

قياس اثر الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف-دراسة تطبيقية في عينة
من المصارف الأردنية للمدة (2000 - 2011)

محمد مجيد جواد

أ.م.د حيدر يونس الموسوي

كلية الادارة والاقتصاد – جامعة كربلاء

Abstract

Banks are the backbone of economic life in any country and that because of the vital roles and jobs in the economy, since banks are the most important financial institutions, which play a pivotal role in the development of countries , under the great progress that the world is witnessing in the field of information and communication technology has intensified the pressure on financial institutions in general, and specifically banking in order to keep up with the requirement of modern banking so you can survive and succeed in a world of increasing change culture at the level of the bank and the customer.

This study seeks to achieve the following objectives :

1. Determine the level of interest of commercial banks with the electronic banking services and the expansion of the update, and keep up with global development
2. Recognize the reality of electronic banking and the main indicators in some commercial banks in the Hashemite Kingdom of Jordan
3. Measuring the impact of electronic banking indicators in the financial performance indicators of the study sample banks

According to the above came this study to demonstrate the impact of electronic banking as an independent variable with its indicators of (number of Automatic Teller Machines (ATMs) , the number of Automatic Teller Machine cards , the number of the Bank spokesman subscribers , the number of correspondent banks, revenue of credit cards, number of credit cards granted (Master Card and Visa Card)) in the financial performance indicators of the study sample banks as a dependent variable (profitability, liquidity, capital adequacy and capital investment indicator) , as a practical study in a sample of Jordanian banks .

In order to achieve the objectives of this study was to develop a supposal diagram determines the nature of the relationship between the independent variables and the dependent variables , in order to reveal the nature of this relationship was formulated several hypotheses were tested using advanced statistical methods, by using statistical software (SPSS), has been selected sample of Jordanian banks to conduct the study and test its hypotheses, since the study included the following banks (the Housing Bank for Trade and Finance, Arab Bank, Al Ahli Bank , Bank of Cairo Amman), and used the annual reports as a main tool in the collection of data related to field side for the study sample banks for the years (2000 – 2011).

: The study found several conclusions standing on her head

1. The presence of a statistical correlation between indicators electronic banking and financial performance indicators of the study sample banks .
3. The presence of a significant effect of electronic banking indicators in financial performance indicators of the study sample banks .

Depending on the conclusions were drafting some of the most important recommendation:

1. Call legal and legislative bodies in Jordan to enact legislation or laws governing the operation of electronic banking and services to protect the transacting parties or to update existing laws and adapted way that makes it

valid and open on electronic banking and other electronic services . 2. Study of new services to competition in the Kingdom of Jordan , specifically banks electronic order literacy level of electronic services and to maintain the competitive position of the bank compared to its peers and that the adoption of technology in the field of electronic banking pays the bank to improve its performance and thus maintain its competitive position in the banking market.

المقدمة

شهد العالم منذ عقود عدة توسعا ملحوظاً وتطوراً مذهلاً في مجال المعلوماتية و تقنيات الاتصال، وقد أخذت هذه التقنيات ترتبط بالأنشطة والمجالات الاقتصادية في مختلف مستوياتها وتنوعها وأصبحت عنصراً رئيساً للتقدم والتطور في تلك الأنشطة وربما كان قطاع المصارف من ابرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلوماتية والاتصالات والتي شكلت عاملاً مساعداً لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات وفي اتجاهات متطورة و متنوعة واستمرت بوتيرة متصاعدة ليومنا هذا ، وقد صاحب ذلك ظهور استخدام شبكات المعلومات وربط أجهزة الحاسوب مع بعضها البعض إذ انطلقت بسرعة ثورة تطور العمل المصرفي بشكل كبير ، إذ نشهد بشكل متسارع ولادة اقتصاد المعلومات الشامل .

وقد استطاع القطاع المصرفي أن يوظف التقدم العلمي الكبير في مجال التكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا المعلوماتية و الاتصالات وبصفة خاصة خلال عقد التسعينات من القرن العشرين مما انعكس بصورة مباشرة في أعمال المصارف خالفاً بدوره بيئة تنافسية شديدة بين المؤسسات المصرفية لجذب شرائح جديدة من الزبائن ، أو الاحتفاظ بالزبائن الحاليين ، وإذا كان التصور أن العقود الأخيرة من القرن العشرين كانت عقود الانترنت ، فإن الكثيرين يرون أن العقد الأول والثاني من القرن الحادي والعشرين هما عقد التواصل المستمر ، والتفاعل الدائم مع متغيرات العصر الالكتروني .

ولأجل الوقوف في ماهية خدمات الصيرفة الالكترونية وأثرها في مؤشرات الأداء المالي للمصارف فقد تم تقسيم البحث إلى عدد من مباحث متضمنة نقاط عدة ، وكالاتي :

المبحث الأول (المنهجية العامة للبحث) ، والمبحث الثاني (الأدب النظري للصيرفة الالكترونية والأداء المالي المصرفي) ، والمبحث الثالث (قياس وتحليل اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف الأردنية عينة البحث) ، والمبحث الرابع (الاستنتاجات والتوصيات) .

المستخلص

تعد المصارف عصب الحياة الاقتصادية في أي بلد وذلك لما تؤديه من وظائف وأدوار حيوية في الاقتصاد ، إذ أن المصارف هي أهم المؤسسات المالية التي تلعب دوراً محورياً في تنمية البلدان وتطويرها ، وفي ظل التقدم الكبير الذي يشهده العالم اليوم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اشتدت الضغوط في المؤسسات المالية عموماً والمصرفية في وجه التحديد من أجل مواكبة متطلبات العمل المصرفي الحديث حتى تستطيع الصمود والنجاح في عالم تتزايد فيه ثقافة التغيير في مستوى المصرف والزبون .

وتسعى هذه البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية :

1. التعرف في واقع الصيرفة الالكترونية ومؤشراتها الرئيسية في بعض المصارف التجارية داخل

المملكة الأردنية الهاشمية ، ومعرفة مستوى اهتمام المصارف التجارية بخدمات الصيرفة

الالكترونية ومدى التوسع في تحديثها ومواكبة التطور العالمي .

2. قياس اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث .

وفي وفق ما تقدم ، جاءت هذه البحث لبيان اثر الصيرفة الالكترونية بوصفها متغيرا مستقلا بمؤشراتها المتمثلة (عدد أجهزة الصراف الآلي ، عدد بطاقات الصراف الآلي ، عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق ، عدد البنوك المرسله ، إيرادات بطاقات الائتمان وعدد بطاقات الائتمان الممنوحة (ماستر كارت وفيزا كارت)) في مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث بوصفها متغيرا معتمدا بمؤشراتها المتمثلة (مؤشر الربحية ، مؤشر السيولة ، مؤشر ملاءة رأس المال ومؤشر توظيف الأموال) ، كدراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأردنية .

ومن اجل تحقيق أهداف هذه البحث تم وضع مخططاً فرضياً يحدد طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات المعتمدة ، ومن اجل الكشف عن طبيعة هذه العلاقة تم صياغة فرضيات عدة وتم اختبارها باستخدام أساليب إحصائية متقدمة ، بالاستعانة في البرنامج الإحصائي (SPSS) ، وقد تم اختيار عينة من المصارف الأردنية لإجراء البحث واختبار فرضياتها ، إذ شملت البحث المصارف الآتية (مصرف الإسكان للتجارة والتمويل ، مصرف العربي ، مصرف الأهلي و مصرف القاهرة عمان) ، واستخدمت التقارير السنوية بوصفها أداة رئيسة في جمع البيانات المتعلقة بالجانب الميداني للمصارف عينة البحث للسنوات من (2000 - 2011) .

وقد توصلت البحث إلى عدة استنتاجات يقف في رأسها :

1. أظهرت النتائج الإحصائية وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث .
 2. أظهرت النتائج المستخلصة وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث .
- واعتماداً في الاستنتاجات انفه الذكر تم صياغة بعض التوصيات من أهمها :
1. دعوة الجهات القانونية والتشريعية في الأردن إلى سن أو تشريع قوانين تحكم عمل الصيرفة الالكترونية وخدماتها لحماية الأطراف المتعاملة بها ، أو القيام بتحديث القوانين الحالية وتطويرها بالشكل الذي يجعلها سارية ونافذة في الصيرفة الالكترونية والخدمات الالكترونية الأخرى .
 2. دراسة الخدمات الجديدة للمصارف المنافسة داخل المملكة الأردنية و تحديداً الالكترونية منها من اجل الإلمام بمستوى الخدمات الالكترونية العام والمحافظه في الموقع التنافسي للمصرف مقارنةً بمنافسيه كون اعتماد التكنولوجيا في مجال الصيرفة الالكترونية يدفع المصرف إلى تحسين أدائه ومن ثم الحفاظ في مركزه التنافسي في السوق المصرفية .

3. المبحث الأول

المنهجية العامة للبحث

أولاً : مشكلة البحث

يتحدد الإطار العام لمشكلة البحث في حدة المنافسة في مجال تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية في المصارف ومن ثم أصبح لزاماً عليها دراسة الواقع الحالي والسبل الكفيلة بتطوير العمل الالكتروني وزيادة فاعلية للنهوض بواقعه وزيادة قدرته التنافسية .

تتمحور مشكلة البحث في التساؤلات الآتية :

1. ما هي طبيعة العلاقة بين أبعاد الصيرفة الالكترونية وبين مؤشرات الأداء المالي للمصارف المبحوثة ؟
2. كيف تدرك القيادات الإدارية العليا في المصارف قيد البحث ، أهمية تطبيق أبعاد الصيرفة الالكترونية للنهوض بمؤشرات الأداء المالي للمصارف ؟
3. إي من أبعاد الصيرفة الالكترونية أكثر ارتباطا وتأثيرا في مؤشرات الأداء المالي للمصارف المبحوثة ؟
4. هل أن مستوى الأداء المالي للمصارف يتباين باختلاف أبعاد الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة ؟

ثانيا : أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في محاولة إثارة اهتمام الإدارة العليا في المصارف لأهمية خدمات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي المصرفي ، من اجل تعزيز قدرة المصارف في البقاء والنمو واجتياز جميع العقبات التي تقف حائلا دون ذلك ، وخاصة في المتغيرات الهيكلية والجذرية التي تؤثر في بنية الصناعة المصرفية في العالم ، إذ أصبح استخدام الوسائل الالكترونية في إدارة وتنفيذ الأنشطة المالية والمصرفية خيارا لا بد منه من اجل تلبية احتياجات بيئة الأعمال والاستجابة لتحديات المنافسة العالمية في هذا المضمار من اجل استثمار الفرص التي يتيحها اقتصاد المعرفة .

