

## الرسملة المصرفية ودورها في تعزيز القدرة التنافسية

سجي فتحي محمد الطائي

مدرس

قسم العلوم المالية والمصرفية  
كلية الإدارة والاقتصاد- جامعة الموصل

### الملخص

تواجه الصناعة المصرفية تحديات هامة ناتجة عن تزايد حدة المنافسة من الداخل والخارج ، خاصة مع دخول الاقتصاديات الناشئة في اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات وما ترتب على ذلك من ضرورة الإيفاء بمتطلبات بازل 2 والعمل على تقوية وتدعم المراكز المالية للمصارف التي تسعى إلى زيادة رؤوس أموالها من خلال إستراتيجية الرسملة كأحد الخيارات المتاحة أمامها إذ أن هذه الإستراتيجية ستعطي للمصارف قدرة أكبر على الإقراض ومنح الائتمان لزيانتها في ظل الظروف الصعبة التي يمر بها الاقتصاد العالمي وخاصة القطاع المالي والمصرفي . وخلص البحث إلى نتيجة أساسية مفادها أن زيادة رأس المال تترك أثراً إيجابية على نتائج أعمال المصرف من خلال زيادة الربحية وتحقيق النمو في أعمال المصرف فلماً عن المحافظة على الحصة السوقية .

## The Banking Capitalization Role in Enhancing the Competitiveness Ability

### Abstract

The banking industry faces many important challenges resulting from the increased competition from inside and outside, especially with the entry of the emerging economies to the agreement of the trade liberation in the services and the consequent need to fulfill the requirements of Basel 2, and to strengthen and consolidate the financial positions. The banks are endeavouring to increase their capital through a capitalization strategy as one of the options available to them. This strategy gives banks a great capacity to lend and give a credit to their clients under the difficult circumstances of the world economy, especially the financial and banking sector. The research reaches basic conclusions that the increase of the capital has a positive effects on the results of the work of the banks through increasing profitability and growth in the work of the banks as well as for the maintenance of the market share.

**المقدمة:**

يفرض العمل المصرفي الحديث والتطورات الجديدة على الساحة المصرفية تبني استراتيجيات مصرافية جديدة تحاكي ما هو مطبق في الدول الأخرى. وتعد استراتيجيات الرسمية واحدة من أهم هذه الاستراتيجيات إذ تجأ المصارف إلى زيادة رؤوس أموالها من خلال رسمة جزء من الأرباح والاحتياطيات المتوفرة لديها لدعم المراكز المالية لهذه المصارف، ومواكبة زيادة الطلب على الأعمال المصرافية المتنوعة وتحسين قدراتها في تنمية الموجودات، فضلاً عن تعزيز مراكزها التنافسية أمام المصارف العالمية هذا من جانب ومن جانب آخر فإن زيادة رأس المال المصرف سيعطيها قدرة أكبر على الإقراض ومنح الائتمان لزيانها خاصة في ظل الظروف العصبية التي يمر بها الاقتصاد العالمي ، بينما القطاع المالي، بعد الأزمة المالية التي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية وامتدت أثارها إلى دول العالم .

إن سعي المصارف بشكل مستمر لتحقيق النمو والتوزع ودخول أسواق جديدة وتقديم خدمات متنوعة وحديثة بهدف زيادة أرباحها والمحافظة على حصتها السوقية وزيادتها وتحقيق التميز والنجاح والبقاء، كل هذا يتطلب منها زيادة رؤوس أموالها تماشياً مع متطلبات الملاعة المصرفية وفقاً لمعايير لجنة بازل(٢) التي تهدف إلى دعم رأس المال المصرف لتكون قادرة على تحمل المخاطر المصرفية وخاصةً المخاطر الائتمانية التي تواجهها.

وللأغراض تغطية موضوع البحث فقد تم عرضه ضمن مباحثين رئيسيين تناول المبحث الأول استراتيجيات الرسمية المصرافية وأهم دوافعها وأسبابها وأساليب زيادة رأس المال، أما المبحث الثاني فعرض الجانب العملي الخاص بقياس وتحليل اثر استراتيجيات الرسمية المصرافية في تعزيز القدرة التنافسية باستخدام التحليل العامل ، وخلص البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات الخاصة بموضوع البحث.

**مشكلة البحث:** تتعرض المصارف بشكل عام إلى تحديات وصعوبات كثيرة في عملها في ظل البيئة التي تعمل بها وللأغراض مقارنة هذه التحديات وتجاوزها تسعى المصارف إلى تبني استراتيجيات مختلفة منها استراتيجية الرسمية كخيار لمواجهة هذه التحديات والإيفاء بمتطلبات الملاعة المصرفية. ويسلط البحث الضوء على هذه الاستراتيجية ودورها في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف السعودية كعينة للبحث، إذ سعت هذه المصارف إلى زيادة رؤوس أموالها من خلال رسمة جزء من الأرباح والاحتياطيات المتراكمة لديها بهدف تقوية وتعزيز قدراتها المالية .

ويمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الآتي : هل تمثل استراتيجية الرسمية المصرافية خيار حيوي مهم لتعزيز القدرة التنافسية للمصارف السعودية ؟

**أهمية البحث:** تتمثل أهمية البحث في تحديد دور الاستراتيجيات المالية والمصرفية المختلفة ومنها إستراتيجية الرسمية في تعزيز قدرة المصارف التنافسية . فالمصارف تسعى دائماً وراء التميز والتفوق لتحقيق أهدافها المختلفة ولضمان الاستمرار بالعمل في ظل الظروف التي يمر بها الاقتصاد العالمي.

**أهداف البحث:** يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن تلخيص أهمها بالآتي :

١. التعرف على ماهية الرسمية المصرافية وأهم أساليبها.
٢. التعرف على دوافع وأهداف الرسمية المصرافية.
٣. بيان المتغيرات التي لها دور معنوي في التأثير على استراتيجية الرسمية للمصارف السعودية عينة البحث.

