



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة كربلاء – كلية الادارة و الاقتصاد
قسم العلوم المالية و المصرفية

**دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة المصرف عبر مؤشرات الأداء المالي
دراسة مقارنة لعينة من المصارف الأردنية والكندية
للمدة (2005-2019)**

أطروحة مقدمة

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة كربلاء

وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في العلوم المالية والمصرفية

من قبل الطالبة

هوراء زكي حميد كاظم

بإشراف

أ.م.د. كمال كاظم جواد الشمري

أ.م.د. زينب مكي البناء

2022م

1444هـ



﴿ قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي ﴾ ﴿ وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي ﴾

وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي ﴿ يَفْقَهُوا قَوْلِي ﴾



سورة طه الآيات

(25-28)

الإهداء

إلى ...

- مكارم الأخلاق (صل الله عليه واله وسلم) و متمم النعمة وآل بيته خير البرية
(عليهم السلام) أجمعين

- من علمني أن الحياة هي بذل وعطاء وفيض وسخاء
وإن ينبوع الثر لا يملك سوى أن يفيض والدي أطال الله
في عمره والبسه ثوب الصحة والعافية

- والدتي براً وأحساناً التي لا ابرها لو فديتها مروحي

- الذين شددت بهم أمر مري أخوتي وأخواتي

ولجنتي أهدي ثمار عملي وجهدي

حوراء 

الشكر و الامتنان

الهي تصاغر عند تعاضم الاثك شكري وتضائل في جنب اكرامك اياي ثنائي ونشري جلتني نعمك من انوار الايمان حلاً وضربت علي لطائف برك من العز كلا وقلدتني منك قلاند لا تخل وطوقتني اطواقاً لا تفل فألأوك جملة ضعف لساني عن احصائها ونعمائك كثيرة قصر فهمي عن ادراكها فضلا عن استقصائها فكيف لي بتحصيل الشكر وشكري اياك يفتقر الى شكر فكلما قلت لك الحمد وجب لذلك ان اقول لك الحمد ، له الحمد والشكر وهو المستعان والسلام على خيرته من خلقه سيدنا محمد ﷺ وعلى آله الطاهرين.

اما بعد لا يسعني الا ان أتقدم بجزيل شكري واعتزازي للأستاذيين الجليلين اللذين كان لي الفخر بأشرافهم على اطروحتي رئيس قسم العلوم المالية والمصرفية "أ.م.د كمال كاظم جواد الشمري" و "أ.م.د زينب مكي البناء" عرفانا ووفاءً مني بالجميل لما بذلاه من جهد وعناية خاصة لتذليل الصعوبات عبر توجيهاتهما القيمة ومتابعتهما المستمرة فجزاهما الله كل خير.....

كما أتقدم بالشكر والتقدير الى رئيس لجنة المناقشة واعضاءها الافاضل على تفضلهم وقبولهم مناقشة هذه الأطروحة وشكري موصول الى المقوم العلمي والمدقق اللغوي والمقوم الاحصائي على جهودهم في اظهار الأطروحة بشكلها اللائق لغويا وعلميا.....

وأقدم بشكري وتقديري الى عمادة كلية الإدارة والاقتصاد واخص بالذكر الأستاذ الدكتور "علاء فرحان طالب" عميد كلية الإدارة والاقتصاد ومعاونيه العلمي والإداري والى جميع أساتذة وتدريسي قسم العلوم المالية والمصرفية واخص بالذكر منهم الدكتور " علي احمد فارس" حول الملاحظات المهمة والقيمة والاستشارة التي قدمها لي في مرحلة اعداد الاطروحة ، كما يسرني ان أتقدم بعميق الشكر والامتنان الى الدكتور " احمد كاظم بريس" لما ابداه من مساعدة ومتابعه مستمرة وادعو الله ان يوفقه لما يحب ويرضى.....

كما اسجل شكري وتقديري الى أصدقائي وأعضاء دفعتي الذين ساندوني باستمرار في مسيرة دراستي (أشرف ، حسين ، ميساء) لما قدموه لي من مسانده ونصح فجزاهم الله عني خير الجزاء. واتقدم بخالص الشكر والمحبة والامتنان من صميم قلبي إلى والديّ اللذين كانا سر نجاحي (اطال الله في عمريهما) وكل الحب إلى مَنْ بهم أكبر وعليهم اعتمد اخواني واخواتي وجميع أفراد أسرتي الذين وفروا لي الأجواء المناسبة لإكمال هذه الدراسة.