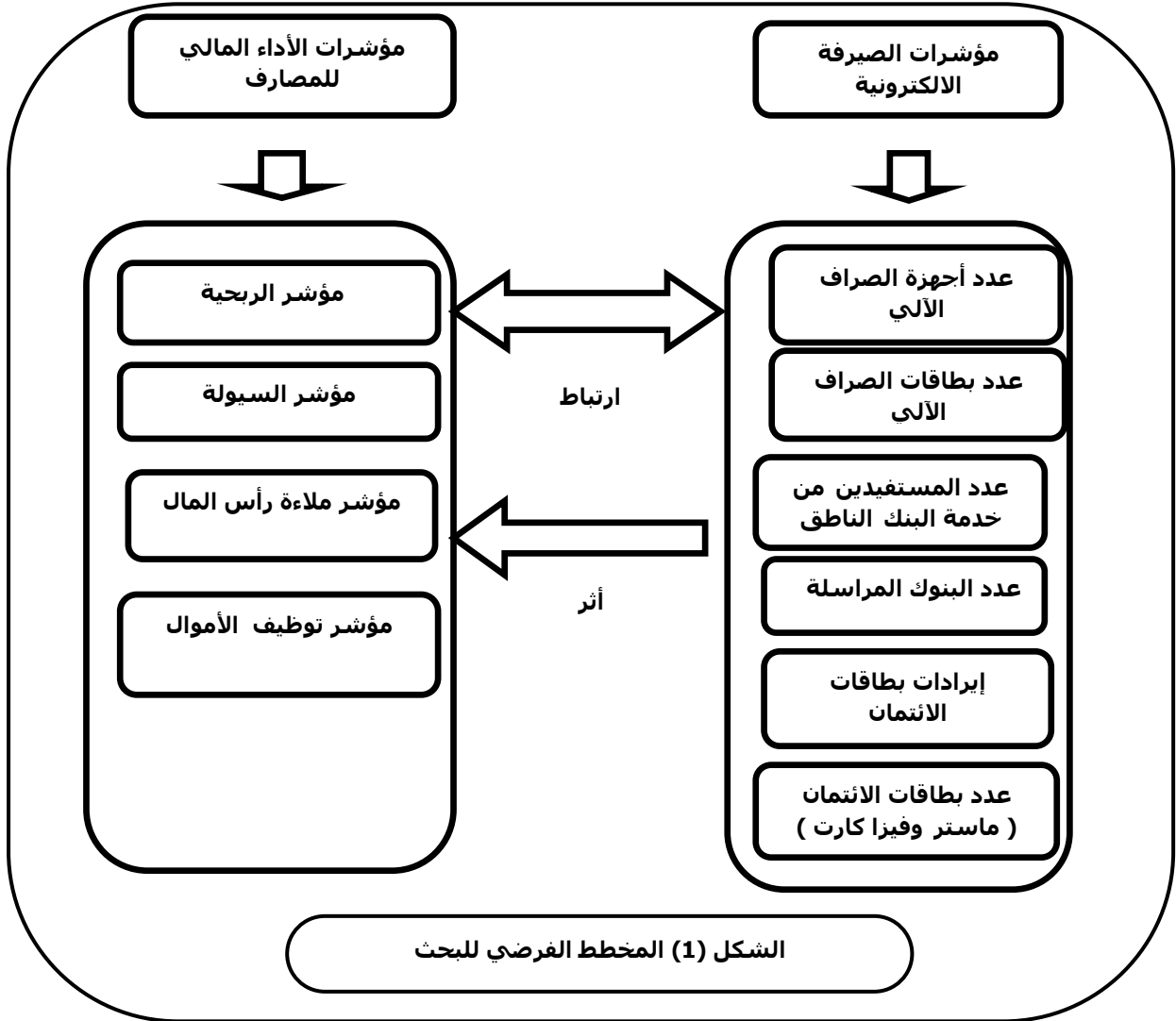
ثالثا : أهداف البحث

من خلال مشكلة البحث و أهميتها فأن الهدف الأساسي للبحث يتمثل في تعريف المصارف بالدور الذي تلعبه خدمات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف ، وبالإمكان تقديم عدد من الأهداف الأخرى للبحث وكالاتي :

1. تحديد مستوى اهتمام المصارف التجارية بخدمات الصيرفة الالكترونية ومدى التوسع في تحديثها ومواكبة التطور العالمي .
2. تحديد الآليات التي تعتمد عليها إدارة المصارف في تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية .
3. قياس اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث .

رابعا : المخطط الفرضي للبحث

بناءً في مشكلة وأهداف البحث وضمن إطارها النظري والتطبيقي تم تصميم مخطط البحث الفرضي بما يعبر عن العلاقات المنطقية لمتغيرات البحث وكما موضح في الشكل الآتي .



خامسا : فرضيات البحث

في ضوء مشكلة البحث وانسجاماً مع ما تقتضيه البحث من تفسير العلاقة بين متغيرات

البحث الرئيسية انبثقت مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية وكالاتي :-

1. الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة

الالكترونية و مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، وتنبتق منها الفرضيات الآتية

:-

أ. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية للمصارف عينة البحث .

ب. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .

- ج. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينة البحث .
- د. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال للمصارف عينة البحث .
2. الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد علاقة أثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، ويتفرع منها الفرضيات الآتية:
- أ. يوجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينة البحث .
- ب. يوجد علاقة أثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .
- ج. يوجد علاقة أثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينة البحث .
- د. يوجد علاقة أثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر توظيف الأموال للمصارف عينة البحث .
- سادسا : مجتمع وعينة البحث :

لقد وقع الاختيار في القطاع المصرفي التجاري متمثلا بمجموعة من المصارف الأردنية والبالغ عددها (16) مصرف ، وإذا تم اختيار عينة منها تتكون من أربعة مصارف وتشكل ما نسبة (25 %) منها بوصفها ميدانا لإجراء هذه البحث وذلك لما لهذا القطاع من دور حيوي ومهم في الاقتصاد ، فضلا عن أهمية وحجم القطاع المصرفي في الأردن في مجال مساهمته في تكوين الناتج المحلي الإجمالي (GDP) والتطور الذي لحق به خلال العقود الثلاثة الأخيرة . وفيما يأتي نبذة مختصرة عن المصارف الأردنية عينة البحث :

1. مصرف الإسكان للتجارة والتمويل :

تأسس مصرف الإسكان للتجارة والتمويل عام 1973 بوصفه شركة مساهمة عامة محدودة أردنية، وقد بدأ المصرف عمله كمصرف متخصص في مجال التمويل الإسكاني برأسمال قدره نصف مليون دينار، وبعد مرور 24 عاماً في تأسيسه بدأت مرحلة عمل جديدة في مسيرة المصرف عندما تعن إلى مصرف تجاري شامل عام 1997، وقد تمت زيادة رأسماله أكثر من مرة خلال الأعوام الماضية كان آخرها في عام 2006 إذ أصبح 252 مليون دينار أردني (أي ما يعادل 355 مليون دولار). (البنك الإسكان ، 2010 ، 7)

2. المصرف العربي :

يعد المصرف العربي أقدم المصارف في الأردن إذ يعود تاريخ تأسيسه إلى 21 / 5 / 1930 في مدينة القدس في فلسطين وبدأ عملياته في 14 / 7 / 1930 برأس مال مقداره 15000 جنية فلسطيني ، وفي عام 1948 انتقلت الإدارة العامة إلى عمان وأصبح المصرف شركة مساهمة عامة وفقا لأحكام قانون الشركات الأردني ، وتنتشر فروعه اليوم في خمس قارات عن العالم ، وللمصرف 33 فرعاً داخل الأردن و 93 فرعاً خارج الأردن . (البنك العربي ، 2010 ، 6)

3. مصرف الأهلي الأردني :

تم تأسيس المصرف الأهلي الأردني في عام 1955 بوصفه شركة مساهمة عامة محدودة أردنية ، وقد باشر المصرف أعماله في العام نفسه برأسمال مصرح به مقداره 350000 دينار ، المصرف الأهلي الأردني هو مؤسسة أردنية رائدة ، ذات تاريخ وتراث وطني عميق ، وهو سادس شركة الأسهم العامة في المملكة الأردنية ، وتنتشر فروعها اليوم في داخل وخارج الأردن . (بنك الأهلي الأردني ، 2009 ، 8) .