**فرضيات البحث**

يتبنى البحث فرضية رئيسية مفادها " هناك علاقة تأثير معنوية بين استراتيجية الرسمة والقدرة التنافسية للمصارف السعودية عينة البحث " .

وينبع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية :

١. هناك علاقة تأثير معنوية بين استراتيجية الرسمة و ربحية المصارف السعودية عينة البحث.

٢. هناك علاقة تأثير معنوية بين استراتيجية الرسمة و النمو والحصة السوقية للمصارف السعودية عينة البحث.

٣. هناك علاقة تأثير معنوية سلبية بين استراتيجية الرسمة و خفض تكاليف المصارف السعودية عينة البحث .

**عينة البحث وحدوده:** لتحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته تم اختيار مجموعة من المصارف السعودية والمتمثلة ب ( سامبا ، ساب ، العربي ، الراجحي ) وتشكل هذه المصارف بمجموعها حصة سوقية تتراوح بين ( ٥٣.٦ - ٦٥.٩ % ) خلال مدة البحث .  
أما حدود البحث فكانت البيانات التي تم الاعتماد عليها ربع سنوية للمدة ( ٢٠٠٠ - ٢٠٠١ ) .

**الأساليب الإحصائية المستخدمة:** اعتمد منهج البحث على الأسلوب التحليلي وقد تمت الاستعانة بالبرامج الإحصائية الجاهزة Minitab و Excel لإجراء التحليل العاملی وإيجاد المتغيرات الأكثر تأثيراً ب استراتيجية الرسمة .

## المبحث الأول

### ماهية الرسمة المصرفية وأهم دوافعها

#### أولاً: مفهوم الرسمة المصرفية

بعد رأس المال أحد أهم العناصر التي يرتكز عليها العمل المصرفي. اذ يمثل خط الدفاع الأول لحماية أموال المودعين وتأمينها تجاه أي خسائر قد تتعرض لها المصارف، كما يمثل عنصراً هاماً لزيادة ثقة المودعين بالمصرف ويعزز قدرة المصرف على البقاء والاستمرار والمنافسة، ولهذا تسعى المصارف بشكل مستمر إلى زيادة رأس المال بطرق متعددة ، سنأتي إلى عرضها لاحقاً بهدف دعم رأس المال وزيادته ليكون كافياً لتعطية أي مخاطر يتعرض لها المصرف خاصة المخاطر الائتمانية ولمواجهة المنافسة الشديدة في السوق المصرفية والوفاء بمتطلبات الملاءة المصرفية وفقاً لمعايير لجنة بازل ٢ التي تهدف إلى دعم رأس المال .

و قبل التعرض إلى مفهوم الرسمة المصرفية وأهم أشكالها ودوافعها سنتناول مفهوم رأس المال وأهم الوظائف التي يضطلع بها في المصارف. اذ يعرف رأس المال بأنه مجموع كل من الأسهم المدفوعة والأرباح غير الموزعة واحتياطيات المصرف ويطلق عليه بحق الملكية ويضاف إليه المخصصات التي يمنحها المصرف لمواجهة خسائر غير متوقعة في أنشطته والخاصة بالإقراض والاستثمارات.(المخلافي ، ٢٠٠٤ ، ٦)

كما عرف رأس المال بأنه صافي موجودات المصرف أي الفرق بين قيمة الموجودات وقيمة المطلوبات.(الجميل ، ٢٠٠٦ ، ١٠٣ )

وتختلف وظيفة رأس المال في المصرف عن وظيفته في منشآت الأعمال الأخرى اذ يمثل رأس المال حاجزاً وقائياً لحماية أموال المودعين ضد أي مخاطر يتعرض لها المصرف إضافة إلى تمويل شراء الموجودات الثابتة الضرورية لأداء أنشطته. أما دوره في منشآت الأعمال الأخرى وخاصة الصناعية فإنه يشارك في تمويل العمليات الإنتاجية لشراء الموجودات الثابتة والسبب في هذا الاختلاف يكمن في ان المصارف تتعامل بأموال الغير

(الودائع) وليس برأس المال الممتلك على عكس منشآت الأعمال الأخرى التي يأخذ رأس مالها وزناً كبيراً في تمويل موجوداتها عليه فان المصارف تهتم برأس المال بالشكل الذي ينسجم مع طبيعة وظائفه رغم انه لا يشكل نسبة كبيرة من مطلوباتها . وفيما يلي عرض لأهم وظائف رأس المال في المصرف (العلاق ، ٢٠٠١ ، ١٤٠ ) (Hempel et.al , 1998 , 266)

١. حماية أموال المودعين في حالات الإفلاس والتصفية.
  ٢. يستخدم رأس المال في تدعيم المصرف وزيادة قدرته المالية لمواجهة وامتصاص الخسائر التشغيلية الناجمة عن مزاولة أنشطته المختلفة.
  ٣. تمويل شراء الموجودات الثابتة والضروريات الأساسية التي يحتاجها المصرف لتقديم الخدمات المصرفية.
  ٤. التوظيف في بداية حياة المصرف ، اذ يصعب عليه الحصول على الأموال في بداية حياته من مصادر أخرى.
  ٥. تمثيل المالكين (المساهمين) في مجلس إدارة المصرف ، اذ تحدد القوة التصويتية للمساهمين في انتخاب أعضاء مجلس الإدارة والمدير العام بعد الأسماء التي يمتلكونها. وبناءً على ما تقدم ينبغي على المصارف ان تدعم رأس المال بشكل مستمر لتكون قادرة على مواجهة أية مخاطر تتعرض لها والالتزام الكامل بمعايير لجنة بازل ٢ حول كفاية رأس المال لضمان استمرار المصرف في عمله وزيادة قدرته التنافسية والمساهمة في التوسيع والنمو وزيادة الأرباح والحصة السوقية.
- وتلجأ المصارف إلى مصادر مختلفة داخلية وخارجية لزيادة رأس مالها في عملية يطلق عليها بالرسمة أي زيادة رأس المال اذ تعرف الرسمة " بأنها ذلك التصرف القانوني الذي يتم بموجبه تعديل عقد المصرف بزيادة رأس المال أثناء حياة المصرف وذلك وفقاً للأساليب والإجراءات التي يحددها النظام " (المحيسن ، ٢٠٠٥ ، ١٢ )