 الباحث

المستخلص

تهدف هذه الدراسة الى بيان كيفية قيام المسؤولية الاجتماعية في تحسين سمعة المصرف عبر اعتماد مؤشرات الأداء المالي في بعض المصارف الأردنية والكندية والخروج بنتائج وتوصيات تساعد إدارة المصارف العراقية على ادراك طبيعة العلاقة بين مكونات المسؤولية الاجتماعية والسمعة عبر الأداء المالي في المصارف الأردنية والكندية عينة الدراسة.

وقد اجريت الدراسة عبر اختيار عينة من المنظمات المصرفية الأردنية والكندية تمثلت بسبعة مصارف اردنية هي (البنك الأردني الكويتي ، بنك الاستثمار ، البنك التجاري الأردني، بنك الأردن ، بنك الإسكان ، بنك القاهرة عمان ، بنك المؤسسة العربية) و أربعة مصارف كندية تمثل القطاع الأجنبي وهي (TD Bank Group, Royal Bank, BMO Financial Group, Scotia bank).

أما مدة الدراسة فكانت خمسة عشر عاما للمدة (2005-2019) حسب ما توفر من تقارير سنوية للمصارف عينة الدراسة.

ولقد استخدم لتحليل علاقات الارتباط معامل الارتباط (Pearson) ومن خلال البرنامج الاحصائي (SPSS V.23)، وتحليل تأثير المتغير الوسيط تم استخدام البرنامج الاحصائي (JASP 0.15).

ومن أبرز الاستنتاجات كانت :-

1- فيما يتعلق بالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف يتضح من خلال نتائج التحليل المالي والوصفي للمصارف وجود علاقة ارتباط موجبة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية كذلك عائد المساهمين والسعر الى الربح يفسر ذلك كلما زاد المصرف من انشطته الاجتماعية زادت حصته السوقية وربحيته فيرتفع العائد على السهم وبالتالي قيمته السوقية ترتفع ايضا أما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية الى الدفترية فقد كانت سالبة وذلك لكون المسؤولية الاجتماعية هي تكاليف تقيد على قيمة السهم الدفترية.

اما ابرز التوصيات فكانت :-

1- ضرورة قيام المصارف بتعزيز عملها في أنشطة المسؤولية الاجتماعية من أجل تحسين سمعتها لدى الزبائن لأن ذلك يؤدي الى بناء سمعة جيدة لدى الزبون عن خدمات المصرف بالتالي يزداد ادائه المالي من خلال زيادة حصته السوقية.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الاهداء
ج	الشكر والامتنان
د	المستخلص
هـ	قائمة المحتويات
و - ح	قائمة الجداول
ط	قائمة الاشكال
ي - ك	قائمة الملاحق
2 - 1	المقدمة
19 - 3	الفصل الأول : المنهجية والدراسات السابقة
11 - 3	المبحث الأول : منهجية الدراسة
19 - 12	المبحث الثاني : بعض الدراسات السابقة
69 - 20	الفصل الثاني : الجانب النظري للدراسة
37 - 20	المبحث الأول : المسؤولية الاجتماعية للمصرف
56 - 38	المبحث الثاني : سمعة المصرف
69 - 57	المبحث الثالث: الأداء المالي للمصرف
224 - 70	الفصل الثالث : الجانب التطبيقي للدراسة
98 - 71	المبحث الأول : تحليل مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف
142 - 99	المبحث الثاني : تحليل مؤشرات سمعة المصرف
201 - 143	المبحث الثالث: تحليل مؤشرات الأداء المالي
224 - 202	المبحث الرابع: اختبار الفرضيات
233 - 225	الفصل الرابع : استنتاجات وتوصيات
230 - 225	المبحث الأول : الاستنتاجات
233 - 231	المبحث الثاني : التوصيات
245 - 234	قائمة المصادر
	الملاحق
	المستخلص باللغة الإنكليزية