4. مصرف القاهرة عمان :

وهو مصرف أردني تأسس في عمان عام 1960 كشركة مساهمة عامة أردنية ، قام المصرف بأول عملية مصرفية في 1960/7/14. وافتتح أول فرع له في الضفة الغربية في 1986. يتمتع مصرف القاهرة عمان بقاعدة رأس مال مدعمة باحتياطيات تقوي مركزه المالي وتمكنه من توسيع حجم أعماله إذ بلغ رأس المال المدفوع 75 مليون دينار فيما بلغت حقوق المساهمين 141,172,677 مليون دينار حتى نهاية 30 أيلول 2007 ، يحتل مصرف القاهرة عمان حالياً المركز السادس بين المصارف العاملة في الأردن من حيث حجم الموجودات، والمركز الثاني بين المصارف العاملة في فلسطين من حيث حجم الموجودات والثالث من حيث عدد الفروع. (بنك القاهرة عمان ، 2011 ، 7)

المبحث الثاني

الأدب النظري للصيرفة الالكترونية والأداء المالي المصرفي

أولاً : مدخل مفاهيمي للصيرفة الالكترونية

1. نشأة الصيرفة الالكترونية :

تزامن ظهور الصيرفة الالكترونية مع ظهور النقود الالكترونية في بداية الثمانيات ، غير أن استخدام البطاقات ظهر في فرنسا في القرن الماضي في شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي . وكذلك ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في شكل بطاقات معدنية تستخدم في مستوى البريد . وفي عام 1958 أصدر المصرف الأمريكي Bank OF America أول بطاقات بلاستيكية تدعى American express بوصفها أول بطاقات الكترونية برزت للعيان والتي انتشرت في نطاق واسع في ستينات القرن العشرين (فريدة وصالح ، 2007 : 4) . ثم قامت بعدها ثمانية مصارف أمريكية بإصدار بطاقة تدعى Bank Americard عام 1968 لتتبع إلى شبكة Visa العالمية . في العام نفسه تم اصدار البطاقة الزرقاء (Carte Bleue) من لدن ستة مصارف فرنسية . وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا (France Telecom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة (Cartes a Memoire) ، وفي الرغم من أن ظهور البطاقات سبق الصيرفة الالكترونية ، إلا أنها لم تلق الرواج والاستخدام الواسع من قبل الزبائن إلا بعد دخول الصيرفة الالكترونية في ميدان الصناعة المصرفية منتصف ثمانيات القرن الماضي ، إذ أن التوجه الجديد للابداعات الالكترونية ظهر وانتشر في الثمانيات مع إعلان الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت (Afrouz ، 2006 : 16) .

2. مفهوم الصيرفة الالكترونية وأهميتها :

أ. مفهوم الصيرفة الالكترونية :

تطرق العديد من الكتاب والباحثين إلى مفهوم الصيرفة الالكترونية في كتاباتهم ومؤلفاتهم ، ولكن يمكن ملاحظة الاختلاف والتباين في صياغة مفهوم موحد للصيرفة الالكترونية ولكن جميعها كانت بضمون واحد .

ويعرفه (طه) هي منافذ الكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون موارد بشرية . (طه ، 2007 : 266) .

وقد عرفها (Sethi & Bhatia) هي استغلال المصارف للتطور التكنولوجي بما يسمح لزيائنها بإتمام تعاملاتهم المصرفية الكترونيا من دون الحاجة لزيارة بناية المصرف الذي يتعاملون معه (Sethi & Bhatia , 2008) . (: 56) .

وعرفها (Rahimuddin) تعرف في أنها تحويل الأموال الكترونيا (EFT) باستخدام الوسائل أو الأساليب الالكترونية لتحويل الأموال الكترونيا وبشكل مباشر من حساب إلى آخر بدلا من الدفع نقدا أو بواسطة الشيكات . (Rahimuddin , 2010 : 56) .

ب. أهمية الصيرفة الالكترونية :

تحتل الصيرفة الالكترونية أهمية بالغة الأثر داخل القطاع المصرفي في الوقت الحاضر، إذ بدأ هذا النوع من الخدمات المصرفية في الانتشار في نطاق واسع ، وذلك لما توفره هذه المصارف لزيائنها من إمكانية إصدار أوامر لتنفيذ العمليات المصرفية من خلال القنوات الالكترونية المتصلة بشبكة الانترنت في إي وقت ومكان ، إذ يتولى المصرف حفظ هذه الأوامر ثم تحويلها إلى الجهة المختصة داخله للبدء في تنفيذها ، وكل ذلك يتم بطريقة الالكترونية (بدوي ، 2003 : 1948) ، وتؤدي الصيرفة الالكترونية إلى تيسير التعامل بين المصارف ، وبناء علاقات مباشرة وغير مباشرة بينها وتوفر المزيد من فرص العمل وكفاءة إدارية والاستثمار وهو ما يساعد في استدامة النجاح والبقاء في السوق المصرفية ، واختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية (الشرفاوي ، 2003 : 18) .

3. فوائد الصيرفة الالكترونية :

أ. الفوائد التي يحصل عليها المصرف : تحقق عملية تطبيق الصيرفة الالكترونية للمصرف العديد من الفوائد ، ومن أبرز هذه الفوائد هي : (جاسم ومبارك ، 2010 : 127) (Gurau , 2002 : 366)

(1) تحسين العلاقة بين المصرف والزيائنها ، إذ تكفل عمليات الصيرفة الالكترونية سرعة تقديم الخدمات المصرفية مما يحقق رضاهم بالتالي ارتفاع مستوى ثقتهم في التعامل مع المصرف .

(2) تتيح الصيرفة الالكترونية إمكانية الحصول في حصة سوقية أكبر من خلال استهداف قطاعات سوقية متنوعة الثقافات والانتماءات باستخدام الانترنت .

(3) انخفاض تكلفة الخدمات المقدمة قياسا بالمصارف التقليدية مما يسهم في زيادة ربحية المصرف .

ب. الفوائد التي يحصل عليها الزبون : تحقق الصيرفة الالكترونية فوائد عديدة للزيائنها أهمها : (Rahimuddin , 2010 : 17) (Prasad & Harker , 2000 : 3)

(1) تمكين الزبون من إجراء مقارنة بين أسعار الخدمات المقدمة ومدى جودتها في أي وقت وفي مدار اليوم .

(2) سهولة الحصول في الخدمة المصرفية من أي مكان يتواجد فيه الزبون ما دامت وسيلته الاتصال المناسبة متوافرة له ويغض النظر عن بعد المسافة بين مقر المصرف والزبون ومكان تقديم الخدمة .

(3) يستطيع الزبون إجراء عمليات السحب والإيداع من إي صراف آلي متوفر من دون الذهاب للمصرف .

4. مفهوم المصارف الالكترونية :

هناك العديد من التسميات التي تطلق في مثل هذه المصارف منها : المصارف الالكترونية "Electronic Banks" أو مصارف الانترنت "Internet Banks" أو المصارف الالكترونية عن بعد "Remote Electronic Banks" أو المصرف المنزلي "Home Banks" أو المصرف في الخط "Online Banks" أو مصارف الخدمة الذاتية "Self Service Banks" أو مصارف الويب "Web Banks" ، وفي اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام الزبون بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت سواء أكان في المنزل أم المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد" (فريدة وصالح ، 2007 : 4) ، إذ ظهر أول مصرف الكتروني افتراضي في شبكة الانترنت في أمريكا عام 1995 هو Net Bank وتلاه Online Bank عام 1996 ثم انضم إليه Bank Of America و Union Bank Of California (قسومي ، 2008 : 299) .

ويعرف المصرف الالكتروني بأنه النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حسابه والحصول في مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية عبر شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة اتصالات حديثة أخرى كالهاتف المحمول (قابوسة ، 2010 : 1) .

5. أدوات الصيرفة الالكترونية :

أ. القنوات المصرفية الالكترونية :

(1) المصرف الفوري :

يمكن تعريف المصرف الفوري في انه (خدمة مصرفية هاتفية خاصة لتقديم الخدمة ، وهو جزء من الأعمال المصرفية عن بعد) (جاسم ومبارك ، 2010 : 129) . وقد أنشأت هذه الخدمة في خضم نهضة التطور التي لحقت بالقطاع المالي و المصرفي العالمي بعد الثورة المعلوماتية والتقدم التكنولوجي ، إذ كانت بدايتها في الولايات المتحدة الأمريكية وفي الخصوص في مصرف ميدلاند ، ثم دخلت إلى بريطانيا عام 1985 ، وفي عام 1987 تم إضافة الخدمة الصوتية المباشرة بين الزبون والمصرف (قابوسة ، 2010 : 4) ، وقد جاءت هذه الخدمة لتفادي طوابير الزبائن إذ تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (عبد القادر ومحمد ، 2010 : 9) .

(2) المصرف المحمول :

يسهم انتشار الهواتف النقالة في تطوير الخدمات المصرفية التي يمكن أن تقدم بسرعة فائقة ، إذ ظهر ما يسمى بالمصرف المحمول والذي يقوم في فكرة تقديم الخدمات المصرفية في إي مكان وفي إي وقت (رزيق والخطيب ، 2007 : 3) ، ومع بدايات القرن الحادي والعشرين أصبح عنوان مقر المصرف غير مهم بل قد يكون غير معروف ، إذ أصبح الان عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة الهاتف المحمول للزبون يتصل من خلاله بالمصرف (ثويني وخلف ، 2005 : 10) ، ويعد المصرف المحمول مثال جيد لكيفية توصيل الخدمات المصرفية إلكترونياً بوصفة يمكن أن يكون صورة من صور المصرف الالكتروني (Islam et al. 2010 : 25) ، ويطلق في

المصرف المحمول اسم آخر وهو مصرف الرسائل القصيرة (sms Bank) . إذ يمكن الحصول في الخدمة من خلال رسالة يستلمها الهاتف المحمول تبين تفاصيل الخدمة (Baraghani , 2007 : 22) .

(3) المصرف الناطق :

المصرف الناطق والذي يتمثل بنظام آلي يجيب في استفسارات الزبائن هاتفيا من خلال استعمال اسم الزبون ورمز المرور (Password) (عبدالله والطراد ، 2006 : 214) .

ومن بين الخدمات التي يمكن الحصول عليها من خلاله هي : (الشمري وعبد اللات ، 2008 : 69)

(أ) التحويل الفوري من حساب إلى آخر .

(ب) إدخال التحويلات الدورية .

(ج) إصدار الشيكات المصرفية .

(د) طلب دفتر الشيكات .

(هـ) إيقاف صرف شيك .

(و) تجميد بطاقة الدفع .

(ز) استفسارات وخدمات أخرى .