كما يمكن أن تعرف الرسمة بأنها استثمارات إضافية في المؤسسات المالية التي تحتاج إلى زيادة رأس المال . ويمكن أن ينظر إلى الرسمة بأنها عملية تحويل كمية أو مقدار من الأرباح المحتجزة إلى رأس المال وسميت هذه العملية برسمة الأرباح لأنها تقلل من كمية الأرباح المحتجزة التي يمكن الحصول عليها كمقسم للأرباح مستقبلاً ) ( جانكير بك ، ٢٠٠٥ ، ٣٦ )

وبهذا فان استراتيجية الرسمة تتمثل بزيادة رأس المال من خلال رسمة جزء من الأرباح والاحتياطيات المالية الموجودة لدى المصرف لدعيم مركزه المالي فضلاً عن أسباب ودوافع توقف وراء تبني هذه الاستراتيجية والتي سيتم عرضها في المحور التالي .

**ثانياً : دوافع وأسباب زيادة رأس المال:** تلجأ العديد من المصارف إلى زيادة رؤوس أموالها بأساليب وطرق مختلفة وذلك لأسباب ومبررات متعددة ، يمكن إجمال أهم هذه الأسباب بالاتي : ( Ross , 1999 , 497 ) ( الدوري والحسيني ، ٢٠٠٠ ، ٨٣ ) ( المحيسن ، ٢٠٠٥ ، ١٢ )

١. الوفاء بمتطلبات الملاءة المصرفية وفقاً لمقررات لجنة بازل ٢ والخاصة بكفاية رأس المال بالنسبة للمصارف التي لا تتوافر لديها القدرة على تحقيق النسبة المطلوبة بما يؤدي إلى زيادة قدرتها على البقاء وللاستمرار بالعمل في السوق واكتساب ثقة المصارف العالمية .

٢. إخفاق المؤسسين في تقدير رأس المال عند تأسس المصرف ، اذ يلجأ المصرف إلى زيادة رأس ماله نتيجة لخطأ المؤسسين في التقدير الصحيح لرأس المال في مرحلة التأسيس أي يتم تقدير رأس المال بمستوى أقل مما يتطلبه النشاط المصرفي ويمكن ان يعود السبب في عدم كفاية رأس المال إلى تغير البيئة أو الظروف المحيطة بالمصرف .

٣. لتجنيد الآثار المترتبة على التضخم ، إذ يعد التضخم عامل حث مهم لزيادة رأس المال وذلك لأن التضخم يزيد من موجودات المصرف ومطلوباته ولكن يتجه إلى خفض صافي الثروة .

٤. التأقلم مع الأوضاع التنافسية التي تفرضها اتفاقية تحرير تجارة الخدمات إذ أضافت هذه الاتفاقية بعداً جديداً لضرورة زيادة رأس المال لما تفرضه من فتح أسواق الخدمات المالية في الدول الموقعة عليها وبالتالي أصبح البقاء في الأسواق ومواجهة المنافسة يشكل تحدياً هاماً يجب أن تواجهه المصارف بمختلف الطرق والأساليب بما فيها الرسمية والاندماج وغيرها .

٥. رغبة المصرف في التوسيع والنمو في أنشطته وهذا يتطلب تطوير وسائل تقديم الخدمة التي تحتاج إلى أجهزة ومعدات جديدة ومتقدمة بهدف تحسين مستوى الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن وهذا يؤدي إلى تعزيز قدرة المصرف التنافسية وقدرته على الدخول في أسواق جديدة وتقديم خدمات مصرفية جديدة بما يؤدي إلى المحافظة على الحصة السوقية للمصرف وتحسينها .

٦. زيادة رأس المال لسداد ديون المصرف ، إذ يتم تحويل ديون المصرف إلى حصص رأس المال فيزيد رأس المال بمقدار الديون التي تم تحويلها وذلك لعدم قدرة المصرف على سداد ديونه مما يدفعه إلى الاتفاق مع الدائنين على إعطائهم أسهمما في المصرف مقابل تنازلهم عن ديونهم أو تحويل سنداتهم إلى أسهم .

٧. زيادة رأس المال لتلبية احتياجات القروض نتيجة لزيادة أعداد الزبائن فارتفاع تكاليف التشغيل خصوصاً تكاليف الأرض والمعدات وخبرات ومهارات الموظفين تؤدي إلى تخفيض أرباح الكثير من المصارف التي تعد المصدر الرئيسي لنمو رأس المال من سنة لأخرى هذا من جانب ومن جانب آخر فإن البنك المركزي يربط بين حجم رأس المال من جهة وحجم القرض الممنوح لمقترض واحد من جهة أخرى بما يعرف بالسقف الائتماني فإذا أراد المصرف أن يرفع السقف الائتماني ينبغي عليه أن يزيد من رأسمه .

٨. رغبة المساهمين بالحصول على أسهم إضافية بدلاً من الحصول على أرباح نقدية . ويوضح مما تقدم أن هناك العديد من الأسباب والدوافع المهمة التي تقف وراء ضرورة تبني استراتيجية الرسمية المصرفية نظراً للمزايا التي توفرها هذه الإستراتيجية وأثارها الإيجابية على أنشطة المصرف المختلفة .

