب النظري :-

تم جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري من المصادر العربية والأجنبية المتاحة والتي ترتبط بموضوع البحث من كتب ودوريات ورسائل وإطاريح جامعية ، بهدف تغطية البحث الحالي قدر الإمكان.

ب- الجانب التطبيقي :-

تم الاعتماد على التقارير السنوية المتمثلة بالميزانية العمومية وكشف الأرباح والخسائر للمصارف التي شملها البحث الحالي للمدة من (2004 - 2009) ، وقد تم دراسة وتحليل هذه التقارير بغية استخراج النتائج المرجوة منها والتي تتعلق بالبحث وكذلك الاستفادة من التقارير المنشورة عبر مواقع الانترنت في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لاستخراج النتائج المرجوة .

المبحث الثاني

الإطار النظري

أولاً: الأداء المصرفي:

1. مفهوم الأداء المصرفي:

هناك أدبيات عدة تناولت الاداء المصرفي إلا ان أغلبها كان يفتقر إلى التعريف بمفهومه وعند استعراض الأدبيات التي تناولت الأداء وحاولت إن تعطي مفهوما له نجدها تشير إلى عدم وجود اتفاق حول مفهوم محدد له ، إذ أن هنالك اختلافاً في وجهات النظر بشأن تحديد المعايير والمؤشرات الخاصة بالأداء والتي يجب استخدامها (الحسيني والدوري ، 2008 : 221).

إن الأداء مفهوم واسع و محتوياته متجددة بتجدد وتغير وتطور أي مكون من مكونات المنظمة على اختلاف أنواعها وإن الاختلاف على مفهوم الأداء المصرفي ينبع من اختلاف المعايير والمقاييس التي تعتمد في دراسة الأداء وقياسه للمديرين و المنظمات المصرفية وعلى الرغم من كثرة الدراسات والبحوث لمفهوم الأداء إلا إنه لم يتم التوصل إلى اجماع واتفاق بين الباحثين عن مفهوم محدد له وإن الأداء يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمختلف العوامل البيئية الداخلية والخارجية ولذلك تنوعت المؤثرات والمتغيرات التي تؤثر فيه وإن الأداء في أبسط صورة يعبر عن النتائج التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها (حمدان وإدريس ، 2009 : 381).

وعرف الأداء من وجهة نظر القانون بأنه أداء الفعل المحدد بموجب العقد وإن تأثير الأداء الناجح هو إلزام الشخص المكلف بأداء الفعل لأي مسؤولية تعاقدية مستقبلية ويعد الأداء بأنه قدرة المنشأة في الحصول على مواردها الثمينة والعمل على إدامتها (الحسيني والدوري ، 2008 : 222).

وعرف على انه مقارنة النتائج الحقيقية بما هو مخطط (fred , 2001 : 308).

وكذلك هو إمكانية المنظمة على استخدام الموارد المتاحة لها بطريقة فاعلة لتحقيق أهداف متعددة ذات علاقة بمصالح الأطراف والجهات المرتبطة بها (الحميري ، 2006 : 16).

إن أغلب الباحثين في تعريفهم للأداء المصرفي ركزوا على النجاح والفشل الذي يحققه المصرف في تحقيق أهدافه على ضوء الأسس والمعايير التي تم اعتمادها على ضوء موارده المادية والبشرية فضلا عن التكيف مع البيئة المحيطة (المشهدي ، 2002 : 21).

وعرف (kotler&groy) الأداء على أنه مقابلة أداء المنظمة بأداء منافسيها للتعرف على نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لغرض الحد منها ومعالجتها (kotler&groy, 1999: 45).

ومن التعاريف السابقة يمكننا تعريف الأداء على أنه النتائج المتحققة مقارنة بالخطة الموضوعية وضمن الموارد المتاحة.

2. تقييم الأداء:

أ. مفهوم تقييم الأداء:

استأثر موضوع تقييم الأداء باهتمام واسع من لدن الكتاب والباحثين في مجالات الدراسة العلمية الإدارية والاقتصادية و المحاسبية والمالية والمصرفية لارتباطه بجوانب مهمة من حياة المنظمات والمؤسسات والوحدات الاقتصادية على اختلاف أنواعها و على الرغم من تطابق النظرة العامة لعملية تقييم الأداء وردت مفاهيم متعددة ومختلفة لعملية تقييم الأداء.

فالأداء المالي هو العملية التي يتم من خلالها استكشاف واشتقاق مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يهتم في تحديد أهمية وخواص الأنشطة التشغيلية والمالية للمشروع وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية ومصادر أخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم الأداء المالي (بطر ، 2006 : 3).

وقد أكد (الحسيني والدوري) على أن جوهر عملية تقييم الأداء هي مقارنة الأداء الفعلي بمؤشرات محددة مسبقا للوقوف على الانحرافات وإن تقييم الأداء هو عبارة عن قياس ما تم انجازه من عمل و مقارنته مع المستهدف وفي خلال مدة زمنية محددة (الحسيني والدوري ، 2008 : 232)، و إن تقييم أداء المصرف هي السياسة التي تتخذ لتقرير مدى تحقيق الإدارات المختلفة ومراكز المسؤولية في الأهداف المحددة مقدما والوقوف على الانحرافات وتفسير أسبابها وتحديد أوجه التصحيح المناسبة (اللوذي وزيلو آخرون، 1997 : 192)، ويعد تقييم الأداء وظيفة إدارية تمثل الأخيرة من سلسلة العمل الإداري المستمر وتشمل مجموعة من الإجراءات التي يتخذها جهاز الإدارة للتأكد من أن النتائج تحقق على النحو المرسوم و بأعلى درجة من الكفاءة (السيبي ، 1998 : 232).

إن تقييم الأداء قد تكون عملية مخطط لها مسبقا وبالوقت نفسه هي عملية ايجابية لأنها لا تسعى لكشف العيوب فقط وإنما تهتم أيضا بنقاط القوة في أداء المصرف إنشاء سعيه لتحقيق الأهداف (صالح وسالم ، 2009 : 102).

ويمكن تعريف تقييم الأداء بأنه نظام متكامل يعمل على مقارنة النتائج الفعلية للمؤشرات المختارة أو المنتخبة بما يقابلها من المؤشرات المستهدفة أو بتلك التي تعكس نتائج الأداء خلال مدد سابقة (فهد ، 2009 : 24).

وعرف (Rose) تقييم الأداء على أنه الوسيلة التي بواسطتها يتم التأكد بأن النتائج التي حققها المصرف في نهاية مدة زمنية معينة هي مطابقة لما أراد المصرف تحقيقه من الخطط والبرامج التي وضعتها الإدارة (Rose , 1999 : 197).

ويمكن تعريفه بأنه مجموعة عمليات أو سلسلة من الأحداث يتم تصميمها لإدارة وتشغيل أغراض متعددة كملاحظة وقياس وتعديل الأداء (Manhal , 2009 : 86).