(4) أجهزه الصراف الآلي :

ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات بوصفها بديلا لموظفي المصارف في الفروع المصرفية ولتقليل الازدحام داخل المصارف ، وقد بدأ الاهتمام في بداية الثمانينات بتخفيض التكاليف لتحقيق مزايا تنافسية في ظل المنافسة في الحقل المالي والمصرفي (رزيق والخطيب ، 2007 : 2) ، وتعمل أجهزة الصراف الآلي في تلبية احتياجات الزبائن بعد أوقات العمل وخلال العطل ، إذ تعمل في مدار 24 ساعة كما توضع في الجدران الخارجية للمصرف أو في الأماكن الهامة كالمطارات والأسواق والجامعات، ويتم استخدام هذه الأجهزة بواسطة بطاقات إلكترونية يحملها الزبون مزودة برقم سري خاص لكل بطاقة (ثويني وخلف ، 2005 : 8) .

كما يستخدم الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب والإيداع النقدي والاستفسار عن الرصيد والحصول في كشف حساب مختصر وأجراء حوالات تجارية ، ومعرفة أسعار الفوائد وغيرها من الخدمات (Rose & Hudgins , 2008 : 114) .

(5)البنوك المراسلة :

لكي تستطيع المصارف المحلية من التعامل مع البنوك المراسلة لتنفيذ كافة العمليات المصرفية الخارجية من حوالات أو إصدار شيكات بالعملة الأجنبية أو تسديد بوالص أو اعتمادات مستنديه أو كفالات ، لابد من المصارف المحلية من توقيع اتفاقيات مع البنوك المراسلة في مختلف دول العالم التي يتعامل معها زبائنها ، وتختار المصارف المحلية البنوك المراسلة ذات السمعة المالية الجيدة والتي لها فروع منتشرة في كافة أنحاء الدولة التي ستوقع اتفاقية بنوك المراسلة مع المصارف العاملة فيها لكي يستطيع خدمة زبائنها المتعاملين مع كافة المدن والمناطق في تلك الدولة . (عبد الله والطراد ، 2006 : 233)

ومن أسباب إنشاء علاقات مع البنوك المراسلة : (عبد الله والطراد ، 2006 : 234)

(أ) تنفيذ كافة العمليات المصرفية الخارجية لزبائنها في كافة دول العالم .

(ب)الحصول في مزيد من التسهيلات الخارجية.

(ج) زيادة إعمال وأرباح المصرف المحلي نتيجة لتنفيذ الخدمات المصرفية الخارجية مع البنوك المراسلة

ب. البطاقات الالكترونية :

ظهر هذا النوع من الخدمات المصرفية في عام 1914 عندما أصدرت شركة البترول الأمريكية بطاقات معدنية لزبائننا لشراء ما يحتاجون إليه من منافذ التوزيع التابعة لها ، وتسوية حسابات هذه المشتريات في نهاية كل مدة محددة . واتسعت هذه البطاقات لتشمل المصارف في عام 1950 إذ قام مصرف ناشيونال فرانكلين في نيويورك بإصدار بطاقات مصرفية . وهي بطاقات بلاستيكية تمنحها المصارف لزبائننا لأغراض الشراء ثم التسديد لاحقاً (شاهين ، 2009 : 10) ، بعد ذلك انتشر استخدام البطاقات الالكترونية عن العالم وقله ما نجد مصرف لا يتعامل بأحد أنواعها ومن بين أهم أسباب انتشارها هو تساهل المصارف في منحها وتسويقها عبر برامج تشجيعية مثل قسائم مشتريات مجانية وعروض الإقامة في الفنادق الفخمة أو كابونات الهدايا وخصومات وتسهيلات أخرى (شلهوب ، 2007 : 305) ، وقد أصبحت البطاقات الالكترونية مظهراً اجتماعياً راقياً وتعبيراً سلوكياً حضارياً في معاملات الأسواق التي تغني عن التداول النقدي المباشر سواء أكان التعامل داخل شبكة الانترنت أم خارجها (زريقات ، 2007 : 310) .

وتصدر البطاقات الائتمانية الالكترونية من قبل مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجاري الكبرى و منها : (قابوسة ، 2010 : 7)

- بطاقة فيزا كارت : تعد اكبر شركة دولية في إصدار بطاقات الائتمانية ، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما اصدر مصرف أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية .
- بطاقة ماستر كارت : هي ثاني اكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية ، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية ، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون محل تجاري ، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار .
- ج. النقود الالكترونية :

يمكن تعريف النقود الالكترونية في أنها (نقود غير ملموسة ، تأخذ صورة وحدات الكترونية وتخزن في مكان امن في (الهارد ديسك) لجهاز الحاسوب الخاص بالزبون يعرف باسم المحفظة الالكترونية ويمكن للزبون استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء والتحويل الخ) (خير الدين ومحمد ، 2003 : 199) . فبعد ظهور البطاقات المصرفية ظهرت النقود الالكترونية ، إذ تعد كنقود افتراضية (Virtual) ليتم التعامل بها عبر الانترنت ، وتقوم هذه العملية في أساس تحويل النقود من صورتها المادية إلى أخرى افتراضية وبشكل وحدات رقمية لها حساب خاص لدى المصرف ، وكانت شركة Digicash الهولندية أول من أطلقت نظام العملة الالكترونية في عام 1994 تحت اسم (E-cash) ليتم استخدامها في المعاملات الجارية عبر الانترنت ، ومع نهاية عام 1995 بدأ مصرف مارك تاون (Marktwain Bank) في سانت لويس في استخدام النقود الالكترونية (بن عمارة ، 2005 : 9) .

د. الشيكات الالكترونية :

الشيك الالكتروني عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الانترنت بتحويل قيمة الشيك وإعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليل في أنه قد تم صرفه (بن عمارة ، 2005 : 12) .

ويعد الشيك الالكتروني نفس الشيك الورقي الذي يعرفه الجميع ، إذ يحتوي في نفس الخصائص والصلاحيات ويترتب عليه ما يترتب في الشيك الورقي ، ولكن فكرة الشيك الالكتروني تعتمد في وجود وسيط لإتمام عملية

التخليص والتمثل في جهة التخليص (المصرف) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بينهما ، مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة بيانات لدى المصرف الالكتروني ، ومن المصارف التي تتبنى فكرة الشيكات الالكترونية مصرف بوسطن وستي بنك ، إذ تعد الشيكات الالكترونية وسيلة أكثر أماناً للقيام بعمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت بدلاً من بطاقات الائتمان (خير الدين و محمد ، 2003 : 200) .

ثانياً : مدخل مفاهيمي للأداء المالي المصرفي

1. مفهوم الأداء المالي للمصارف:

يعد الأداء المالي من أكثر المعايير استخداماً لقياس مجمل الأداء المصرفي ، كونه يمتاز بالاستقرار والثبات ويسهم في الكشف عن الانحرافات المالية وتوجيه المصارف نحو الاتجاه الصحيح ، إذ يركز في استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى انجاز الأهداف ، لذلك تعددت آراء الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم الأداء المالي المصرفي .

وقد عرفها (Almazari) عبارة عن مقياس ذاتي لمدى نجاح المصرف في استخدام موجوداته بطرق مختلفة لتوليد العوائد . (Almazari , 2011, 1)

وعرفها (الزبيدي) قياس الأعمال المنجزة ومقارنتها بما يتم وفقاً للتخطيط المعد سابقاً لها (الزبيدي ، 2011 ، 92)

2. أهمية الأداء المالي للمصارف :

يحثل الأداء المالي للمصارف مكانة بالغة الأهمية في غالبية الاقتصاديات إذ ركزت عليه الكثير من الدراسات والأبحاث في العلوم المالية والإدارية والاقتصادية ، وذلك بسبب الندرة النسبية للموارد المالية التي تعتمد عليها المصارف قياساً بحجم الاحتياجات المالية الكبيرة لها والمتنافس عليها ومن هذا المنطلق نجد أن من الضروري تحقيق العوائد القصوى واستمرار المصارف في التقدم والنمو لتحقيق الأهداف المرجوة من خلال الاستخدام الأمثل لتلك الموارد ولذا فإن الأداء المالي للمصارف يعد احد العناصر الأساسية للعملية الإدارية إذ يوفر للإدارة معلومات وبيانات تستخدم في قياس مديات تحقيق أهداف المصرف والتعرف في اتجاهات الأداء فيها ومن ثم فإنه يوفر أساساً في تحديد مسيرة المصارف ونجاحها ومستقبلها (الزبيدي ، 2011a : 94) .

وتتبع أهمية الأداء المالي للمصارف بشكل عام في كونه يهدف إلى تقويم أداء المصارف من زوايا عدة وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات ممن لهم مصالح مالية في المصرف لتحديد جوانب القوة والضعف في المصرف والإفادة من البيانات التي يوفرها قياس هذا الأداء تحديداً لترشيد وتوجيه القرارات المالية للمستخدمين (الخطيب ، 2010 : 46) .

3. العوامل المؤثرة في الأداء المالي :

أ. العوامل البيئية الداخلية :

(1) الهيكل التنظيمي :

يمثل الهيكل التنظيمي الإطار العام الذي تتحدد بموجبه الإدارات والتقسيمات التنظيمية والوحدات العاملة والتي من خلالها يتم تحقيق الأهداف الخاصة بالمصرف (طالب وآخرون، 2009: 31) .

(2) الكفاءة المالية :

تمثل الكفاءة احد المقاييس المهمة والمعتمدة في قياس الأداء المالي للمصارف . وتشير الكفاءة إلى العلاقة ما بين المخرجات والمدخلات ، اذ تناسب بنسبة المخرجات إلى المدخلات المستخدمة في تحقيق الأهداف . وتلعب الكفاءة المالية دوراً مهماً في العديد من القرارات اليومية التي تمارسها إدارة المصرف . وتعريف الكفاءة المالية يختلف من مؤلف لآخر بحسب وجهات نظرهم ، والعديد يرون أن الكفاءة المالية هي معادلة لقيمة النقود . (Doebling , 2001 : 3) .