**ثالثاً: أساليب زيادة رأس المال:** هناك العديد من الأساليب والطرق التي تستخدمها المصارف لزيادة رأس مالها تتمثل بالاتي :

#### **أ- زيادة رأس المال عن طريق احتجاز الأرباح**

تعد الربحية إحدى أهم الأهداف الخاصة بالمؤسسات المالية والمصرفية ويعكس حجم الأرباح المتحقق ومعدلات النمو فيها مدى الكفاءة في استخدام الموارد وحسن أدارتها . ولذلك فإن المصارف تسعى إلى تعظيم أرباحها باستمرار لأسباب متعددة منها أنها سوف تساهم في تغطية القيمة السوقية للأسهم وتمكن الإدارة من القيام بعمليات التطور والتلوّع ولذلك تلجأ بعض الإدارات إلى احتجاز نسبة من الأرباح المتحققة وإضافتها إلى حساب مستقل يطلق عليه بالاحتياطيات وعندما يزداد حجمها تلجأ المصارف إلى إجراء عملية الرسمية أي إضافة جزء أوكل هذه الاحتياطيات إلى رأس المال (الحسيني والدوري ، ٢٠٠٠ ، ٨٣) . كما يتحقق هذا الأسلوب بعض المزايا الضريبية للمساهمين وذلك بسبب التباين في توقيت دفع الضريبة في حالة توزيع الأرباح ينبغي دفع الضرائب فوراً أما في حالة احتجاز الأرباح فإن المساهمين لا يدفعون ضرائب على الأرباح الرأسمالية المتمثلة بارتفاع القيمة السوقية للأسهم إلا عندما يتم بيع فعلي لتلك

الأسهم إضافة إلى أن معدل الضريبة على الأرباح الرأسمالية المتولدة نتيجة احتجاز الأرباح عادةً ما تكون أقل من معدلها على التوزيعات وبالرغم من المزايا التي يحققها هذا الأسلوب إلا أن هناك بعض الانتقادات الموجه إليه تتمثل بالاتي: ( هندي ، ١٩٩٦ ، ١٣١ - ١٣٢ )

١. صغر الطاقة الاستثمارية التي تنتج عن احتجاز الأرباح.
٢. عدم ملائمة هذه السياسة لصغر المالكين الذين يعتمدون على التوزيعات في تغطية احتياجاتهم الأساسية.
٣. قد تترك أثار عكسية على القيمة السوقية للأسهم بمعنى أن القيمة السوقية للسهم على فرض إجراء توزيعات مضافاً إليها قيمة التوزيعات سوف تكون أكبر من القيمة السوقية على فرض عدم إجراء توزيعات الأرباح.

#### **ب- زيادة رأس المال بإصدار أسهم جديدة**

يتمثل هذا الأسلوب في إصدار أسهم جديدة يتم الاكتتاب بها سواء من قبل المساهمين القدماء أو تعرض للاكتتاب العام. ويمكن هذا الأسلوب المصارف من الحصول على موارد مالية جديدة وتعد هذه الاستراتيجية من السياسات المالية التي يطلق عليها بالتمويل الخارجي . (أبو حمد وقدوري ، ٢٠٠٥ ، ١٤٦ ) ويؤخذ على أسلوب زيادة رأس المال بإصدار أسهم جديدة عيوب عديدة منها ( حنفي وأبو فحف ، ٢٠٠٠ ، ١٩٥-١٩٤ ) ( هندي ، ١٩٩٦ ، ١٢٥ - ١٢٦ )

١. يتحمل المصرف تكاليف إصدار الأسهم الجديدة والتي تشمل تكاليف إدارية وتكاليف تسويق وبيع هذه الأسهم .
٢. يترتب على زيادة رأس المال بإصدار أسهم جديدة انخفاض في ربحية الأسهم الحالية لاسيما إذا كان عائد الاستثمار الجديد أقل من العائد الحالي ، إذ أن الأرباح ستوزع على عدد أكبر من المساهمين .
٣. فقدان المساهمين القدماء لحق الإدارة والرقابة على المصرف بسبب دخول مساهمين جدد الأمر الذي يؤدي إلى اختلال القوة التصويتية لهم . وعلى الرغم من هذه الانتقادات التي وجهت إلى هذا الأسلوب لزيادة رأس المال إلا انه يبقى أسلوباً يمكن اللجوء إليه للحصول على الأموال لدعم رأس المال المصرف وتوفير حماية لأموال مودعيه .

#### **ج- زيادة رأس المال عن طريق تحويل السندات إلى أسهم**

شرعت الكثير من المؤسسات المصرفية في السنوات الأخيرة إلى تحويل السندات إلى أسهم عادية بغرض زيادة رأس مالها ويتم ذلك باستبدال هذه السندات بعدد محدد من الأسهم أي يصبح الدائن مشاركاً في رأس المال غالباً ما يكون سعر التحويل أعلى من سعر السوق، وعادةً ما يكون سعر الفائدة على هذا النوع من السندات أقل من سعر الفائدة على السندات العادية لأن الدائن قد يحقق أرباح رأسمالية نتيجة عملية التحويل إلى أسهم، ويحقق هذا الأسلوب ميزة توفير تكاليف الفوائد التي ستدفع في المستقبل على السندات.

( Ross, 1999, 505 )

وهناك طرق أخرى لزيادة رأس المال منها : ( Ross, 1998 , 1999, 503 ) ( Hempel, 1999, 503 ) (288) زيادة رأس المال بإعادة تقدير موجودات المصرف ، وإصدار أسهم جديدة مقابل حصص عينية ، زيادة رأس المال بتحويل ديون المصرف وسندات القرض إلى أسهم ، بيع وتأجير الموجودات الثابتة وخاصة المباني ، وإصدار أسهم ممتازة .

ويعتمد اختيار الأسلوب الأفضل من قبل المصرف على تأثير كل مصدر على أرباح المساهمين والتي عادةً ما تقاس عن طريق أرباح السهم الواحد ، وتوخذ عوامل أخرى

رئيسية بنظر الاعتبار منها تعرض المصرف للخطر، اثر سيطرة المساهمين الحاليين على المصرف ، حالة السوق بالنسبة لموجودات أو السندات المباعة فضلاً عن التنظيم. (Ross 1999, 503)

#### رابعاً: القدرة التنافسية

ترجع بداية ظهور وتداول مفاهيم القدرة التنافسية وأساليب اكتسابها ودعمها إلى نهاية الثمانينيات من القرن العشرين إذ ظهر مفهوم القدرة التنافسية وانتشر استخدامه بعد صدور كتابات Porter الرائدة في هذا المجال.