ب. أهمية تقييم الأداء:

تحظى عملية تقييم الأداء في المصارف بأهمية بارزة وكبيرة وفي جوانب ومستويات مختلفة ومتعددة يمكن إجمالها بالآتي: (الحسيني والدوري ، 2008 : 232) (فهد ، 2009 : 29 - 30)

- 1) يظهر تقييم الأداء المركز الاستراتيجي للمصرف ضمن إطار البيئة التي يعمل بها ومن ثم تحديد أولويات التغيير المطلوبة لتحسين المركز التنافسي والاستراتيجي للمصرف.
- 2) يبين تقييم الأداء في المصارف قدرة المصرف على تنفيذ ما مخطط له من أهداف من خلال مقارنة النتائج المتحققة مع المستهدف منها والكشف عن الانحرافات واقتراح المعالجات اللازمة لها مما يعزز أداء المصرف بمواصلة البقاء والاستمرار في العمل.
- 3) تساعد عملية تقييم الأداء على إيجاد نظام سليم وفعال للاتصالات والحوافز.
- 4) يساعد تقييم الأداء في الكشف عن التطور الذي حققه المصرف في مسيرته نحو الأفضل أو الأسوأ وذلك عن طريق نتائج الأداء الفعلي في المصرف زمانيا من مدة إلى أخرى ومكانيا بالمصارف المماثلة الأخرى.
- 5) يقدم صورة شاملة لمختلف المستويات الإدارية عن أداء المصرف وتحديد دوره في الاقتصاد الوطني وآليات تعزيزه.
- 6) يعمل تقييم الأداء على إيجاد نوع من المنافسة بين الأقسام المختلفة في المصرف مما يساهم في تحسين الأداء فيه.
- 7) يكشف تقييم الأداء عن مدى إسهام المصارف في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال تحقيق أكبر العوائد بأقل التكاليف والتخلص من عوامل الهدر والضياع في الوقت والجهد والمال مما يعود على المجتمع والاقتصاد بالفائدة.
- 8) يقدم تقييم الأداء إيضاحا للعاملين في كيفية أداء مهامهم الوظيفية ويعمل على توجيه الجهود ولتحقيق الأداء الناجح الذي يمكن قياسه والحكم عليه.
- 9) يساعد تقييم الأداء في الكشف عن الانحرافات ومعرفة أسبابها لكي تتخذ الإجراءات التصحيحية منعا لتكرار هذه الانحرافات.
- 10) ترشيد الإنفاق عن طريق متابعة المصارف لمواردها المتاحة.
- 11) التأكد من تحقيق التنسيق بين مختلف نشاطات المصرف المتمثلة بالأنشطة التسويقية والتمويلية وإدارة الأفراد وهذا يحقق الوفورات الاقتصادية ولتلافي الإسراف المالي.

ج. أهداف تقييم الأداء:

إن لعملية تقييم الأداء في المصارف أهداف عدة ومتنوعة يمكن عرض بعضها من خلال الآتي: (الحسيني والدوري ، 2008 : 232) (فهد ، 2009 : 30 - 31)

1. متابعة تنفيذ أهداف المصرف المحددة مسبقا ، الأمر الذي يتطلب متابعة تنفيذ الأهداف المحددة كما ونوعا وضمن الخطة المرسومة والمدة المحددة لها ، وكل ذلك يتم بالاستعانة بالبيانات والمعلومات المتوفرة عن الأداء.

2. الكشف عن الانحرافات ومواطن الخلل والضعف في نشاط المصرف وإجراء تحليل شامل لهذه الانحرافات لمعرفة مسبباتها ، وذلك لوضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها والعمل على تلافي هذه الأخطاء وغيرها مستقبلاً.

3. يقدم تشخيصاً للمشاكل التي يواجهها المصرف والحكم على كفاءته بالقيام بأعماله.

4. الوقوف على العلاقات التي تربط بين الموارد المتاحة وبين كفاءة استخدامها من قبل المصرف وكيفية تطوير هذه العلاقات خلال مدة زمنية معينة من خلال مقارنة ما هو متحقق مع ما تم التخطيط له مسبقاً.

5. تقديم البيانات والمعلومات الإحصائية اللازمة عن نتائج تقييم الأداء للأجهزة الرقابية لتسهيل مهامها ويمكنها من إجراء المتابعة الشاملة والمستمرة لنشاط المصرف لضمان تحقيق الأداء الأفضل.

3 . مؤشرات الأداء المصرفي:

تعد المؤشرات المالية من أهم الأسس التي تقوم عليها عملية تقييم الأداء في المصارف، فنجاح عملية التقييم يعتمد بدرجة كبيرة على درجة و ملائمة المؤشرات المالية و قابليتها على قياس الأداء بشكل سليم (فهد ، 2009 : 57).

وإن الأداء المالي يشير إلى العملية التي من خلالها اشتقاق من المعايير أو المؤشرات النسبية و النوعية حول نشاط أي مصرف وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية و مصادر أخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم الأداء المالي للمنشآت. وهذه المؤشرات تكون ذات أهمية كبيرة لأصحاب المصالح في المصرف من بينهم المالكون والمودعون و المقرضون لما لهذه العملية من أهمية في إبراز الوضع المالي لهذه المصارف ومن ثم المساعدة في عملية اتخاذ القرارات وهناك عدد كبير من النسب المالية التي تستخدم في تقييم الأداء المالي للمصارف كافة، وبذلك تتعدد الخيارات في اختيار النسب المالية وذلك تبعاً لطبيعة التقييم وظروفه و الأهداف المراد الوصول إليها (الموسوي ، 2009 ، 30).

وتعد النسب المالية محاولة لإيجاد العلاقة بين معلومتين فاصلتين في المركز المالي فهي تقوم بتزويد الأطراف ذات العلاقة بطريقة أفضل لفهم ظروف المنشأة ولا يتطلب حساب النسب المالية إلا قدرًا محددًا من المهارة والمقدرة ، أما تحليل وتفسير تلك النسب فيعد الحجر الأساس والمحك الرئيسي في التمييز بين المحلل المالي الكفء والمحلل المالي الأقل كفاءة (هندي ، 2004 : 73) ، ويعد استخدام النسب المالية في التحليل المالي من أهم الوسائل التي تساعد الإدارة على معرفة وضع سيولة المصرف وموقف الأموال المتاحة للتوظيف وإن هناك عدداً كبيراً من المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الأداء في المصارف التجارية ومنها مؤشرات السيولة ومؤشرات ملاءة رأس المال ومؤشرات نسب توظيف رأس المال إلا أننا سنتطرق إلى أهم تلك المؤشرات وأكثرها شيوعاً وهي:-

*مؤشرات الربحية:

و تعد هذه المؤشرات من أهم المؤشرات المالية المستخدمة في تقييم الأداء المصرفي وهي تقيس قدرة المصرف على تحقيق العائد على الأموال المستثمرة وتشمل هذه المؤشرات النسب التالية:

1. العائد على حق الملكية (ROE):-

هو مقياس يقيس العائد المتحقق على استثمارات المساهمين في حق الملكية (Jeitman , 2006 : 69)، وعند قياس هذه النسبة يكون من السهل معرفة العائد الذي يحصل عليه المساهمون في المصرف مقارنة بغيرهم من المساهمين في المصارف الأخرى (تيم ، 2009 : 52) ويمكن حساب هذا المؤشر من قسمة صافي الدخل بعد الضرائب على حق الملكية وكالاتي:-

$$\text{معدل العائد على حق الملكية} = \frac{\text{صافي الدخل بعد الضريبة}}{\text{حق الملكية}}$$

(Lashor , 2008 : 90)

(Ross & Westerfield Jordan , 2006 : 65)

وكلما ارتفع هذا العائد في مصرف ما فإنه يشير الى كفاءة هذا المصرف في تحقيق صافي أرباح أو عوائد مالية للمستفيدين.

2. العائد على الموجودات (ROA):-

هو مقياس يقيس الفاعلية الكلية للإدارة في توليد الأرباح من الموجودات المتوفرة لديها وهذا العائد يدعى أيضا بالعائد على الاستثمار (ROI) (Jeitman , 2006 : 68)، وإن المصارف تبحث دائما عن الزيادة في هذا العائد لأنه مقياس لربحية الاستثمارات القصيرة والطويلة الأجل كافة و أن ارتفاع هذا المؤشر يدل على كفاءة سياسات الإدارة الاستثمارية والتشغيلية وتحسب هذه النسبة من تقسيم صافي الدخل بعد الضرائب على الموجودات الكلية (العامري ، 2007 : 117)، وكالاتي :

$$\text{معدل العائد على الموجودات} = \frac{\text{صافي الدخل}}{\text{مج الموجودات}}$$

(Weaver & Weston , 2008 : 214)

وكلما ارتفعت هذه النسبة فإنها تشير إلى كفاءة المصرف في تحقيق صافي أرباح في استثمار موجودات.