(3) التكنولوجيا :

والتكنولوجيا هي مجموعة من الأدوات المهمة والتي تجعل المصرف أكثر كفاءة وتساعد في فهم الفرص والتحديات بشكل أفضل ، لذلك من المهم لأي مصرف أن يعلم كيف يستخدم الأدوات التكنولوجية المتوفرة لديه ، وتحديد نوع التكنولوجيا المناسبة لطبيعة أعماله والمنسجمة مع أهدافه وذلك لأن التكنولوجيا من ابرز المزايا و التحديات التي تواجه العمل المصرفي بصفة عامة (Haag et al , 2007 : 10) .

(4) حجم المصرف :

يقصد بالحجم هو تصنيف المصارف إلى صغيرة أو متوسطة أو كبيرة الحجم إذ يوجد مقاييس عدة لحجم المصرف منها : إجمالي الموجودات أو إجمالي الودائع أو إجمالي المبيعات أو إجمالي القيمة الدفترية . ويعد الحجم من العوامل المؤثرة في الأداء المالي للمصارف وقد يكون تأثيره ايجابيا أو سلبيا ، فقد يشكل الحجم عائقا لأداء المصارف إذ تصبح عملية إدارة المصرف أكثر تعقيدا ومنه يصبح أدائه اقل فاعلية في حالة لم تتوافر المتطلبات الأساسية للتوسع مثل الكوادر البشرية وغيرها من المتطلبات . وإيجابيا من حيث أن كلما زاد حجم المصرف يزداد عدد المحللين الماليين المهتمين بالمصرف ، وقد أجريت دراسات عدة عن علاقة الحجم بأداء المصارف وبيئت أن العلاقة بين الحجم والأداء علاقة طردية . (الخطيب ، 2010 : 51)

ب. العوامل البيئية الخارجية :

تتضمن جميع العوامل المتعلقة بالبيئة الخارجية للمصرف ، والتي تكون خارج سيطرتهم و يصعب السيطرة عليها ، ومن أهم تلك العوامل هي : (Kottler , 2004 : 66)

(1) البيئة القانونية والسياسية : أي الظروف السياسية للبلد الذي يقيم فيه المصرف ، والقوانين المنظمة للعمل المصرفي في هذا البلد .

(2) البيئة الاقتصادية : وتشمل طبيعة النظام الاقتصادي السائد وانعكاساته في الأنشطة المصرفية والموارد المتاحة في البلد ، وكذلك المناخ الاستثماري والفرص الاستثمارية المتوفرة .

(3) البيئة الاجتماعية والثقافية : أي العادات والتقاليد والمعتقدات التي يؤمن بها المجتمع ، ومستوى الوعي والثقافة التي تؤثر في قرارات المجتمع الخاصة بالتعامل مع طبيعة الأنشطة المصرفية ، والخدمات التي تقدمها المصارف .

4. أدوات تحليل الأداء المالي :

أ. التحليل العمودي :

ويسمى التحليل النسبي لأنه يقوم بتحليل كل قائمة مالية في حده ، وإظهار العلاقة بين نسبة كل مكون من مكونات القوائم المالية إلى إجمالي القائمة المالية نفسها ، وفي الرغم من أن التحليل العمودي هو

مقتصر في قائمة مالية واحدة لكنه يكون أكثر أفضلية أو دلالة عند استخدام مقارنته مع قائمة أخرى . (Reeve et al , 2007 :745)

ب. التحليل الأفقي :

يهتم هذا التحليل بعملية تقييم الأداء في مدى عدد من الحقب الزمنية من خلال الارتفاع والانخفاض في العناصر المرتبطة في القوائم المالية المقارنة ، وذلك من اجل دراسة التغيرات الحاصلة في كل فقرة (زيادة أو نقصان) ، ويمكن أن تكون مقارنة قائمة مالية مع قائمتين أو أكثر بحيث تكون القائمة الأولى هي القائمة الأساس وهو ما يعرف بتحليل الاتجاهات (Reeve & Warren, 2008:660-661) . ويعرف التحليل الأفقي في انه مقارنة لعناصر القوائم المالية خلال فترات زمنية معينة (Norton & Porter , 2009 : 658) .

5. مفهوم النسب المالية :

تعد النسب المالية من الأدوات المهمة لتقييم أداء المصارف وأكثرها انتشارا في أوساط المحللين الماليين ، وذلك لسهولة استعمالها واستخدامها وفهمها وإمكانية الاعتماد عليها في تقييم الأداء المالي ، ويعود تاريخ استخدامها إلى منتصف القرن التاسع عشر ، لذلك تطرق العديد من الكتاب والباحثين إلى مفهوم النسب المالية في كتاباتهم ومؤلفاتهم .

ويعرفه (Ross et al) علاقة تتحدد من خلال المعلومات المالية للمصرف وتستخدم لاغراض المقارنة . (Ross et al 2006 : 57)

وقد عرفها (Keown et al) هي بيانات محاسبية تشكل فقرات نسبية من اجل مساعده المحللين لتحديد بعض أماكن الضعف والقوة لدى المصرف . (Keown et al ,2011 :86)

6. أهمية النسب المالية :

تتلخص أهمية المؤشرات المالية في الجوانب الآتية : (الخطيب ، 2010 : 54-55) (Keown et al ,2011 :86)

- أ. تحديد مدى قدرة المصارف في مواجهة الالتزامات الجارية .
- ب. قياس درجة نمو المصرف والكشف عن مواطن القوة والضعف .
- ج. تعد وسيلة من وسائل الرقابة في نشاط المصرف ، من خلال توضيح العلاقات بين البيانات المالية ، والتغيرات التي تطرأ عليها خلال مدة زمنية محددة .

7. أنواع النسب المالية :

أ. مؤشرات الربحية :

(1) نسبة العائد في الموجودات :

تقيس هذه النسبة مدى قدرة المصارف في استخدام موجوداتها في توليد الربح ، وان ارتفاع هذه النسبة يدل في كفاءتها في استغلال موجوداتها بشكل صحيح ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Penman , 2010 :369)

صافي الربح بعد الضريبة

$$\text{نسبة العائد في الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{إجمالي الموجودات}} \times 100\%$$

إجمالي الموجودات

(2) نسبة العائد في حق الملكية :

تقيس هذه النسبة العائد الذي يحصل عليه المالكين من استثمار أموالهم بالمصرف ، وان ارتفاع هذه النسبة يدل في كفاءة إدارة المصرف ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Keown et al , 2011 : 99) (Casu et al , 2006 : 214) .

$$\text{نسبة العائد في حق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{حق الملكية}} \times 100\%$$

ب. مؤشرات السيولة :

(1) نسبة التداول :

تقيس هذه النسبة مدى إمكانية المصرف في الوفاء بالتزاماته المستحقة خلال السنة المالية من خلال تحويل جميع الموجودات المتداولة إلى سيولة نقدية لمقابلة الالتزاماتها ، وان ارتفاع هذه النسبة تعني أن المصرف يتمتع بقدرة عالية في الوفاء بالتزاماته ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Doss et al , 2007 : 115) .

$$\text{نسبة التداول} = \frac{\text{الموجودات المتداولة}}{\text{المطلوبات المتداولة}} \times 100\%$$

(2) نسبة السيولة السريعة :

تقيس هذه النسبة قدرة المصرف في سداد التزاماتها قصيرة الأجل من موجوداتها سهلة التحويل إلى النقدية ، وتشمل هذه الموجودات كل من النقدية ، والأوراق المالية ، والذمم المدينة ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Lasher , 2008 : 84) .

$$\text{نسبة السيولة السريعة} = \frac{\text{النقدية} + \text{الأوراق المالية} + \text{الذمم المدينة}}{\text{المطلوبات المتداولة}} \times 100\%$$

ج. مؤشرات ملاءة رأس المال :

(1) نسبة حق الملكية إلى إجمالي الموجودات :

تقيس هذه النسبة مدى مساهمة رأس المال (حق الملكية) في تغطية الموجودات ، ويحاول المصرف الاحتفاظ بهذه النسبة عند معدل ثابت ، وارتفاع هذه النسبة يعني الوضع المالي للمصرف جيد ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (خنفر و المطارنة ، 2009 : 137) .

$$\text{نسبة حق الملكية إلى إجمالي الموجودات} = \frac{\text{حق الملكية}}{\text{إجمالي الموجودات}} \times 100\%$$

(2) نسبة حق الملكية إلى إجمالي الودائع :

تقيس هذه النسبة مدى اعتماد المصرف في حق الملكية بوصفها مصدراً من مصادر التمويل ، وتبين هذه النسبة مدى قدرة المصرف في تسديد الودائع من الأموال المملوكة له ، وارتفاع هذه النسبة يعني توفير الحماية اللازمة لأموال المودعين ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (الزبيدي ، 2011 : 73) .

حق الملكية

$$\text{نسبة حق الملكية إلى إجمالي الودائع} = \frac{\text{إجمالي الودائع}}{\text{حق الملكية}} \times 100\%$$

د. مؤشرات توظيف الأموال :

(1) معدل توظيف الموارد :

يقيس هذا المعدل علاقة الاستثمارات بمصادر التمويل ، وما يوظفه المصرف من أموال في نشاطه المالي ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Ross et al , 2006 : 61) .

إجمالي الاستثمارات

$$\text{معدل توظيف الموارد} = \frac{\text{إجمالي الودائع + حق الملكية}}{\text{إجمالي الاستثمارات}} \times 100\%$$

إجمالي الودائع + حق الملكية

(2) نسبة إجمالي القروض إلى إجمالي الودائع :

تقيس هذه النسبة مدى قدرة المصرف في توظيف الودائع ، وتبين حجم الأموال التي يستخدمها المصرف من الودائع الكلية ، وان ارتفاع هذه النسبة تعني قدرة المصرف في توظيف الأموال بشكل صحيح ويمكن قياسها في وفق الصيغة الآتية (Wild , 2007 : 32) .