وتعرف القدرة التنافسية للمصرف بأنها الوضع الذي يتيح له التعامل مع مختلف الأسواق المصرفية ومع عناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه. كما تمثل القدرة التنافسية قدرات المصرف على إنتاج خدمات مصرفية بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين وتسويقها على أن يؤدي إنتاج وتسويق هذه الخدمات إلى زيادة في ربحية المصرف. (Widye, 2003, 12)

ويتتج عن تبني القدرة التنافسية تطوير الخدمات المصرفية وتخفيض التكاليف الكلية والأسعار وزيادة الحصة السوقية وتحسين المركز التنافسي له فضلاً عن تحسين ربحية المصرف من خلال زيادة الزبائن وانخفاض فترة استرداد رأس المال.

أما مصادر القدرة التنافسية فتتمثل بالاتي: (www.seminar.net)

١. التفكير الاستراتيجي: تستند المصارف على إستراتيجية معينة للتنافس بهدف تحقيق أسبقية على منافسيها من خلال الحيازة على المزايا التنافسية.

٢. الإطار الوطني: إذ يتيح للمصارف القدرة على حيازة مزايا تنافسية حيث نجد مصارف بعض الدول متفوقة ورائدة في قطاع نشاطها عن بعض المصارف في الدول الأخرى إذ تملك الدول عوامل ضرورية للصناعة المصرفية والمتمثلة في الموارد البشرية والفيزيائية والمعرفية والمالية.

٣. مدخل الموارد: يحتاج هذا المدخل إلى الموارد والكفاءات الضرورية إذ إن حيازة هذه الأخيرة بالجودة المطلوبة وحسن استغلالها يضمن نجاح هذه الإستراتيجية ، ويمكن التمييز بين الموارد بالشكل الآتي :

- الموارد الملموسة: وتشمل الموارد الأولية ، معدات الإنتاج والموارد البشرية، أو ما يطلق عليه برأس المال الفكري.
- الموارد غير الملموسة: وتضم الجودة والتكنولوجيا والمعلومات والمعرفة فضلاً عن الكفاءات.

وتعتمد المصارف إلى اختيار مدخل التفكير الاستراتيجي لأسباب كثيرة أهمها : (الحسيني والدوري ، ٢٠٠٠ ، ٥٨-٥٩)

١. احتدام حدة المنافسة الدولية وتطور تكنولوجيا المعلومات بحيث أصبح العالم وكأنه سوق مالية ومصرفية صغيرة.

٢. ظهور عمليات الاندماج المصرفية بشكل كبير بحيث أصبحت بعض المصارف ذات حجوم وموارد وطاقات كبيرة مما يتطلب من المصارف الأقل حجماً الاهتمام بدراسة المتغيرات التنافسية لكي تتمكن من البقاء والاستمرار.

٣. زيادة أساليب وطرق تنمية الأموال وفرص الاستثمار وفرص المشاركة.

٤. ظهور مفهوم الصيرفة الشاملة واعتماد استراتيجية التوسيع في الخدمات المالية والمصرفية.

وتتجأ المصارف إلى تنمية قدراتها التنافسية لأسباب متعددة تتمثل بظهور تكنولوجيا جديدة مثل طرق التسويق عبر الانترنت أي ما يعرف التسويق الالكتروني وظهور حاجات جديدة

للزبون وتغير تكاليف الخدمة المصرفية فضلاً عن التغير في القيود الحكومية مثل قيود الدخول إلى الأسواق .

### المبحث الثاني

#### قياس وتحليل تأثير الرسملة المصرفية في تعزيز القدرة التنافسية باستخدام التحليل العامل

يسعى هذا المبحث إلى بيان تأثير الزيادات المتكررة لرأس المال المعتمدة من قبل المصارف وبالطرق المختلفة سواء كانت هذه الزيادة عن طريق إصدار أسهم جديدة أو احتجاز الأرباح أو إضافة الاحتياطيات إلى رأس المال في تعزيز قدرة المصارف التنافسية والتي تم التعبير عنها بعدة مؤشرات تمثلت بالربحية والنموا والتوزع والحصة السوقية وخفض التكاليف.

ولغرض تحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته تم استخدام التحليل العامل الذي يعد تقنية إحصائية متقدمة تنتهي إلى الأساليب المتعددة المتغيرات ويعتمد التحليل العامل على تحليل الارتباط لتوحيد عدد من المتغيرات المقاسة في عدد قليل من مجاميع المتغيرات . وبناءً على ذلك يمكن إيجاد المتغيرات الأكثر تأثيراً باستراتيجية الرسملة في المصارف السعودية عينة البحث بالإضافة إلى تحديد علاقة كل متغير بكل العوامل . أما المتغيرات الأساسية المؤثرة في استراتيجية الرسملة فتتمثل بالاتي:

الجدول (١) المتغيرات الأساسية المؤثرة في استراتيجية الرسملة

رمز المتغير	المؤشرات
	مؤشر الربحية
C1	العائد/ حق الملكية
	مؤشرات النمو والحصة السوقية
C2	نمو الموجودات
C3	نمو الودائع
C4	نمو الائتمان
C5	نمو الاستثمارات
C6	الحصة السوقية
C7	مؤشر خفض التكاليف

وفيما يلي عرض لنتائج التحليل العامل لكل مصرف:

**مصرف سامبا:** أفصحت نتائج التحليل أن هناك عاملين معنويين يؤثران في استراتيجية الرسملة يفسران بمجموعهما معدل (٠٩٤٢) من إجمالي التباين الكلي، ويظهر الجدول (٢) تلك العوامل ونسبة تباين كل عامل ونسبة التباين الكلي والقيمة الذاتية إذ بلغت القيمة الذاتية للعامل الأول (٧٠٧.٢٧) في حين بلغت القيمة الذاتية للعامل الثاني (١٤٣.٣٣) وهذا دليل على معنوية العاملين وأهميتهم في الحالة المدروسة كون القيمة الذاتية أكبر من الواحد. كما نلاحظ ان العامل الأول فسر (٧٨٣٪) من التباين الكلي وتتضمن المتغيرات:

C1 (العائد / حق الملكية) C2 (نمو الموجودات) C3 (نمو الودائع) C5 (نمو الاستثمارات) ، أما العامل الثاني فقد فسر (١٥٩٪) من التباين الكلي وضم متغيراً واحداً وهو C7 (خفض التكاليف).