3. مضاعف الملكية (EM):-

تبين قدرة القرارات المالية التي تتخذها إدارة المصارف بشأن استخدام القروض في هيكلها المالي ، أي تمويل بالديون ، مقارنة بحقوق الملكية ، وبما يؤدي إلى تعظيم معدل العائد على حق الملكية ومن ثم فإن إدارات المصارف التجارية تستخدم بصورة كبيرة آلية الرفع المالي- وهي الأموال ذات الكلفة الثابتة أو المنخفضة - لزيادة العائد على حقوق الملكية إلى المستوى الذي تتنافس به مع العائد لأصحاب رأس المال في الشركات غير المالية (الخالدي ، 2008 : 152).

تظهر هذه النسبة عدد المرات التي يضاعف فيها العائد على الأصول بسبب الرفع المالي ، وهي تشير إلى المعدل الذي يمكن أن تنخفض فيه موجودات البنك الكلية قبل أن يتأثر وضع دائني

المصرف (المودعين والمستثمرين الخارجيين) فيه (العجلواني ، 2010 : 410)، ويمكن حساب هذه النسبة من قسمة مجموع الموجودات على حقوق الملكية وفق الصيغة الآتية:-

$$\text{مضاعف الملكية} = \frac{\text{الموجودات الكلية}}{\text{مجموع حق الملكية}}$$

(Rose , 2002 : 157)

4. العائد على الودائع (ROD):-

يقيس هذا المؤشر مدى قدرة المصرف على توليد الأرباح من الودائع التي ينجح في الحصول عليها (آل علي ، 2002 : 300) ويقيس هذا المعدل نصيب كل وحدة من وحدات الودائع من صافي الربح المستحق للمصرف بعد دفع الضرائب (فهد ، 2009 : 60)، يقاس بقسمة صافي الربح بعد الضريبة على مجموعة الودائع وكما في المعادلة الآتية :

$$\text{معدل العائد على الودائع} = \frac{\text{بعدالربحصافي الضريبة}}{\text{مجموع الودائع}}$$

(الصانغ وأبو احمد ، 2006 : 112)

وبارتفاع هذا المعدل يتبين الاستغلال الأمثل للودائع في تحقيق الأرباح.

5. العائد على الأموال المتاحة (ROR):-

يصور هذا المعدل ربحية الأموال المتاحة للتوظيف في المصرف وهي تشمل الودائع وحقوق الملكية وإن الخصوم (المطلوبات) الأخرى لا تعد أموالاً متاحة للتوظيف وإنما تنشأ نتيجة تصرفات إدارية معينة (اللوذي وزويله والطروانة ، 1997 : 122) وإن هذا المؤشر يقيس صافي الأرباح المتولدة إلى جملة الموارد المتاحة ، يقاس بقسمة صافي الربح على الودائع وحقوق الملكية وكالاتي :

$$\text{العائد على الأموال المتاحة} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{الودائع+حق الملكية}}$$

(آل علي ، 2002 : 300)

ثانياً: المصارف التجارية :

1 . نشأة المصارف التجارية:

لقد ارتبط تطور المصارف ونشأتها بتطور المجتمعات اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وقد كانت التجارة و ما زالت تمثل احد أهم الأنشطة التي ساعدت في نمو وتطور المصارف (حداد وهذول ، 2006 : 144) ويعتقد البعض إن أول ظهور للمصارف كان متزامنا مع ظهور أول شكل من أشكال النقود والذي كان في أواخر القرن السابع قبل الميلاد ولكن إن مبادئ حمورابي التي وضعها عام 1675 ق.م تعد من أقدم النصوص المعروفة في التاريخ فيما يخص الإيداع والإقراض والفائدة والضمانات (شقيير والأخرس وسالم ، 2002 : 13) وفي اليونان كان عمل الصرافة متداولاً في المعابد في القرن الرابع قبل الميلاد وأيضاً في الصين في القرن السادس قبل الميلاد وكذلك في الإمبراطورية الرومانية في القرون الوسطى خلال القرن التاسع الميلادي وما بعده (البروجدي ، 2005 : 135) وإن التطورات التجارية التي حدثت في أوروبا في العصور الوسطى وبالأخص التجارة البحرية التي نتج عنها إنشاء أول بنك في برشلونة عام 1401م وهكذا تطورت المصارف التجارية بتطور التجارة ومراكزها

الرئيسية (خلف ، 2006 : 57) ويعد البعض إن المصارف التجارية هي وريثة المرابين العاديين والصاغة فضلا عن التجار ، أما في الوقت الحاضر فإن المصارف التجارية أخذت بالتوسع والانتشار بسبب توسع التجارة وتطور الصناعة وازدهار الائتمان باعتباره أسلوب مناسب لطريقة الإنتاج الرأسمالي (عوض الله والفولي ، 2003 : 97).

2 . المفهوم والأهمية :

أ . مفهوم المصارف التجارية:

إن أصل كلمة مصرف مشتقة من الصيرفة أو التعامل بالأموال وإن كلمة بنك مشتقة من الكلمة الإيطالية (Banca) التي تعني المائدة وإن الذين يعملون بالصيرفة كانوا يضعون أموالهم على الموائد ويقومون بعملية الصيرفة (الشري ، 2009 : 34).

يتباين الباحثون في إعطاء تعريف موحد وشامل للمصرف وذلك بسبب اختلاف الزاوية التي يرى الباحثون المصرف منها ولذلك تعددت وتنوعت تعريفات المصرف التجاري وأيضا يختلف التعريف باختلاف المنهج الذي يستخدمه الباحثون وباختلاف نظرتهم وإلى الوظائف التي تؤديها هذه المصارف ، وعرف بأنه المؤسسة التي تتيح خدمات مصرفية متنوعة للجمهور دون تمييز فهي تقدم للمدخرين فرص متنوعة لاستثمار مدخراتهم من خلال الودائع التقليدية أو شهادات الإيداع قصير الأجل وكذلك تتيح فرص للمقترضين من خلال تقديمها لهم قروض قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأجل (حداد وهذول ، 2005 : 144).

وعرف المصرف التجاري على أنه المنشأة التي تتخذ من الاتجار بالنقد حرفة لها (السيسي ، 1997 : 12) (شقيير والأخري وسالم ، 2002 : 15).

ويعرف بأنه أي وسيط مالي يقبل الودائع ويمنح القروض (Rose , 2002 : 4).

كما تعرف المصارف التجارية بأنها المصارف التي تتعامل بالائتمان وأهم ما يميزها قبول الودائع تحت الطلب والذي ينتج عنه خلق النقود (خريس وأبوخضير وخصاونه ، 2002 : 83).

وأيضا يعرف بأنه مكان لالتقاء عرض الأموال بالطلب عليها أي تكون كأوعية لجمع المدخرات ومن ثم ضخ هذه الأموال إلى الأفراد والمشروعات وإعادة استخدامها لمنح الائتمان وباقي العمليات المالية للوحدات الاقتصادية غير المصرفية (الحسيني والدوري ، 2008 : 13).

ويعرف من وجهة نظر أخرى أنه أحد أهم وأقدم المؤسسات المالية الوسيطة وظيفته الأساسية قبول الودائع الجارية والتوفير ولأجل من الأفراد والمشروعات وإعادة استخدامها لمنح الائتمان وباقي العملات المالية للوحدات الاقتصادية غير المصرفية (آل علي ، 2002 : 19).