إجمالي القروض

$$\text{نسبة إجمالي القروض إلى إجمالي الودائع} = \frac{\text{إجمالي القروض}}{\text{إجمالي الودائع}} \times 100\%$$

المبحث الثالث

قياس وتحليل اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف الأردنية عينة البحث أولاً : توصيف وصياغة النماذج القياسية

تتمثل المهمة الأساسية لهذا البحث في قياس اثر الصيرفة الالكترونية من خلال مؤشراتها في مؤشرات الأداء المالي للمصارف في بلد البحث وتحليله ، من خلال تحديد أفضل نموذج قياسي التي تعطي أفضل تفسير لأثر الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث . فقد تم اختيار المصارف الأردنية والمتمثلة بالمصارف (الإسكان ، العربي ، الأهلي ، القاهرة عمان) ، بوصفها أهم واكبر المصارف في مستوى الملكة الأردنية فضلا عن التطور الذي لحق بالقطاع المصرفي الأردني عموماً خلال العشرين سنة الماضية ، كما تم اختيار تلك المصارف لأنها أقدم من حيث التأسيس .

1. توصيف النماذج القياسية :

لقياس اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف كلا في انفراد وفي كل مؤشر من مؤشرات الأداء المالي الأربعة . وبذلك فان المتغيرات التي سيتم بحثها في النموذج هي كالاتي :

أ. المتغيرات التابعة :

تم اختيار أربعة متغيرات معتمدة تمثل مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث وقد تمثلت في الآتي :

(1) مؤشر الربحية (Y_1) : تم اعتماد مؤشر الربحية والمتمثل بـ (العائد في الموجودات) بوصفه المتغير المعتمد الأول الذي يمثل الأداء المالي المصرف ، وقد تم اعتماد هذا المؤشر كممثل للربحية بوصفه أكثر النسب استخداما من بين مؤشرات الربحية الأخرى .

(2) مؤشر السيولة (Y_2) : ويتمثل هذا المؤشر بـ (النقدية إلى إجمالي الموجودات) ، وزيادة هذا المؤشر يعني رفع قدرة المصرف في مواجهة طلبات المودعين ، وبالعكس.

(3) مؤشر ملاءة رأس المال (Y_3) : ويتمثل هذا المؤشر بقسمة (حق الملكية في الموجودات) ، وان ارتفاع هذا المؤشر يعني اعتماد المصرف في رأس ماله اكبر في تكوين الموجودات .

(4) مؤشر توظيف الأموال (Y_4) : ويتمثل هذا المؤشر بقسمة (إجمالي الإيرادات في إجمالي الاستثمارات) ، ويسعى المصرف إلى رفع هذه النسبة والتي تؤثر ارتفاع معدل توظيف الموارد المتاحة للمصرف .

ب. المتغيرات المستقلة :

تم اختيار ستة متغيرات مستقلة تعبر عن الصيرفة الالكترونية ، وتتمثل هذه المتغيرات في :

(1) عدد أجهزة الصراف الآلي (X_1) : تم اعتماد مؤشر عدد أجهزة الصراف الآلي بوصفه المتغير المستقل الأول للصيرفة الالكترونية ، ويمثل هذا المؤشر عدد الزبائن الذين يستخدمون أجهزة الصراف الآلي للمصرف.

(2) عدد بطاقات الصراف الآلي (X_2) : ويتمثل هذا المؤشر بعدد بطاقات الذي يصدرها المصرف للزبائن المستخدمين لأجهزة الصراف الآلي .

(3) عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق (X_3) : ويتمثل هذا المؤشر بعدد الزبائن الذين يستفيدون من خدمة البنك الناطق التي يمنحها المصرف لهم .

(4) عدد البنوك المراسلة (X_4) : ويتمثل هذا المؤشر بعدد التعاملات التي تقوم بها مجموع من المصارف لتحويل الأموال فيما بينها .

(5) إيرادات بطاقات الائتمان (X_5) : ويتمثل هذا المؤشر حجم الإيراد الذي يحصل عليه المصرف من قبل الزبائن مستخدمي بطاقات الائتمان بأنواعها مختلفة .

(6) عدد بطاقات الائتمان (ماستر كارت و فيزا كارت) (X_6) : ويتمثل هذا المؤشر بعدد بطاقات الائتمان الممنوحة من قبل المصرف إلى الزبائن ، والتي تمثل جميع أنواع البطاقات التي يمنحها المصرف باستثناء بطاقات الصراف الآلي منها .

2. بناء النموذج القياسي :

بعد أن تم توصيف المتغيرات التابعة والمستقلة فلا بد من وضعها بالصيغة الرياضية التي تعد نقطة البدء في صياغة النموذج وفي النحو الآتي :

$$Y_{ij} = f (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , X_6)$$

Where :

$$i = 1,2,3,4,5,6$$

ويمكن وضع النموذج بالصيغة القياسية العامة الآتية :

$$Y_{ij} = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + U_i$$

إذ إن (U_i) تمثل المتغير العشوائي **Random Variable** وهو يتضمن تأثير المتغيرات التي لم ترد بالنموذج أو تأثير التغيرات العشوائية فيه .

وسيتم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد (**Multiple Regression**) في تحليل البيانات ، وهذه الطريقة تتبدى بنموذج أولي شامل لكافة المتغيرات المستقلة المتوقع تأثيرها في المتغير التابع موضوع البحث ، ومن ثم تبدأ عملية اختيار النموذج الأفضل (**Backward**) من بين النماذج الممكنة استناداً إلى الاختبارات الإحصائية والقياسية ، وبذلك فإن هناك إجراءات أساسية عدة تقوم بها هذه الطريقة هي :

1. تحديد النموذج الأولي الذي يحدد العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة المدخلة كافة .
2. يتم تعديل النموذج الأولي بصورة متكررة (خطوة خطوة) بإضافة أو إزالة متغير مستقل أو أكثر بموجب المعايير الإحصائية .
3. ينتهي التعديل والبحث عن النموذج جديد في حالة الوصول إلى الخطوة الأفضل التي تعطي أفضل نموذج لتفسير الظاهرة المدروسة .

وبعد إن يتم عرض البيانات المعبرة عن المتغيرات المعتمدة والمستقلة يتحدد لنا أفضل النماذج القياسية الممكنة في ضوء المتغيرات المدخلة بعد أن يقوم البرنامج المستخدم باستبعاد المتغيرات المستقلة غير المؤثرة في المتغيرات المعتمدة . وبذلك لا توجد صيغة قياسية محددة لنمط التأثير بل أنها متغيرة من مؤشر إلى آخر من مصرف إلى آخر .

3. تهيئة البيانات :

تم الاعتماد في التقارير السنوية للمصارف الأردنية الأربعة عينة البحث لاحتساب مؤشرات الأداء المالي فيها وقد تطلب ذلك جهداً كبيراً ، وبعد جمع التقارير التي تم الحصول عليها من المصارف عينة البحث وبالباغلة (48) تقريراً ، تم استخراج البيانات المطلوبة وتبويبها في جداول لتسهيل عملية احتساب مؤشرات الأداء المالي لكل مصرف .

إما فيما يخص البيانات عن مؤشرات الصيرفة الالكترونية التي مثلت المتغيرات المستقلة في النموذج القياسي فقد تم الاعتماد في عدد من التقارير السنوية للمصارف عينة البحث ، ولكن تكمن الصعوبة بان هناك مؤشرات كثيرة للصيرفة الالكترونية غير متاحة في التقارير الرسمية للمصارف وقد تطلب ذلك زيارات ميدانية إلى المصارف الأردنية وأجراء المقابلات شخصية للحصول في بيانات تراكمية وسجلات أساسية غير منشورة فكان جهداً مقنياً للحصول في البيانات والمعلومات في هذا الجانب تحديداً .

ثانياً: قياس اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف الأردنية عينة البحث بعد إجراء عمليتي توصيف وصياغة النماذج القياسية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، وبعد إدخال البيانات في الحاسوب الآلي عبر اعتماد البرنامج الإحصائي (**SPSS**) تم الحصول في النتائج الآتية :-

1. الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث)

أ. مؤشر الربحية :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية للمصارف عينة البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية للمصارف عينة البحث .

يتضح من خلال الجدول (1) أن مؤشرات الصيرفة الالكترونية ذات دلالة ارتباط إحصائية (t, r) المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (t) المحسوبة بالمقارنة مع (t) الجدولية ، فضلا عن معنوية الارتباط (r) في كل مصرف بالارتباط مع مؤشر الربحية .

جدول (1) علاقة ارتباط مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينة البحث

العلاقة	T الجدولية	t المحسوبة	R	مؤشرات الإحصائية المصارف
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.86	2.291 -2.168 2.766	%76	مصرف الإسكان
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	2.141 1.966	%58	المصرف العربي
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	2.961 3.514	%74	مصرف الأهلي الأردني
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.86	-1.867 -2.096 2.562	%78	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS)

مما سبق نستنتج قبول فرضية الوجود (H_1) ونرفض فرضية العدم (H_0) وهذا معناه (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية للمصارف عينة البحث)
ب. مؤشر السيولة :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .

يتضح من خلال الجدول (2) أن مؤشرات الصيرفة الالكترونية ذات دلالة ارتباط إحصائية (t, r) المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (t) المحسوبة بالمقارنة مع (t) الجدولية ، فضلا عن معنوية الارتباط (r) في كل مصرف بالارتباط مع مؤشر السيولة .

جدول (2) علاقة ارتباط مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينة البحث

العلاقة	T الجدولية	t المحسوبة	R	مؤشرات الإحصائية المصارف
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	1.895 -2.661	%72	مصرف الإسكان
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.86	4.269 -2.324 -5.616	%93	المصرف العربي
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.86	-4.344 2.083 -2.124	%92	مصرف الأهلي الأردني
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	-4.221 -6.056	%97	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPPS)
 مما سبق نستنتج قبول فرضية الوجود (H_1) ونرفض فرضية العدم (H_0) وهذا معناه (وجود علاقة
 ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة للمصارف عينة البحث)

ج. مؤشر ملاعة رأس المال :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر
 ملاعة رأس المال للمصارف عينة البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر
 ملاعة رأس المال للمصارف عينة البحث .