وهكذا يتضح أن ترتيب المتغيرات الأكثر تأثيراً باستراتيجية الرسملة في مصرف سامبا كان بالشكل الآتي :

C3 (نمو الودائع) ثم يليه C1 العائد / حق الملكية يليه C2 (نمو الموجودات) ثم C5 (نمو الاستثمارات) في العامل الأول ثم يليه C7 (خفض التكاليف) في العامل الثاني.

وبهذا فان على مصرف سامبا أن يراعي هذه المتغيرات التي تتأثر بشكل كبير باستراتيجية الرسمية.

### الجدول (٢)

#### التوزيع النهائي للعوامل المؤثرة على استراتيجية الرسمية لمصرف سامبا

رقم العامل	القيمة الذاتية*	نسبة تباين العامل**	التبين المجتمع	رمز المؤشر	درجة التحميل***	كمية الشيوع****
١	٧٠٧.٢٧	٠.٧٨٣	٠.٧٨٣	C1	٠.٧٨٨	٣.٩
				C2	٠.٦٦٦	٢٣.٣
				C3	٠.٩٥٦	٣١.٨
				C5	٠.٥١٠	١١٩.٩
٢	١٤٣.٣٣	٠.١٥٩	٠.٩٤٢	C7	-٠.٨٣٧	٦٩٧.٥

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسوب الإلكتروني.

**مصرف ساب:** أظهرت نتائج التحليل ان هناك عاملين معنويين يؤثران في استراتيجية الرسمية إذ بلغت القيمة الذاتية للعامل الأول (٣٤٣.٧١) والعامل الثاني (٢٥٨) أما نسبة المساهمة في التبادل الكلي فنجد لها مساوية (٠.٩٣٢)، ويفسر العامل الأول (٠.٨٧٧) من التبادل الكلي ويتضمن المتغيرات المهمة:

C3 (نمو الودائع)

C4 (نمو الائتمان).

أما العامل الثاني فيشرح (٠٠٥٥) من التبادل الكلي ويتضمن المتغيرات :

C1 (العائد/ حق الملكية)

C2 (نمو الموجودات)

C3 (نمو الودائع)

C5 (نمو الاستثمارات)

C6 (الحصة السوقية)

وبناءً على ما سبق يتضح ان ترتيب المتغيرات الأكثر تأثيراً باستراتيجية الرسمية لمصرف ساب كانت على النحو الآتي: C4 (نمو الائتمان) اذ يعد الأكثر تأثيراً باستراتيجية الرسمية ساب

**القيمة الذاتية value Eigen:** تمثل القيمة التي بموجبها يُعد المتغير عامل رئيسي مؤثراً في الظاهرة المدروسة.

**نسبة تباين العامل Proportion :** وتمثل مقدار ما يفسره العامل من البيانات الكلية.

**درجة التحميل Loading:** هي مقدار ارتباط كل متغير بالعامل ، ويعد الحد الأدنى المقبول للدلالة الإحصائية لتبسيط العامل هو (٠٠٥).

**كمية الشيوع Communality:** عبارة عن قيم موجبة تقع بين الصفر والواحد، اذ تظهر مدى التداخل بين المتغيرات والعوامل المستخلصة، فإذا كانت قريبة من الواحد فهذا يدل على أن المتغير يرتبط بقوة مع العوامل المستخلصة، أما إذا كانت قريبة من الصفر فهذا يدل على ضعف العلاقة بين المتغير والعوامل المستخلصة، أما إذا كانت بين الصفر والواحد فهذا يدل على التداخل الجزئي بين المتغير والعوامل المستخلصة.

كونه جاء في العامل الأول ويحمل أعلى قيمة تشعب العامل ثم يليه C3 (نمو الودائع) في العامل الأول ثم يليه C2 (نمو الموجودات) ثم C1 العائد/ حق الملكية يليه C5 (نمو الاستثمارات) ثم C6 (الحصة السوقية) في العامل الثاني.

### الجدول(٣)

التوزيع النهائي للعوامل المؤثرة على استراتيجية الرسملة لمصرف سا

رقم العامل	القيمة الذاتية	نسبة تباين العامل	التبالين المجتمع	رمز المؤشر	درجة التحميل	كمية الشيوع
١	٣٤٣.٧١	٠.٨٧٧	٠.٨٧٧	C3	٠.٥٤٢	٣٤.٦
				C4	٠.٨٣٠	٢٧.٢
٢	٢٥٨	٠.٠٥٥	٠.٩٣٢	C1	٠.٧٠٩	٨.٢
				C2	٠.٩٣٣	٢٥.٧
				C3	٠.٩٢٨	٣٤.٦
				C5	٠.٥٨٢	٢٥٥
				C6	٠.٥١٢	٠.٣١

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسوب الإلكتروني.

### ▪المصرف العربي

أظهرت نتائج التحليل أن هناك ثلاثة عوامل معنوية تؤثر في استراتيجية الرسملة إذ كانت القيمة الذاتية ونسب المساهمة في التبالين الكلي كما موضح في الجدول (٤) حيث تبين من الجدول أن العوامل الثلاثة الأولى ذات تأثير معنوي وإذا جمعنا نسبة مساهمة هذه العوامل نجدها مساوية لـ(٠.٩٧٦) وهذه نسبة مساهمة جيدة وعالية ولتحديد المتغيرات التي تؤثر في استراتيجية الرسملة التي يتضمنها كل عامل من العوامل المعنوية التي ذكرت أعلاه تمت ملاحظة مقدار تشعب كل متغير.