والمصرف التجاري عرف بأنه أي عرض للودائع حسب الطلب وتقديم القروض للأعمال التجارية أو الأعمال بصورة عامة (Rose & Hudgins , 2005 : 6).

ومن التعاريف أعلاه يمكن أن نستنتج تعريف شامل للمصرف التجاري يجمع أغلب المعاني السابقة والذي يصور المصرف التجاري على أنه مؤسسة مالية تكون مهمتها الأساسية قبول الودائع بجميع أنواعها من المدخرين وتقديم القروض للأفراد والأعمال التجارية .

ب . أهمية المصارف التجارية:

تؤدي المصارف دورا مهما في الحياة الاقتصادية والاجتماعية من خلال الوظائف التي تقوم بها والخدمات التي تقدمها للمجتمع من جهة ولأي نشاط اقتصادي من جهة أخرى وذلك لان المصارف التجارية

هي من أهم المؤسسات المالية التي تتعامل بالأموال والتي هي عصب الحياة والعمود الفقري لأي نظام اقتصادي ولهذا لا يمكن أن نجد أي اقتصاد سليم ومعافى بدون وجود جهاز مصرفي كفوء.

ويمكن إجمال الدور الذي تلعبه المصارف أو أهميتها بالآتي:

1. يكون للمصارف التجارية دور مهم بعدها حلقة وصل بين وحدات الفائض ووحدات العجز والذي يحقق فاعلية وكفاءة الاستخدام الأمثل للموارد.
2. للمصارف التجارية دور كبير في تخفيض المخاطر من خلال استثمار الأموال في مجالات متنوعة وهذا ما يزيد في سلامة الودائع. (الشري ، 2008 : 32)
3. تلعب المصارف التجارية دورا رياديا واستراتيجيا في تنفيذ أهداف ومكونات السياسة المالية للدولة بعناصرها الائتمانية والنقدية.
4. تبرز أهمية المصارف التجارية من خلال الدور الذي تلعبه في تهيئة الأموال وضخها في مجالات استثمارية متنوعة ومتعددة تسهم بشكل أو بآخر في تنمية وتطوير مختلف القطاعات الاقتصادية. (الحسيني والدوري ، 2008 : 33)
5. تكون المصارف التجارية مركز لتجميع رؤوس الأموال الصغيرة لان صاحب رأس المال الصغير ليس بإمكانه تنفيذ مشاريع كبرى بمفرده.
6. المصارف التجارية يكون لها أهمية كبيرة لأنها محل أمن للادخار المالي لان بدون المصارف سيواجه الأفراد أخطار عدة في حفظ نقودهم. (البروجدي ، 2005 : 143)
7. إن أهمية المصارف التجارية تبرز من خلال الوظائف التي يؤديها الائتمان الذي تمنحه المصارف والذي يتمثل في كونه وسيلة تبادل وأيضا يسهم في زيادة الاستثمار وله دور كبير في زيادة الإنتاج وبذلك يتيح لفئات المجتمع المختلفة زيادة الاستهلاك وأيضا يسهم بالانتفاع من الموارد العاطلة والتخصيص الكفوء لهذه الموارد (خلف ، 2006 : 58-65).

3 . الوظائف والأهداف :

أ. . وظائف المصارف التجارية:

تسعى المصارف التجارية إلى ممارسة العديد من الوظائف وتقديم العديد من الخدمات المتنوعة وذلك لتحقيق اعلى مستوى من الأرباح وتحسين جودة خدماتها لتحقيق مركز استراتيجي متميز وتحقيق رضا ولاء الزبون (الحسيني والدوري ، 2008 : 34).

وتنقسم وظائف المصارف التجارية إلى وظائف تقليدية وأخرى حديثة وكالاتي:

• الوظائف التقليدية: (عبد الله ، 1999 : 242)

وسميت هذه الوظائف بالتقليدية لأنها نشأت مع نشوء المصارف وهي كالاتي:

1. منح القروض: تعد هذه الوظيفة الاستثمار الأول والرئيس للمصارف التجارية وتمنح القروض إلى جميع المتعاملين معها و لا سيما قصيرة الأجل و تعد القروض المصرفية من أهم مصادر التمويل لمؤسسات الأعمال.
2. قبول الودائع: تشكل الودائع الجزء الأكبر من مصادر أموال المصارف التجارية وقد تنوعت أشكال هذه الودائع ولكن أبرزها الودائع تحت الطلب.
3. تشغيل موارد البنك في جوانب أخرى مع التوفيق بين الربحية والسيولة.

4. التوسط بين المقرضين والمقرضين.

• الوظائف الحديثة:

سميت هذه الوظائف بالحديثة بسبب السبق التاريخي لظهور الوظائف التقليدية ولأن هذه الوظائف تختلف وتتغير مع التطورات الاقتصادية ومع اختلاف المجتمعات التي تنشأ بها وباختلاف البيئة التشريعية التي تساعد على ظهورها أو إلغائها وهي كالاتي: (حداد وهذول ، 2005 : 145) (خريس وأبوخضير وخصاونه ، 2002 : 83)

1. الاستثمار بالعملة الأجنبية.
2. إصدار الأوراق المالية.
3. إدارة الاستثمارات لحساب الزبائن.
4. تقديم الاستشارات المالية لزيائنها وإعداد دراسات الجدوى وغيرها.
5. تمويل الإسكان الشخصي بالإقراض.
6. التحصيل عن الغير نيابة عن الزبون وتسديد المستحقات المترتبة بذمته.
7. إصدار خطابات الضمان.
8. خدمات البطاقة الائتمانية وغيرها من الخدمات.

ب. . أهداف المصارف التجارية:

تسعى المصارف التجارية لتحقيق مجموعة من الأهداف والتي بدونها لا يوجد مبرر لعمل المصرف والأهداف الرئيسية للمصارف التجارية ثلاث (الربحية ، السيولة ، الأمان) وكالاتي:

1. الربحية : تسعى إدارة المصرف دائما إلى تحقيق أكبر ربح ممكن لأصحاب المصرف و يعد حجم الأرباح المعيار الأساسي لمدى كفاءة الإدارة ويتحقق الربح عندما تكون إيرادات المصرف أكبر من التكاليف التي يتحملها و تشمل إيرادات المصرف (الفوائد الدائنة على التسهيلات الائتمانية - أجور الخدمات غير المصرفية - عوائد الفرق بين أسعار بيع وشراء العملة الأجنبية ...الخ) وتشمل تكاليف المصرف (الفوائد المدينة على الودائع - المصاريف الإدارية - العمولات المدنية ...الخ) (ابوحد وقديري ، 2005 : 33) ولوجود مخاطر في الأنشطة التي يزاولها المصرف التجاري فيجب أن يقابل هذه المخاطر أرباح طبقا لهذه المعادلة (المخاطرة = الربحية) (الشمرى ، 2008 : 41).

2. السيولة : سيولة أي أصل تعني سهولة تحويله إلى نقد بأسرع وقت ممكن وبأقل خسارة ، والسيولة في المصارف تعني قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المتمثلة بطلبات سحب المودعين وتلبية طلبات الائتمان وأي حاجات مالية أخرى لأن المصارف ليست كباقي المؤسسات المالية تستطيع تأجيل سداد ما عليها من مستحقات فان أي إشاعة عن عدم توفر سيولة لدى المصرف تؤدي إلى إفلاسه (ابوحد وقديري ، 2005 : 34) وبما إن الودائع تمثل الجزء الأكبر من أموال المصرف مستعدا للوفاء بها في أي لحظة وتتأثر السيولة بدرجة استقرار الودائع وبالسياسة النقدية والوعي المصرفي والادخاري (حداد وهذول ، 2005 : 148).