يتضح من خلال الجدول (3) أن مؤشرات الصيرفة الالكترونية ذات دلالة ارتباط إحصائية (t, r)
 المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية من خلال
 اجتياز اغلب مؤشرات (t) المحسوبة بالمقارنة مع (t) الجدولية ، فضلا عن مغنوية الارتباط (r) في كل
 مصرف بالارتباط مع مؤشر ملاعة رأس المال .

جدول (3) علاقة ارتباط مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاعة رأس المال للمصارف عينة البحث

العلاقة	T الجدولية	t المحسوبة	R	مؤشرات الإحصائية المصارف
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.86	3.306 -4.212 -2.991	%84	مصرف الإسكان
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.89	-3.231 4.787 -9.302 2.517	%98	المصرف العربي
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	-1.937 3.464	%87	مصرف الأهلي الأردني
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	-3.395 2.688	%80	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPPS)

مما سبق نستنتج قبول فرضية الوجود (H_1) ونرفض فرضية العدم (H_0) وهذا معناه (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينه البحث)

د. مؤشر توظيف الأموال :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال للمصارف عينه البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال للمصارف عينه البحث .

يتضح من خلال الجدول (4) أن مؤشرات الصيرفة الالكترونية ذات دلالة ارتباط إحصائية (t, r المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينه البحث تتصف بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (t) المحسوبة بالمقارنة مع (t) الجدولية ، فضلا عن معنوية الارتباط (r) في كل مصرف بالارتباط مع مؤشر توظيف الأموال .

جدول (4) علاقة ارتباط مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر توظيف الأموال للمصارف عينه البحث

العلاقة	T الجدولية	t المحسوبة	R	مؤشرات الإحصائية المصارف
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	1.893 -1.998	%57	مصرف الإسكان
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	1.950 -2.262	%73	المصرف العربي
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	2.054 -2.642	%72	مصرف الأهلي الأردني
توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية	1.83	3.114 -4.065	%85	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS)

مما سبق نستنتج قبول فرضية الوجود (H_1) ونرفض فرضية العدم (H_0) وهذا معناه (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال للمصارف عينه البحث)

2. الفرضية الرئيسية الثانية : (توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في

مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينه البحث)

أ. مؤشر الربحية :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينه البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينه البحث .

من خلال الجدول (5) نجد أن هنالك اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية (F , R^2 المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (F) المحسوبة بالمقارنة مع (F) الجدولية ، فضلا عن معامل (R^2) الذي يفسر علاقة الأثر معنوية في كل مصرف مع مؤشر الربحية .

جدول (5) اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينة البحث

معنوية الأثر	F الجدولية	F المحسوبة	R^2	المؤشرات الإحصائية المصارف
هناك اثر ذات دلالة معنوية	3.002	3.793	0.59	مصرف الإسكان
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.26	4.98	0.49	المصرف العربي
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.26	12.349	0.55	مصرف الأهلي الأردني
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.07	4.389	0.62	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS) مما تقدم يتضح رفض فرضية العدم (H_0) و قبول فرضية الوجود (H_1) أي ثبوت صحة الفرضية التي مفادها (وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر الربحية للمصارف عينة البحث)

ب. مؤشر السيولة :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

- فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .
- فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينة البحث .

من خلال الجدول (6) نجد أن هنالك اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة (F , R^2 المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (F) المحسوبة بالمقارنة مع (F) الجدولية ، فضلا عن معامل (R^2) الذي يفسر علاقة الأثر معنوية في كل مصرف مع مؤشر السيولة .

جدول (6) اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينة البحث

معنوية الأثر	F الجدولية	F المحسوبة	R^2	المؤشرات الإحصائية المصارف
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.26	6.913	0.51	مصرف الإسكان
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.07	18.550	0.87	المصرف العربي
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.07	16.209	0.86	مصرف الأهلي الأردني
هناك اثر ذات دلالة معنوية	4.26	90.253	0.95	مصرف القاهرة عمان

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS)

مما تقدم يتضح رفض فرضية العدم (H_0) و قبول فرضية الوجود (H_1) أي ثبوت صحة الفرضية التي مفادها (وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر السيولة للمصارف عينه البحث)

ج. مؤشر ملاءة رأس المال :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينة البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينة البحث .

من خلال الجدول (7) نجد أن هنالك اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر ملاءة رأس المال (F , R^2 المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (F) المحسوبة بالمقارنة مع (F) الجدولية ، فضلا عن معامل (R^2) الذي يفسر علاقة الأثر معنوية في كل مصرف مع مؤشر ملاءة رأس المال .

جدول (7) اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينة البحث

المؤشرات الإحصائية المصارف	R^2	F المحسوبة	F الجدولية	معنوية الأثر
مصرف الإسكان	0.71	6.737	4.07	هناك اثر ذات دلالة معنوية
المصرف العربي	0.98	70.118	4.12	هناك اثر ذات دلالة معنوية
مصرف الأهلي الأردني	0.76	14.038	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية
مصرف القاهرة عمان	0.65	18.140	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS)

مما تقدم يتضح رفض فرضية العدم (H_0) و قبول فرضية الوجود (H_1) أي ثبوت صحة الفرضية التي مفادها (وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر ملاءة رأس المال للمصارف عينه البحث)

د. مؤشر توظيف الأموال :

وكانت الفرضية في الشكل الآتي :

• فرضية العدم (H_0) : لا توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر توظيف الأموال للمصارف عينة البحث .

• فرضية الوجود (H_1) : توجد علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر توظيف الأموال للمصارف عينة البحث .

من خلال الجدول (8) نجد أن هنالك اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال (F , R^2 المحسوبة) ، إذ أن جميع المصارف عينة البحث تتصف بوجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية من خلال اجتياز اغلب مؤشرات (F) المحسوبة بالمقارنة مع (F) الجدولية ، فضلا عن معامل (R^2) الذي يفسر علاقة الأثر معنوية في كل مصرف مع مؤشر توظيف الأموال .

جدول (8) اثر مؤشرات الصيرفة الالكترونية في مؤشر توظيف الأموال للمصارف عينة البحث

المؤشرات الإحصائية المصارف	R ²	F المحسوبة	F الجدولية	معنوية الأثر
مصرف الإسكان	0.44	5.23	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية
المصرف العربي	0.51	6.349	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية
مصرف الأهلي الأردني	0.52	4.870	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية
مصرف القاهرة عمان	0.73	12.324	4.26	هناك اثر ذات دلالة معنوية

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد في مخرجات الحاسبة الالكترونية لنتائج برنامج (SPSS)

مما تقدم يتضح رفض فرضية العدم (H₀) و قبول فرضية الوجود (H₁) أي ثبوت صحة الفرضية التي مفادها (وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية لمؤشرات الصيرفة الالكترونية في توظيف الأموال للمصارف عينة البحث)

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

1. في ضوء المنافسة الشديدة بين المصارف أصبح من الواجب قياس أعمال المصارف ومدى كفاءة السياسات والقرارات الاستثمارية وطبيعة توظيف الموجودات في المصرف من حيث توليد الأرباح ، إذ أصبح من الضروري استخدام المؤشرات المالية كمقياس للأداء لكي تحدد الانحرافات وتقوم بمعالجتها .
2. أظهرت النتائج الإحصائية وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، وتم إثبات ما يأتي :
 - أ. وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعض مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية ، وكانت المؤشرات (عدد أجهزة الصرف الآلي و عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق) هي الأكثر إسهاماً في هذه العلاقة .
 - ب. وجود علاقة ارتباط واضحة ذات دلالة إحصائية بين بعض مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة ، وكانت فيها المؤشرات (عدد البنوك المراسلة و إيرادات بطاقات الائتمان) الأكثر إسهاماً في هذه العلاقة .
 - ج. وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعض مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر ملاعة رأس المال ، وكانت المؤشرات (عدد البنوك المراسلة و إيرادات بطاقات الائتمان و عدد بطاقات الائتمان الممنوحة) هي الأكثر إسهاماً في هذه العلاقة .
 - د. وجود علاقة ارتباط واضحة ذات دلالة إحصائية بين بعض مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال ، وكانت المؤشرات (عدد بطاقات الصراف الآلي و عدد بطاقات الائتمان الممنوحة) هي الأكثر إسهاماً بالعلاقة .
3. أظهرت النتائج المستخلصة وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، وتم إثبات ما يأتي :

- أ. وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر الربحية ، وكان مؤشر (عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق) هو الأكثر تأثيراً بمؤشر الربحية .
- ب. وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر السيولة ، وكانت المؤشرات (عدد البنوك المراسلة وإيرادات بطاقات الائتمان) هما الأكثر تأثيراً بمؤشر السيولة .
- ج. وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر ملاءة رأس المال ، وكانت النتائج مختلطة لا يصح التعميم فيها .
- د. وجود علاقة اثر ذات دلالة معنوية بين مؤشرات الصيرفة الالكترونية ومؤشر توظيف الأموال للمصارف ، وكان المؤشر (عدد بطاقات الصراف الآلي) هو الأكثر تأثيراً بمؤشر التوظيف الأموال ..
4. تباين نوع العلاقة لمؤشرات الصيرفة الالكترونية مع مؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة البحث ، مما انعكس في تباين الأثر الذي تتركه بعض مؤشرات الصيرفة الالكترونية هما (عدد بطاقات الصراف الآلي وعدد بطاقات الائتمان وإيراداتها) في الأداء المالي للمصارف الأردنية عينة البحث.
- ثانياً : التوصيات
1. زيادة تأهيل وتدريب العاملين في الأساليب الحديثة للخدمات المصرفية الالكترونية بالشكل الذي يجعلهم قادرين في مواجهة المشاكل التقنية التي تمثل الجزء الأكبر من مشاكل الصيرفة الالكترونية .
 2. دراسة الخدمات الجديدة للمصارف المنافسة داخل المملكة الأردنية و تحديداً الالكترونية منها من أجل الإلمام بمستوى الخدمات الالكترونية العام والمحافظة في الموقع التنافسي للمصرف مقارنةً بمنافسيه كون اعتماد التكنولوجيا في مجال الصيرفة الالكترونية يدفع المصرف إلى تحسين أدائه ومن ثم الحفاظ في مركزه التنافسي في السوق المصرفية .
 3. العمل الدؤوب والدوري في تطوير ورفع المستوى التكنولوجي للخدمات المصرفية الالكترونية بوصفها خدمات ذات محتوى تكنولوجي مما يجعلها تحتاج إلى مواكبة التطور العام في التكنولوجيا المتمثلة بتطوير الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية لذلك أصبح لزاماً في الشركات عمل منصات برامج تعمل في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية لحملة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية .
 4. إجراء مراجعة وتقييم دوري للخدمات المصرفية الالكترونية ومعرفة نقاط القوة والضعف فيها ومدى ملائمتها للمستوى التكنولوجي الذي يزداد تطوراً بشكل كبير جداً ، ومدى حاجة السوق والطاقة الاستيعابية له من هذه التكنولوجيا .
 5. استحداث وحدات أو شعب أو أقسام خاصة بالبحث والتطوير هدفها الرئيس هو تطوير الخدمات المصرفية والبحث عن قنوات جديدة أو تطوير الموجود حالياً من خدمات بحيث يكون للمصرف الريادة والتفرد في تقديم الخدمات المصرفية سواء تقليدية أم الالكترونية مما ينعكس في زيادة الحصة التنافسية للمصرف .