ويفسر العامل الأول (٠.٨٤) من التبالين الكلي وتتضمن المتغيرات المهمة الآتية:

C1 (العائد/ حق الملكية)

C2 (نمو الموجودات)

C3 (نمو الودائع)

C5 (نمو الاستثمارات)

أما العامل الثاني والذي فسر (٠.٠٨٧) من التبالين الكلي فقد تضمن متغيراً واحداً وهو C7 (خفض التكاليف) في حين فسر العامل الثالث (٠.٠٤٩) من التبالين الكلي وتتضمن المتغيرات الآتية:

C2 (نمو الموجودات)

C3 (نمو الودائع)

C4 (نمو الائتمان)

### الجدول(٤)

التوزيع النهائي للعوامل المؤثرة على استراتيجية الرسملة لمصرف العربي

رقم	القيمة	نسبة تباين	التبالين	رمز	درجة	كمية
-----	--------	------------	----------	-----	------	------

العامل	الذاتية	العامل	المجتمع	المؤشر	التحميل	الشيوخ
١	٧٣٠.٧١	٠.٨٤	٠.٨٤	C1	٠.٥٠١	٥.١
				C2	٠.٥١٦	٢٨.٩
				C3	٠.٥٦٠	٣٤.٨
				C5	٠.٧٠٨	٥٤.٧
٢	٧٦.٠١	٠.٠٨٧	٠.٩٢٨	C7	-٠.٥٢٥	٧٢٧.٥
٣	٤٢.٥	٠.٠٤٩	٠.٩٧٦	C2	٠.٨٧٩	٢٨.٩
				C3	٠.٧٥٦	٣٤.٨
				C4	٠.٤٥٦	١٦.٩

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسوب الإلكتروني.

### مصرف الراجحي

أظهرت نتائج التحليل العاملی أن هناك ثلاثة عوامل معنوية تؤثر في استراتیجیة الرسملة تفسر بمجموعها (٠٠.٩٨٢) من التباين الكلي ويظهر الجدول (٥) تلك العوامل و القيمة الذاتية التي بلغت للعامل الأول (١٠١٧) وللعامل الثاني (١٥٩.٢) وللعامل الثالث (٥٢.٢). ويتبّع من الجدول (٥) أن العامل الأول يفسر (٠٠.٨١٣) من التباين الكلي ويتضمن المتغيرات :

- C2 (نمو الموجودات)
- C5 (نمو الاستثمارات)
- C7 (خفض التكاليف).

أما العامل الثاني الذي يفسر (٠٠.١٢٧) من التباين الكلي و يضم المتغيرات:

- C1 (العائد / حق الملكية)
- C5 (نمو الاستثمارات)

في حين فسر العامل الثالث (٠٠.٤٢) من إجمالي التباين وضم متغيرا واحدا وهو C6 (الحصة السوقية).

بناءا على ما سبق يتضح ان ترتيب المتغيرات الأكثر تأثيرا في مصرف الراجحي كان على النحو الآتي :

C5 (نمو الاستثمارات) في العامل الأول يعد المتغير الأكثر تأثيرا في استراتیجیة الرسملة كونه جاء في العامل الأول ويحمل اكبر قيمة تشعّب للعامل اذ بلغت (٠٠.٧٢٤) يليه C7 (خفض التكاليف) و C2 (نمو الموجودات) في العامل الأول ثم يليه C1 العائد / حق الملكية في العامل الثاني وأخيرا C6 (الحصة السوقية) في العامل الثالث.

### الجدول(٥)

التوزيع النهائي للعوامل المؤثرة على استراتیجیة الرسملة لمصرف الراجحي

رقم العامل	القيمة الذاتية	نسبة تباين العامل	التباین المجتمع	رمز المؤشر	درجة لتحميل	كمية الشيوخ
١	١٠١٧	٠.٨١٣	٠.٨١٣	C2	٠.٥٢١	١٤.١٢٩
				C5	٠.٧٢٤	٢٣.١٣٠
				C7	-٠.٥٢٣	١٥٨.٩

٦٠٤	٠٤٥٤	C1	٠٩٤	٠١٢٧	١٥٩.٢	٢
٢٣.١٣٠	٠٥١٧	C5				
٠٩٤٣	٠٤٥٣	C6	٠٩٨٢	٠٤٢	٥٢.٢	٣

الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الحاسوب الإلكتروني.

ما تقدم ومن خلال نتائج التحليل العاملى للمصارف الأربع المبحوثة تبين ان C2 (نمو الموجودات) ظهرت ضمن العامل الأول في جميع المصارف عدا مصرف ساپ و C3 (نمو الودائع) ظهر ضمن العامل الأول في جميع المصارف عدا مصرف الراجحي وهذا يعني ان نمو الموجودات ونمو الودائع من المتغيرات المهمة التي تتأثر باستراتيجية الرسملة وهناك متغيرات أخرى ظهرت ضمن العامل الأول ولكن كانت أهميتها متباعدة من مصرف لأخر وهي: C1 (العائد/ حق الملكية) C5 (نمو الاستثمارات) C4 (نمو الائتمان) و C7 (خفض التكاليف).

اما بالنسبة إلى العوامل الأخرى فان انخفاض نسبة مساهمة العامل في تفسير البيانات للمؤشرات الأصلية لا يعني عدم أهميتها إلا ان تأثر هذا العامل باستراتيجية الرسملة يكون أقل من العوامل الأخرى السابقة.

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها خلص البحث إلى أن الزيادات المتكررة في رؤوس أموال المصارف السعودية عينة البحث قد أدت إلى زيادة العوائد المتحققة للمساهمين ويعود ذلك إلى زيادة مستويات النمو والتطور في الودائع والموجودات وبالتالي زيادة حجم الائتمان الممنوح والاستثمارات التي تعتمد عليهما المصارف في تحقيق أرباحها . كما خلص البحث إلى وجود علاقة تأثير متواضعة بين الحصة السوقية وإستراتيجية الرسملة بسبب تزايد حدة المنافسة بين المصارف السعودية وسعى كلا منها على المحافظة على حصتها السوقية وتحسينها ، وبناء على ذلك يمكن قبول الفرضيتين الفرعتين الأولى والثانية ، هذا وتحقق إستراتيجية الرسملة خفض في التكاليف وهذا يؤيد قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

وبناء على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على ان " هناك علاقة تأثير معنوية بين استراتيجية الرسملة والقدرة التنافسية للمصارف السعودية عينة البحث".