3. الأمان : أي لا يمكن للمصرف أن تكون خسائره أكبر من رأسماله لان هذه الخسائر ستؤثر في أموال المودعين وتحاول المصارف توفير أكبر قدر من الأمان عن طريق تجنب المخاطرة أو توزيعها على مناطق جغرافية متعددة وهذه المخاطرة سببها صغر رأس المال الذي نسبته إلى مجموع الموجودات لا تزيد عن 8% وان الودائع تكون أكبر منه بكثير (الشمرى ، 2008 : 41).

بتعارض هذه الأهداف تكمن مشكلة الإدارة المصرفية وذلك لأنه عندما ترغب وبالتالي لاستطيع المحافظة على درجة أمان مناسبة للمودعين وذلك لان كل من السيولة والأمان يتناسب عكسيا مع هدف الربحية (البوحد وقديري ، 2005 : 35)

و توجد أهداف أخرى للمصرف التجاري تكون مكملة للأهداف الرئيسية الثلاث وهي: (اللوذي وزويلفة والطروانة ، 1997 : 90)

1. سمعة المصرف : سمعة المصرف مهمة في تحقيق باقي الأهداف.
2. أهداف التوظيف : أي توظيف الأموال في الإقراض و الاستثمار في ضوء الموارد المتاحة.
3. أهداف الابتكار : أي انه لابد للمصرف التجاري من ابتكار خدمات جديدة و أيضا ابتكار طرق جديدة لأداء الخدمات المالية و بسرعة كبيرة من اجل راحة الزبون.
4. كفاءة و فاعلية الإدارة : لان الجهاز الإداري الجيد يكون مستعدا للتغيرات المستقبلية وأيضا يكون قادراً على حل مشكلة التعارض التي مر ذكرها.
5. المشاركة في تطوير المجتمع الذي يعمل فيه المصرف وهذا عن طريق تقديم الخدمات الاجتماعية.

4 . خصائص المصارف التجارية :

للمصارف التجارية خصائص متعددة تميزها عن غيرها من المصارف والمؤسسات المالية الأخرى وهي كما يلي: (آل علي ، 2002 : 20)(الجزائر : 89)

1. تقوم المصارف التجارية بتجميع مدخرات الزبائن بصورة ودائع وعلى اختلاف أنواعها ويعد صاحب الوديعة دائنا والمصرف مدينا.
2. تقوم بالاحتفاظ بالودائع الجارية أو الودائع تحت الطلب التي يمكن أن يقوم المودع بسحبها في أي وقت بواسطة الصكوك ويمكن تحويل ملكيتها إلى طرف ثالث بواسطة الصكوك أيضا.
3. تتميز المصارف التجارية أيضا بخاصية توليد الودائع الجارية وهذه العملية يترتب عليها تأثيرات واضحة في عرض النقد.
4. تشكل الودائع الجارية في المصارف التجارية مصدرا مهما من مصادر أموالها وبسبب قابلية الودائع الجارية على السحب الفوري فان المصارف التجارية تكون أكثر عرضة للمخاطر.
5. المصارف التجارية تعتمد على رؤوس أموال قليلة بالنسبة لحجم الأموال التي تتعامل معها.
6. المصارف التجارية تتصف بتعامل عدد كبير من الزبائن مقارنة بالمؤسسات المالية والمصارف الأخرى.
7. المصارف التجارية في اغلب الأحيان ترفض المغامرة والخسارة وتفضل الربح مهما قل.

المبحث الثالث

الإطار العملي

أولاً: تحليل مؤشرات الأداء المصرفي:

يتم قياس الأداء المصرفي للمصارف عينة البحث خلال المدة من (2004 - 2009) ومن خلال خمس مؤشرات استخدمت للوصول لهذا الغرض وكالاتي:

1- العائد على حق الملكية :-

عند تحليل بيانات المصارف التجارية العراقية والاماراتية (عينة البحث) لمعدل العائد على حق الملكية نجد ان المتوسط الحسابي للمصارف التجارية العراقية كان اعلى من المعدل العائد على حق الملكية للمصارف التجارية الاماراتية عينة البحث كما مبين في الجدول رقم (1).

وعند تحليل المصارف التجارية العراقية والمصارف التجارية الاماراتية عينة البحث كل على حدة نجد في المصارف العراقية ان مصرف الشرق الاوسط التجاري الذي كان يبلغ معدل العائد على الملكية فيه (26.5%) هو اكثر من المعدل الذي توصل اليه مصرف بغداد التجاري الذي بلغ (15.5%) وهذا يدعم موقف مصرف الشرق الاوسط التجاري في العراق اكثر من موقف مصرف بغداد لأن الاول يستطيع المنافسة بصورة افضل من اجل اجتذاب اصحاب المصالح المختلفين على التعامل معه وكذلك يتميز مصرف الشرق الاوسط بتحقيق صافي ارباح او عوائد مالية اعلى للمستفيدين و لا سيما المساهمين.

وفي المصارف الاماراتية نجد ان مصرف دبي التجاري هو الذي تفوق على مصرف ابو ظبي التجاري في تحقيق معدل عائد على حق الملكية اعلى منه والذي بلغ (17.2%) واما في مصرف ابو ظبي فقد بلغ المتوسط الحسابي لسني الدراسة (13.4) وهذا يجعل موقف مصرف دبي افضل من موقف مصرف ابو ظبي ولا سيما في اجتذاب المساهمين.

الجدول رقم (1)

العائد على حق الملكية للمدة من (2004-2009)

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	المتوسط الحسابي	المعدل العام
مصرف بغداد التجاري (%)	30.3	3.3	14.1	26	2.4	17	15.5	21
مصرف الشرق الأوسط التجاري (%)	37.1	38.1	14.4	28.6	17.1	23.5	26.5	
مصرف دبي التجاري (%)	17	19.5	15.8	19.7	16.4	15	17.2	15.3
مصرف أبو ظبي التجاري (%)	16.1	22.3	20.1	18.5	8.6	(5.4)	13.4	

المصدر: من إعداد الباحثين

2- العائد على الموجودات :-

في الجدول رقم (2) نرى ان المصارف العراقية في المتوسط الحسابي البحث لها معدل عائد على الموجودات يباغ (3.1%) وهو اكبر من معدل العائد على الموجودات في المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث الذي بلغت نسبته (2.35%) وهذا يبين ان المصارف العراقية افضل من المصارف الاماراتية في تحقيق صافي ارباح نتيجة استثمار موجوداتها في المصارف العراقية عينة البحث واستخدامها سياسة الاستثمار واستئمان تساعد على توليد الارباح.

وبالنسبة للمصارف العراقية بصورة منفردة فنرى من الجدول رقم (2) ان مصرف بغداد كان افضل من مصرف الشرق الاوسط لمؤشر معدل العائد على الموجودات بمعدل (3.2%) لمصرف بغداد و(3%) لمصرف الشرق الاوسط ومن هذا يتبين ان مصرف بغداد قادر على توليد الارباح من الموجودات بنسبة اكبر من مصرف الشرق الاوسط

واما المصارف الاماراتية فان مصرف دبي التجاري الذي حقق معدل عائد على الموجودات يبلغ (2.9%) وهذا ما جعله قادراً على ادارة موجوداته بافضل استثمار وبهذا يحقق صافي ارباح اعلى من مصرف ابو ظبي التجاري الذي يبلغ معدل (1.8%).