المصادر

أولاً : المصادر العربية :

أ. الكتب :

1. الخطيب ، محمد محمود ، الأداء المالي وأثره في عوائد أسهم الشركات المساهمة ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، 2010 .
 2. خنفر ، مؤيد راضي ، المطارنة ، غسان فلاح ، تحليل القوائم المالية " مدخل نظري وتطبيقي " ، الطبعة الثانية ، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، 2009 .
 3. الزبيدي ، حمزة محمود ، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل ، الطبعة الثانية ، دار الوراق للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، 2011 .
 4. أشمري ، ناظم محمد ، و العبد اللات ، عبد الفتاح زهير ، " الصيرفة الالكترونية : الأدوات و التطبيقات و معوقات التوسع " ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2008 .
 5. زريقات ، عمر خالد ، عقد التجارة الالكترونية " عقد البيع عبر الانترنت " دراسة تحليلية ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2007 .
 6. شلهوب ، علي محمد ، شؤون النقود وأعمال البنوك ، الطبعة الأولى ، دار شعاع للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2007 .
 7. طالب ، علاء فرحان ، أشمري ، محمد جبار ، الجنابي ، حسين ، نظام الاستخبارات التسويقية ، الطبعة الأولى ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن ، 2009 .
 8. طه ، طارق ، إدارة البنوك في بيئة العولمة و الانترنت ، دار الجامعية الجديدة ، عمان ، الأردن ، 2007 .
 9. عبد الله ، خالد أمين ، و الطراد ، إسماعيل إبراهيم ، " إدارة العمليات المصرفية المحلية و الدولية " ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2006 .
- ب. المؤتمرات والندوات :
1. بدوي ، بلال عبد المطلب ، البنوك الالكترونية (ماهيتها ، معاملاتها ، والمشاكل التي تثيرها) ، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون ، المجلد الأول ، كلية الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2003 .
 2. بن عمارة ، نوال ، وسائل الدفع الالكترونية (الأفاق والتحديات) ، المؤتمر العلمي الدولي الرابع ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2005 .
 3. خير الدين ، معطى الله ، محمد ، بوقوم ، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتعنتات الاقتصادية - واقع وتحديات - 2003 .
 4. رزيق ، كمال ، الخطيب ، خالد راغب احمد ، واقع الصيرفة الالكترونية في ظل الأزمة العالمية الراهنة ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتعنتات الاقتصادية - واقع وتحديات - 2007 .

5. فريدة ، معارفي ، صالح ، مفتاح ، " البنوك الالكترونية " ، المؤتمر العلمي الخامس ، كلية العلوم الإدارية و المالية ، جامعة فيلادلفيا ، عمان ، الأردن ، 2007 .
6. قابوسة ، علي ، " المصارف الالكترونية : الفرص و التحديات - حالة الجزائر " ، المؤتمر العلمي المغربي الأول عن المعلوماتية و القانون ، أكاديمية الدراسات العليا ، طرابلس ، ليبيا ، 2010 .
7. الشرفاوي ، محمود أحمد إبراهيم ، " مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية وأهم تطبيقاتها " ، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون ، المجلد الأول ، كلية الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة ، 2003 .

ج . البحوث و الدوريات :

1. ثويني ، فلاح حسن ، خلف ، وحيد جبر ، " الصيرفة الالكترونية " المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد 54 ، بغداد ، العراق ، 2005 .
2. جاسم ،نبيل ذنون ، مبارك ، مثال مرهون ، " معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية في القطاع المصرفي العربي " ، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد 25 ، بغداد ، العراق ، تشرين الثاني 2010 .
3. شاهين ، علي عبد الله ، " نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها " دراسة تطبيقية في بنك فلسطين ، جامعة الاسلامية - عزه ، فلسطين ، ديسمبر ، 2009 .
4. عبد القادر ، بريس ، و محمد ، زيدان ، " دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية " ، جامعة حسيبة بو علي ، الشلف ، الجزائر ، 2010 .
5. قدومي ، ثائر عدنان ، " العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية - دراسة تطبيقية في البنوك التجارية الأردنية " ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد الحادي عشر ، العدد الثاني ، 2008 .

د . التقارير والنشرات الرسمية :

1. بنك الإسكان للتجارة والتمويل ، التقارير السنوية للسنوات (2000 - 2011) .
2. البنك العربي ، التقارير السنوية للسنوات (2000 - 2011) .
3. بنك الأهلي الأردني ، التقارير السنوية للسنوات (2000 - 2011) .
4. بنك القاهرة عمان ، التقارير السنوية للسنوات (2000 - 2011) .

ثانيا : المصادر الأجنبية :

A . Books :

1. Doss , Gregory . G , Lumpkin , G . T , Eisner , Alan . B , Strategic Management " Text and Cases " , 3rd Edition , McGraw -Hill Companies, New York , 2007 .
2. Haag , Stephen & Cummings , Maeve & Phillip , Amy , Management Information System : For The Information AGE , 6th Edition , McGraw -Hill Companies , Inc . New York , 2007 .
3. Keown , Arthur . J, Martin , John . D, Petty , J. William , Foundations Of Finance " The Logic and Practice of Financial Management " , 17th Edition, Pearson Education , Prentice - Hall , Inc., New York,2011.

4. Penman ,Stephen .H, Financial Statement Analysis And Security Valuation,14th Edition, McGraw –Hill Companies, Inc., New York, 2010.
5. Kotler , Philip , Marketing Management , 11th Edition , Prentice-Hall of India Private Limited , New Delhi , 2004 .
6. Lasher , William . R , Financial Management : A Practical Approach , 5th Edition,Thomson South-Western ,Mason ,USA , 2008 .
7. Reeve , James . M, Warren, Carl .S, Duchac , Jonathan . E, Principles Of Financial Accounting, 10th Edition , Thomson South – Western , Mason , USA , 2007 .
8. Reeve , James .M , Warren , Carl .S , Principles Of Financial And Managerial Accounting , 9th Edition , Thomson South-Western , Mason , USA ,2008 .
9. Ross , Stephen . , Westerfield , Randoiph . W, Jordan , Bradford . D , Fundamentals Of Corporate Finance , 17th Edition , McGraw- Hill Companies, Inc., New York , 2006.
10. Rose , Peter .S , Hudgins , Sylvia .C , Bank Management & Financial Services , 17th Edition , McGraw-Hill Companies , Inc., New York, 2008.
11. Sethi , Jyotsna & Bhatia , Nishwan . " Elements of Banking and Insurance " , PHI Learning Private Limited , 2nd Edition , New Delhi , India , 2008 .
12. Wild , John .J & Subramanyam .K.R & Halsey , Robert . F , Financial Statement Analysis , 9th Edition , McGraw –Hill Comapanies, Inc , New York , 2007 .
13. Norton , Curtis . L , Porter ,Gary .A , Introduction To Financial Accounting , 2rd Edition , Cengage Learning , South- Western , Mason , USA , 2009 .
14. Casu , Barbara & Girardone , Claudia & Molyneux , Philip , Introduction To Banking , Pearson Education , Prentice – Hall , England , 2006 .

B .Journals and Periodicals :

1. Almazari , Ahmed Arif , Financial Performance Evaluation of Some Selected Jordanian Commercial Banks , International Research Journal of Finance and Economics , Inc , 2011.
2. Gurau , Catalin . " E-Banking in Transition Economies : The Case of Romania " , Journal of Financial Services Marketing , 6 , No 4 , 2002
3. Prasad , Baba , Harker , Patrick , Pricing Online Banking Service Amid Network Externalities , Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences , 2000.

C. Thesis :

1. Afrouz , Firouzeh ," Banks Employees Perception toward Implementation of E-Banking in Iran " AComparison study among governmental & Private Banks , Master's Thesis , Lulea University of Technology , Sweden , 2006 .

2. Rahimuddin , Muhammad . " E-Banking System in Pakistan " . Master Thesis , Blekinge Institute of Technology , Sweden , 2010 .
3. Baraghani , Sara Naimi , Factors Influencing the Adoption of Internet Banking , Master Thesis , Lulea University of Technology , Sweden , 2007 .
4. Islam , Mohammad Manirul . " Proposed ICT Infrastructure for E-Banking in Bangladesh " Master Thesis , Royal Institute of Technology , Department of Computer & System Science , Sweden , 2005 .

D. Internet :

1. Doehring , Todd A , Analyzing The Efficiency Of Your Operation , Ag Education & Consulting (AEC) , 2001 .
<http://www.centrec.com/resources/Articles/FinAnalysisFarmRanches/Efficiency.pdf>