### الاستنتاجات والمقترنات

توصيل البحث إلى عدد من الاستنتاجات أهمها ما يأتي:

١. تعد استراتيجية الرسملة من الاستراتيجيات المهمة لزيادة رأس المال في المصارف ، وعلى الرغم من السلبيات التي تعاني منها هذه الاستراتيجية والخاصة بالطريقة أو الأسلوب الذي يلجأ إليه المصرف لزيادة رأس المال إلا أنها تترك أثراً إيجابية على نتائج أعمال المصرف في تعزيز قدرته التنافسية من خلال زيادة الربحية وتحقيق النمو والتوسيع في أعمال المصرف فضلاً عن خفض التكاليف والمحافظة على الحصة السوقية للمصرف.

٢. تسعى المصارف السعودية عينة البحث إلى زيادة رؤوس أموالها من خلال رسملة جزء من الأرباح والاحتياطيات المالية المتراكمة لديها بهدف تقوية وتدعم قدراتها المالية بما يتناسب مع متطلبات اتفاقية بازل (٢) هذا من جانب ، وزيادة قدرة المصارف على التوسع في أعمالها وخدماتها المصرفية وبالتالي زيادة قدراتها التنافسية في ظل الظروف الصعبة التي يمر بها الاقتصاد العالمي والأزمة المالية التي طالت العديد من دول العالم من جانب آخر.

٣. تحقق استراتيجية الرسملة زيادة في العوائد المتحققة للمساهمين وذلك لأنها تؤدي إلى زيادة الودائع وال موجودات وبالتالي زيادة الائتمان والاستثمارات التي تحقق عوائد للمصرف كما أظهرت نتائج التحليل العاملية للمصارف عينة البحث أن الحصة السوقية تتأثر بشكل متواضع باستراتيجية الرسملة وهذا يعود إلى احتدام المنافسة بين المصارف السعودية للمحافظة على حصتها السوقية فضلاً عن دخول مصارف أخرى إلى السوق المصرفي السعودي.

٤. تحقق استراتيجية الرسملة خفض في تكاليف المصرف اذا أظهرت نتائج التحليل للمصارف السعودية عينة البحث ان هناك علاقة معنوية عكسية بين استراتيجية الرسملة و خفض التكاليف.

بناءً على ما تقدم فان استراتيجية الرسملة لها دور معنوي في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف و تعد خيار مهم و حيوي يساعد المصرف في تحقيق أهدافه في تعظيم عوائده و زيادة نموه.

وبهذا فإنه يمكن التأكيد على المصارف باعتماد استراتيجية الرسملة كأحد الخيارات التي ينبغي مراعاتها بشكل كبير عند رغبة إدارة المصرف في تقوية رأس المالها ولاسيما عندما تكون فرص نمو الموجودات متاحة في السوق المصرفية. ويكون قرار الرسملة أكثر نجاعة في حالة توفر فرص الاستثمار إلى جانب فرص نمو موجودات أخرى.

### قائمة المصادر

#### أو لا: المصادر العربية:

١. السوق المالية السعودية (تداول) [www.tadawul.com.sa/](http://www.tadawul.com.sa/)
٢. بشير عباس العلاق ، ٢٠٠١ ، إدارة المصارف – مدخل وظيفي ، جامعة التحدي ، ليبيا.
٣. دور الاندماج المصرفي في تعزيز القدرة التنافسية ، [www.seminar.net](http://www.seminar.net).
٤. رضا صاحب أبو حمد ، فائق مشعل قدورى ، ٢٠٠٥ ، إدارة مصارف ، دار ابن الأثير للطباعة والنشر ، جامعة الموصل.
٥. سرمد كوكب الجميل ، ٢٠٠٦ ، إدارة المؤسسات المالية ، ط١ ، وحدة الحدباء للطباعة والنشر ، الموصل.
٦. عبد الرحمن محيين عبد الرحمن المحيين ، ٢٠٠٥ ، "أحكام رأس مال الشركة المساهمة" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، المعهد العالي للقضاء ، جامعة الأمام محمد بن سعود الإسلامية.
٧. عبد العزيز محمد احمد المخلافي ، ٢٠٠٤ ، "تحليل كفاية رأس المال المصرفي على وفق المعايير الدولية (دراسة تطبيقية في عينة من المصارف اليمنية)" ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد.
٨. عبد الغفار حنفي ، عبد السلام أبو قحف ، ٢٠٠٠ ، تنظيم وإدارة البنوك ، المكتب العربي للنشر ، الإسكندرية ، مصر.
٩. فلاح حسن الحسيني ، مؤيد عبد الرحمن الدوري ، ٢٠٠٠ ، إدارة البنوك- مدخل كمي واستراتيجي معاصر ، ط١ ، دار وائل للنشر ، عمان.

١٠. محمد عدنان وديع ، ٢٠٠٣ ، القدرة التنافسية وقياسها ، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، السنة الثانية، العدد ٢٤.

١١. منير إبراهيم هندي، ١٩٩٦ ، إدارة البنوك التجارية : مدخل اتخاذ القرارات ، ط ٣ ، المكتب العربي الحديث للنشر ، الإسكندرية.

١٢. مها مصطفى جانكير بك ، ٢٠٠٥ ، "الصيرفة العراقية بين خياري الرسملة والاندماج" رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل.  
ثانياً : المصادر الأجنبية

1. George H. Hempel, Donald G. Simonson ,Alan B. Coleman, 1998 ,Bank Management – Text & Cases , 4<sup>th</sup>.ed ,John Wiley & Sons ,Ice ,New York.

2. Peter S. Rose .1999 , Commercial Bank Management ,4<sup>th</sup> ed , Irwin/MC Graw – Hill ,Inc .

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.