الجدول رقم (2)
العائد على الموجودات للمدة من (2009-2004)

المعدل العام	المتوسط الحسابي	2009	2008	2007	2006	2005	2004	السنة
3.1	3.2	2.3	4	5.4	2.5	0.6	4.2	مصرف بغداد التجاري (%)
	3	4	2.3	3.6	1.7	3.3	2.8	مصرف الشرق الاوسط التجاري (%)
2.35	2.9	2.2	2.2	3.1	3.2	3.6	3.2	مصرف دبي التجاري (%)
	1.8	(0.4)	0.9	2	2.6	3.3	2.1	مصرف ابو ظبي التجاري (%)

المصدر: من إعداد الباحثين

3- مضاعف الملكية :-

عند النظر الى المصارف عينة البحث يتبين ان المصارف التجارية العراقية لها مضاعف ملكية يبلغ (7.85) مرة وهذا يكون اكبر بقليل من المصارف الاماراتية عينة البحث واما المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث فقد بلغ مضاعف الملكية فيها (7.75) مرة.

واما بالنسبة للمصارف العراقية فنجد ان مصرف الشرق الاوسط كان متفوقاً على مصرف بغداد بمضاعف الملكية إذ يبلغ مصرف الشرق الاوسط (9.6) مرة اما مصرف بغداد فقد كان (6.1) وعند النظر الى الجدول رقم (3) فنرى ان مصرف ابو ظبي كان يتفوق على مصرف دبي (في عينة البحث من المصارف التجارية الاماراتية) إذ يبلغ مضاعف الملكية لمصرف ابو ظبي (6.1) مرة واما في مصرف دبي فقد بلغ (9.4) مرة.

الجدول رقم (3)
مضاعف الملكية للمدة من (2009-2004)

المعدل العام	المتوسط الحسابي	2009	2008	2007	2006	2005	2004	السنة
7.85	6.1	7.3	5.9	4.8	5.6	5.7	7.2	مصرف بغداد التجاري (%)
	9.6	13.1	11.7	8.4	8.1	8.9	7.4	مصرف الشرق الاوسط التجاري (%)
7.75	6.1	6.9	7.6	6.4	4.9	5.4	5.3	مصرف دبي التجاري (%)
	9.4	15.4	9.4	9.4	7.6	6.7	7.7	مصرف ابو ظبي التجاري (%)

المصدر: من إعداد الباحثين

4- معدل العائد على الاموال المتاحة :-

يتبين من الجدول رقم (4) الذي فيه تحليل لمعدل العائد على الاموال المتاحة ان المصارف التجارية العراقية تتفوق على المصارف الاماراتية بمعدل عائد على الاموال المتاحة يبلغ (3.2%) واما المصارف التجارية الاماراتية فقد بلغ فيها (3%) وهذا يشير الى مدى قدرة المصارف التجارية العراقية على توليد العوائد من توظيف الموارد المالية المتمثلة (بحقوق الملكية والودائع) في تمويل الموجودات بكفاءة اكبر مقارنة بالمصارف التجارية الاماراتية .

وفي المصارف العراقية لوحدها نجد أن مصرف بغداد له معدل عائد على الاموال المتاحة في المتوسط الحسابي لسنوات البحث الذي بلغ (3.5%) مقارنة بمصرف الشرق الاوسط الذي بلغ معدل العائد على الاموال المتاحة فيه (2.9%) وبالنسبة للمصارف التجارية الاماراتية فقد تفوق مصرف دبي التجاري بمعدل عائد يبلغ (4.1%) على مصرف ابو ظبي التجاري الذي بلغ معدل الاموال المتاحة فيه (3%).

الجدول رقم (4)
العائد على الاموال المتاحة للمدة من (2004-2009)

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	المتوسط الحسابي	المعدل العام
مصرف بغداد التجاري (%)	2.4	4.4	6	2.8	0.6	4.5	3.5	3.2
مصرف الشرق الاوسط التجاري (%)	2.3	2.8	3.8	1.9	3.4	3.4	2.9	
مصرف دبي التجاري (%)	3.7	4.1	3.4	3.6	2.5	2.4	3.3	3
مصرف ابو ظبي التجاري (%)	2.6	5.1	4.4	3.2	1.5	(0.6)	2.7	

المصدر: من إعداد الباحثين

5- معدل العائد على الودائع :-

في الجدول رقم (5) الخاص بمعدل العائد على الودائع نجد ان المصارف التجارية العراقية تتفوق على المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث وذلك لان المعدل العام للمتوسط الحسابي للمصارف العراقية عينة البحث كان اكبر من المصارف الاماراتية إذ بلغ المعدل العام لها يساوي (4.15%) وان المصارف الاماراتية معدلها العالم كان يبلغ (3.55%)

وعند النظر الى المصارف التجارية العراقية عينة البحث المتمثلة بمصرفي بغداد والشرق الاوسط نجد ان مصرف بغداد حقق معدل عائد على الودائع يبلغ (5.1%) وهذا المعدل هو اكبر من معدل مصرف الشرق الاوسط الذي كان معدل العائد على الودائع فيه يبلغ (3.2%) اي ان مصرف بغداد التجاري فيه استغلال امثل للودائع في تحقيق الارباح بالنسبة لمصرف الشرق الاوسط.

وبالنظر الى المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث نرى ان مصرف دبي حقق متوسط حسابي لسنوات البحث لمعدل العائد على الودائع بلغ (4.1%) وان مصرف ابو ظبي حقق اقل من هذا المقدار والذي بلغ (3%).

الجدول رقم (5)

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	المتوسط الحسابي	المعدل العام
مصرف بغداد التجاري (%)	5.3	4.6	3.5	8.8	5.4	2.8	5.1	4.15
مصرف الشرق الاوسط التجاري (%)	2.7	3.3	4.3	2.2	3.8	3.7	3.2	

العائد على الودائع للمدة
من (2004-2009)
المصدر: من إعداد
الباحثين

3.55	4.1	2.8	3	4.4	4.4	5.2	4.7	لتجاري (%)
	3	(0.6)	1.6	3.7	5	5.7	2.7	بي التجاري (%)

ثانياً: نقاط القوة

والضعف:

يتم مقارنة نتائج التحليل لمؤشرات الأداء المصرفي عن طريق نقاط القوة والضعف التي توصلت إليها نتائج التحليل وذلك بمقارنة نتائج تحليل المصارف التجارية العراقية عينة البحث (بغداد والشرق الأوسط) وأيضاً بمقارنة نتائج تحليل المصارف التجارية الإماراتية عينة البحث (دبي وأبوظبي) ، وكذلك المقارنة بين المصارف التجارية العراقية والمصارف التجارية الإماراتية عينة البحث بصورة منفردة لكل مصرف على حدة بالنسبة للمصارف الأخرى وذلك لبيان أي المصارف أداءها أفضل وكالاتي:

1. مقارنة نتائج الاداء المصرفي للمصارف العراقية والمصارف الاماراتية:

عند مقارنة نتائج تحليل الاداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية والمصارف التجارية الاماراتية عينة البحث نجد من الجدول رقم (6) أن المصارف العراقية حققت أداءً مصرفياً كان أعلى من المصارف الاماراتية وذلك لان المصارف العراقية حققت (5) نقاط قوة وبدون مقابل أي نقطة ضعف بينما نجد ان المصارف الاماراتية لم تحقق أي نقطة قوة ولكن في المقابل حققت (5) نقاط ضعف ، اذن نجد أن المصارف العراقية تفوقت على المصارف الاماراتية بصورة عامة في تحقيق أداء أعلى منها بتحقيق (5) نقاط قوة مقابل (5) نقاط ضعف

الجدول رقم (6)
نقاط القوة والضعف للمصارف العراقية

المصارف الاماراتية		المصارف العراقية		المؤشر
قوة	ضعف	قوة	ضعف	
-		+		معدل العائد على حق الملكية
-		+		معدل العائد على الموجودات
-		+		مضاعف الملكية
-		+		معدل العائد على الاموال المتاحة
-		+		معدل العائد على الودائع
5-		5+		المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

2. مقارنة نتائج الاداء المصرفي للمصارف العراقية:

عند تحليل مؤشرات الاداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية نجد ان مصرف بغداد حقق نقاط قوة اكثر من مصرف الشرق الاوسط لان مصرف بغداد حقق (3) نقاط قوة مقابل نقطتي ضعف وبهذا فعند طرح نقاط الضعف من نقاط القوة في مصرف بغداد فاننا نجد ان مصرف بغداد يكون لديه (1) نقطة قوة ، وبالنسبة لمصرف الشرق الاوسط فعند طرح نقاط الضعف من نقاط القوة فيه فان ناتج العملية يكون نقطة ضعف واحدة او (1-) نقطة قوة وهذا لان مصرف الشرق الاوسط لديه نقطتي قوة فقط مقابل (3) نقاط ضعف وهذا مبين في الجدول رقم (6).

الجدول رقم (7)
نقاط القوة والضعف للمصارف العراقية

المؤشر		المصرف		بغداد		الشرق الأوسط	
				قوة	ضعف	قوة	ضعف
معدل العائد على حق الملكية					-	+	
معدل العائد على الموجودات				+			-
مضاعف الملكية					-	+	
معدل العائد على الاموال المتاحة				+			-
معدل العائد على الودائع				+			-
المجموع				3+	2-	2+	3-

المصدر: من إعداد الباحثين (+) تعني نقطة قوة (-) تعني نقطة ضعف

3. مقارنة نتائج الاداء المصرفي للمصارف الاماراتية:

عند تحليل مؤشرات الاداء المصرفي للمصارف التجارية الاماراتية نجد ان مصرف دبي حقق نقاط قوة اكثر من مصرف ابوظبي لان مصرف دبي حقق (4) نقاط قوة مقابل (1) نقطة ضعف وبهذا فنجد ان نقاط القوة من نقاط القوة في مصرف دبي فائداً نجد ان مصرف دبي يكون لديه (3) نقاط قوة ، وبالنسبة لمصرف ابو ظبي فيكون ناتج طرح نقاط الضعف من نقاط القوة فيه (3) نقاط ضعف او (-3) نقاط قوة وهذا لان مصرف ابوظبي لديه (1) نقطة قوة فقط مقابل (4) نقاط ضعف وهذا مبين في الجدول رقم (8).

الجدول رقم (8)
نقاط القوة والضعف للمصارف الإماراتية

المؤشر		المصرف		دبي		ابوظبي	
				قوة	ضعف	قوة	ضعف
معدل العائد على حق الملكية				+			-
معدل العائد على الموجودات				+			-
مضاعف الملكية					-	+	
معدل العائد على الاموال المتاحة				+			-
معدل العائد على الودائع				+			-
المجموع				4+	1-	1+	4-

المصدر: من إعداد الباحثين

4. مقارنة الاداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية والاماراتية بصورة منفردة:

هنا سيبين الباحثان عدد نقاط القوة والضعف التي سيجمعها المصرف التجاري سواء أكان عراقياً أم إماراتياً بالنسبة للمصارف الاخرى وبهذا نستطيع معرفة أي المصارف الاربعة عينة البحث جمع عدد نقاط اكثر وعند النظر الى الجدول رقم (9) نجد ان مصرف بغداد لديه ستة نقاط قوة مقابل نقطتي ضعف فقط أي (4) نقاط قوة لمصرف بغداد وان مصرف الشرق الاوسط حصل على خمسة نقاط قوة مقابل نقطتي ضعف أي (3) نقاط قوة لمصرف الشرق الاوسط و يأتي بعده مصرف دبي بثلاث نقاط قوة مقابل نقطتي ضعف أي (1) نقطة قوة واحدة لمصرف دبي واما مصرف ابو ظبي فجاء بنقطة قوة واحدة مقابل ثمانية نقاط ضعف أي (-7) نقاط ضعف لمصرف ابو ظبي.

الجدول رقم (9)
نقاط القوة والضعف للمصارف منفردة

المؤشر	المصرف	بغداد	الشرق الأوسط	دبي	ابوظبي
معدل العائد على حق الملكية	--	++	++	+	--
معدل العائد على الموجودات	--	++	+	-	--
مضاعف الملكية	+	-	++	-	+
معدل العائد على الاموال المتاحة	--	++	-	+	--
معدل العائد على الودائع	--	++	-	+	--
المجموع	7-	4+	3+	1+	7-

المصدر: من إعداد الباحثين (++) تعني نقطتي قوة (--) تعني نقطتي ضعف

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات:

1. تقييم الاداء في المصارف التجارية يؤدي الى معرفة واقع حال المصرف وبالأخص مستوى الاداء الذي يصل اليه المصرف والارباح التي يحققها.
2. المصارف التجارية هي مؤسسات مالية تكون مهمتها الاساسية قبول الودائع بجميع انواعها من المدخرين وتقديم القروض للأفراد والاعمال التجارية وهي تهدف الى تحقيق أقصى ربح ممكن مع توفر السيولة الكافية لتحقيق الامان في الوفاء بالتزاماتها.
3. توصل البحث الى ان الاداء المصرفي للمصارف التجارية العراقية للمدة المبحوثة افضل من الاداء المصرفي للمصارف التجارية الاماراتية عينة البحث وذلك لان المصارف العراقية حققت (5) نقاط قوة مقابل (5) نقاط ضعف للمصارف الاماراتية.
4. اتضح من خلال التحليل للمصارف التجارية العراقية للمدة المبحوثة بان مصرف بغداد التجاري كان يمتلك نقطة قوة واحدة مقابل نقطة ضعف واحدة لمصرف الشرق الاوسط التجاري وهذا يدل على ان اداء مصرف بغداد التجاري افضل من مصرف الشرق الاوسط التجاري خلال المدة المبحوثة.
5. اتضح من خلال التحليل للمصارف التجارية الاماراتية للمدة المبحوثة بان مصرف دبي التجاري حقق (4) نقاط قوة مقابل (4) نقاط ضعف لمصرف ابوظبي التجاري وهذا يدل على ان اداء مصرف دبي التجاري افضل من مصرف ابوظبي التجاري خلال المدة المبحوثة.
6. اتضح من خلال التحليل للمصارف على حدة (بغداد ، الشرق الاوسط ، دبي ، ابوظبي) بان مصرف بغداد حقق (4) نقاط قوة ومصرف الشرق الاوسط حقق (3) نقاط قوة اما مصرف دبي فقد حقق نقطة قوة واحدة واما بخصوص مصرف ابوظبي فانه لم يحقق نقاط قوة بل على العكس فانه منخفض محققا نقاط ضعف سالبة بلغت (7-) وهذا يدل على ان المصارف الخليجية متأثرة بتداعيات الازمة المالية العالمية التي حدثت عام (2008) على عكس المصارف التجارية العراقية التي كانت بعيدة عن تأثيرات وتداعيات الازمة المالية العالمية.

ثانيا : التوصيات:

1. توجيه المصارف التجارية باستخدام اساليب حديثة ومتطورة في اداء اعمالها وذلك من اجل الوصول الى اداء افضل منسجما مع التطورات الحاصلة في الاسواق المالية .
2. الوقوف على سبب ضعف اداء المصرف العراقي (الشرق الاوسط) مقابل قوة اداء مصرف بغداد التجاري والاستفادة من الاساليب المستخدمة لهذا المصرف في تحسين اداءه.
3. عند الوقوف على واقع الاداء في المصارف التجارية الاماراتية عينة البحث يجب تحديد سبب ضعف اداء مصرف ابوظبي التجاري مقابل قوة اداء مصرف دبي التجاري والاستفادة من الاساليب المستخدمة لهذا المصرف في تحسين اداءه.
4. عمل دراسة اكثر توسعا ومستخدما فيها مؤشرات الاداء الاخرى لغرض الوقوف على اداء المصارف التجارية وتقييم ادائها والوقوف على اسباب تدهورها وضعفها و لا سيما المصارف التجارية الاماراتية التي تعد من البلدان التي تتمتع بسمعة جيدة في الاسواق المالية.

المصادر

اولا: التقارير السنوية:

- أ. التقارير السنوية لمصرف بغداد التجاري للمدة (2004-2009).
- ب. التقارير السنوية لمصرف الشرق الاوسط التجاري للمدة (2004-2009).
- ج. التقارير السنوية لمصرف دبي التجاري للمدة (2004-2009).
- د. التقارير السنوية لمصرف ابوظبي التجاري للمدة (2004-2009).

ثانيا: المصادر العربية:

أ. الكتب:

1. آل علي، رضا صاحب أبو حمد . إدارة المصارف مدخل تحليل كمي معاصر . عمان: دار الفكر . 2002.
2. أبو حمد، رضا صاحب وقُدوري، مشعل. إدارة المصارف . الموصل: جامعة الموصل . 2005.
3. البروجدي، مصطفى . فقه الأوراق النقدية والبنك . دراسة فقهية مقارنة . بيروت: دار الهادي . 2005. (ترجمة عبد الرحمن العلوي).
4. تيم، فايز احمد . الإدارة المالية . عمان: إثراء للنشر والتوزيع . 2009.
5. الجزار، جعفر . البنوك في العالم . أنواعها وكيف نتعامل معها . . بيروت: دار النفائس . د:ت.
6. حداد، أكرم وهذول، مشهور . النقود والمصارف . مدخل تحليل نظري . . عمان: دار وائل . 2005.
7. الحسيني، فلاح حسن والدوري، مؤيد عبد الرحمن . إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر . ط4. عمان: دار وائل . 2008.
8. حمدان، خالد محمد وإدريس، وائل محمد . الإستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي . عمان: دار اليازوري . 2009.
9. الحميري، بشار عباس حسين جواد . اثر إدارة التدفقات النقدية على الأداء المصرفي . رسالة ماجستير . كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة كربلاء . 2006.
10. الحناوي، محمد صالح ومصطفى، نهال فريد . الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث . 2008.

11. الخالدي، حمد عبد الحسين راضي . تأثير الآليات الداخلية للحاكمية على الأداء والمخاطرة المصرفية . أطروحة دكتوراه . كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة بغداد . 2008.
12. خريس، جمال وأبو خضير، أيمن وخصاونة، عماد . النقود والبنوك . عمان: دار المسيرة . 2002.
13. خلف، فليح حسن . البنوك الإسلامية . عمان: عالم الكتب الحديث وجدار للكتاب العالمي . 2006.
14. الزعبي، هيثم محمد . الإدارة والتحليل المالي . عمان: دار الفكر . 2000.
15. السعيد، عبد الله كاظم حسن . اثر مؤشرات التحليل المالي للقيمة السوقية للأسهم . رسالة ماجستير . كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة القادسية . 2002.
16. السيسي، صلاح الدين حسن . الادارة العلمية للمصارف التجارية وفلسفة العمل المصرفي المعاصر . بيروت: دار الوسام . 1997.
17. السيسي، صلاح الدين حسن . التسهيلات المصرفية للمؤسسات والأفراد . بيروت: دار الوسام . 1998.
18. السيسي، صلاح الدين حسن . نظم المحاسبة والرقابة وتقييم الأداء في المصارف والمؤسسات المالية . بيروت: دار الوسام . 1998.
19. شقير، فائق والأخرس، عاطف وسالم، عبد الرحمن . محاسبة البنوك . ط2. عمان: دار المسيرة . 2002.
20. الشمري، صادق راشد . إدارة المصارف . الواقع والتطبيقات العملية . . عمان: دار صفاء . 2009.
21. الشمري، صادق راشد . إدارة المصارف . الواقع والتطبيقات العملية . بغداد: الفرح . 2008.
22. الشمري، صادق راشد . أساسيات الصناعات المصرفية الإسلامية . عمان: دار اليازوري . 2008.
23. صالح، عادل حرحوش وسالم، مؤيد سعيد . إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي . عمان: عالم الكتب الحديث . 2009.
24. العامري، محمد علي . الإدارة المالية . عمان: دار المناهج . 2007.
25. عبد الله، عقيل جاسم . النقود والمصارف . ط2. عمان: دار مجدلاوي للنشر . 1999.
26. العجلواني، محمد محمود . البنوك الإسلامية . ط2 . عمان: دار المسيرة . 2010.
27. عوض الله، زينب والفولي، أسامة محمد . أساسيات الاقتصاد النقدي والمصرفي . بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية . 2003.
28. فهد، نصر حمود مزنان . اثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية . عمان: دار صفاء . 2009.
29. ألولوي، سليمان احمد وزويلة، مهدي حسن والطروانة مدحت إبراهيم . إدارة البنوك . عمان: دار الفكر . 1997.
30. المشهدي، أثير عبد الأمير حسوني . نظام الحوافز وأثره في الأداء المصرفي . رسالة ماجستير . كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة القادسية . 2002.
31. مطر، محمد . الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي الائتماني . ط2 . عمان: دار وائل للنشر والتوزيع . 2006.
32. الموسوي، حيدر يونس كاظم . اثر الأداء المالي للمصارف الإسلامية في مؤشرات سوق الأوراق المالية . أطروحة دكتوراه . كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة الكوفة . 2009.
33. النعيمي، عدنان تايه وآخرون . الادارة المالية . النظرية والتطبيق . ط3. عمان: دار المسيرة . 2009.

34. هندي، منير إبراهيم . الإدارة المالية مدخل معاصر . ط 6 . الإسكندرية: المكتب العربي الحديث . 2004 .

ب. الرسائل والاطاريح:

ثالثاً: المصادر الانجليزية:

1. Fred, David . Strategy Management Concept & Cases . 8th Ed . Prentice-Hall . 2001.
2. Jetman, Lawrence J . Principles Managerial Finance . 12th Ed . Person . 2006.
3. Kotler, Philip & Groy, Armstoron . Principles Of Marketing . 8th Ed . Prentice-Hall . 1999.
4. Lashor, William R . Financial Management Apractical Approach . 5th Ed . Thomson South-Western . 2008.
5. Manhal, Mohammad . Controlling And Performance Appraisal . Basra: SayyabBooks . 2009.
6. Rose, S Peter & Hudgins, C Sylvia . Bank Management And Financial Services . 6th Ed . McGraw-Hill . 2005.
7. Rose, S Peter . Commercial Bank Management . International Ed . McGraw-Hill . 2002.
8. Rose, S Peter . Commercial Bank Management . London: Irwin McGraw-Hill . 1999.
9. Ross, Stephen A & Westerfield, Randolph W & Jaffa . Corporate Finance . 7th Ed . McGraw-Hill.
10. Ross, Stephen A & Westerfield, Randolph W & Jordan, Bred Ford D . Fundamentals Of Corporate Finance . 7th Ed . Irwin McGraw-Hill . 2006.
11. Weaver, Samual C & Weston, J Fred . Strategic Financial Management . 13th Ed . Thomson South-Western . 2008.

رابعاً: الانترنت:

1. موقع أرقام (www.argaam.com) .
2. موقع سوق العراق للأوراق المالية (isx-iq.net) .
3. موقع معلومات مباشر (www.mubasher.info)