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
9	المصارف عينة الدراسة وتاريخ تأسيسها ورأس مال كل منها	1
10	متغيرات الدراسة	2
22	بعض اسهامات الباحثين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية	3
39	بعض اسهامات الباحثين لمفهوم سمعة المصرف	4
58	بعض اسهامات الباحثين لمفهوم الأداء المالي للمصرف	5
71	نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الاردنية	6
75	نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الكندية	7
79	المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الاردنية	8
83	المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الكندية	9
87	المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الاردنية	10
92	المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الكندية	11
96	الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينة الدراسة	12
100	عائد المساهمين كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الاردنية	13
105	عائد المساهمين كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الكندية	14
110	رسمة السوق لعينة المصارف الأردنية	15
115	رسمة السوق لعينة المصارف الكندية	16
120	مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الاردنية	17
125	مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الكندية	18
130	القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الاردنية	19

135	القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الكندية	20
139	الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات السمعة للمصارف عينة الدراسة	21
144	نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الاردنية	22
147	نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الكندية	23
153	نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الاردنية	24
156	نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الكندية	25
161	نسبة النقد الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الاردنية	26
164	نسبة النقد الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الكندية	27
167	الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات السيولة للمصارف عينة الدراسة	28
171	مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الاردنية	29
174	مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الكندية	30
177	مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الاردنية	31
180	مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الكندية	32
184	مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الاردنية	33
186	مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الكندية	34
190	مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الاردنية	35
193	مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الكندية	36
196	مؤشر مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الاردنية	37
199	مؤشر مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الكندية	38
203	اختبار الفرضية الرئيسة الأولى	39
203	اختبار الفرضية الرئيسة الثانية	40

204	اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	41
205	اختبار الفرضية الفرعية الأولى	42
206	اختبار الفرضية الفرعية الثانية	43
207	اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	44
208	اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	45
209	اختبار الفرضية الفرعية الخامسة	46
210	اختبار الفرضية الفرعية السادسة	47
211	اختبار الفرضية الفرعية السابعة	48
212	اختبار الفرضية الفرعية الثامنة	49
213	اختبار الفرضية الرئيسية الأولى	50
214	اختبار الفرضية الرئيسية الثانية	51
215	اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	52
216	اختبار الفرضية الفرعية الأولى	53
217	اختبار الفرضية الفرعية الثانية	54
218	اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	55
219	اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	56
220	اختبار الفرضية الفرعية الخامسة	57
221	اختبار الفرضية الفرعية السادسة	58
222	اختبار الفرضية الفرعية السابعة	59
223	اختبار الفرضية الفرعية الثامنة	60

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	المخطط الفرضي للدراسة	1
54	تصنيف سمعة المصرف	2
75	متوسطات مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينه الدراسة	3
82	متوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصارف عينه الدراسة	4
91	متوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمصارف عينه الدراسة	5
105	متوسطات مؤشر عائد المساهمين للمصارف عينه الدراسة	6
116	متوسطات مؤشر القيمة السوقية للمصارف عينه الدراسة	7
125	متوسطات مؤشر السعر الى الربح للمصارف عينه الدراسة	8
135	متوسطات مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية للمصارف عينه الدراسة	9
146	متوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصارف عينه الدراسة	10
153	متوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصارف عينه الدراسة	11
160	متوسطات مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات للمصارف عينه الدراسة	12
167	متوسطات مؤشر العائد على الموجودات للمصارف عينه الدراسة	13
173	متوسطات مؤشر العائد على حق الملكية للمصارف عينه الدراسة	14
179	متوسطات مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصارف عينه الدراسة	15
185	متوسطات مؤشر نسبة المديونية للمصارف عينه الدراسة	16
191	متوسطات مؤشر نسبة المضاعف للمصارف عينه الدراسة	17

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
1	متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك الأردني الكويتي
2	متغيرات السمعة للبنك الأردني الكويتي
3	متغيرات الأداء المالي للبنك الأردني الكويتي
4	متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك الاستثماري
5	متغيرات السمعة للبنك الاستثماري
6	متغيرات الأداء المالي للبنك الاستثماري
7	متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك التجاري الأردني
8	متغيرات السمعة للبنك التجاري الأردني
9	متغيرات الأداء المالي للبنك التجاري الاردني
10	متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك الاردن
11	متغيرات السمعة لبنك الاردن
12	متغيرات الأداء المالي لبنك الاردن
13	متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك الاسكان
14	متغيرات السمعة لبنك الاسكان
15	متغيرات الأداء المالي لبنك سكان
16	متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك القاهرة عمان
17	متغيرات السمعة لبنك القاهرة عمان
18	متغيرات الأداء المالي لبنك القاهرة عمان

متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك المؤسسة العربية	19
متغيرات السمعة لبنك المؤسسة العربية	20
متغيرات الأداء المالي لبنك المؤسسة العربية	21
متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك TD Bank Group	22
متغيرات السمعة لبنك TD Bank Group	23
متغيرات الأداء المالي لبنك TD Bank Group	24
متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك Royal Bank	25
متغيرات السمعة لـ Royal Bank	26
متغيرات الأداء المالي لـ Royal Bank	27
متغيرات المسؤولية الاجتماعية لـ BMO Financial Group	28
متغيرات السمعة لـ BMO Financial Group	29
متغيرات الأداء المالي لـ BMO Financial Group	30
متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك Scotiabank	31
متغيرات السمعة لـ Scotiabank	32
متغيرات الأداء المالي لـ Scotiabank	33

المقدمة

تعد السمعة المصرفية بمثابة حجر الأساس في نجاح وديمومة المصارف إذ تسعى الإدارة الكفوءة الى تعزيز سمعتها عن طريق المساهمة في دعم المجتمع عبر بوابة المسؤولية الاجتماعية فضلا عن رفع وتحسين اداءها المالي لعكس صورة إيجابية تساهم بتعزيز سمعة المصرف. لذا تقوم المصارف بعدد من الأنشطة والانجازات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية تقصد من خلالها خدمة المجتمع المحلي والعالمى ودعمه ورعايته والمشاركة بعدد من الفعاليات والانشطة الاقتصادية، والاجتماعية، والخيرية بهدف خدمة المجتمع أولا وبناء سمعة جيدة عن المصرف وادارته وبالتالي تحقيق اداء مالي وربحية للمصرف نتيجة لجذب اكبر عدد ممكن من الزبائن .

إذ تمثل مجتمع الدراسة بالمصارف الأردنية والكندية المدرجة في البورصة وتتم دراسة المقارنة بين القطاعين العربي والاجنبي والبالغ عددها سبعة مصارف اردنية تمثل القطاع العربي وهي (البنك الأردني الكويتي , بنك الاستثمار , البنك التجاري الأردني , بنك الأردن , بنك الإسكان , بنك القاهرة عمان , بنك المؤسسة العربية) و أربعة مصارف كندية تمثل القطاع الأجنبي وهي (Royal ,TD Bank Group , Scotia bank, BMO Financial Group,Bank).

وكما هو ملاحظ تناولت هذه الدراسة المصارف الأردنية كعينه من المصارف العربية والمصارف الكندية كعينه من المصارف الأجنبية , ولم يتم التطرق الى المصارف العراقية في هذه الدراسة وذلك كون المصارف العراقية لم تأخذ المسؤولية الاجتماعية بنظر الاعتبار الا في السنوات الأخيرة وتحديدًا السنوات العشر الأخيرة وليس جميع المصارف اخذتها بنظر الاعتبار وانما بعض المصارف العراقية , بالإضافة الى ذلك فان المصارف التي التفتت لها مؤخرا لم تأخذها على محل الجد من ناحية كمية المبالغ المنفقة, إذ ان المبالغ المنفقة من قبل بعض المصارف في السنوات الأولى للأنفاق كانت لا تتجاوز (5 او 10) الاف دينار عراقي سنويا في حين مصارف أخرى لم تتطرق لها , بالإضافة الى بساطة هذه المبالغ لا توجد لدى هذه المصارف أنشطة واضحة يمكن ان يطلق عليها أنشطة اجتماعية ومسؤولية اجتماعية , لذلك ارتأى الباحث التطرق في هذه الدراسة لمدى أهمية المسؤولية الاجتماعية للمصرف بشقيها الداخلية متمثلة بخدمة الموظفين وفريق العمل , والخارجية متمثلة بالإعانات والتبرعات للمجتمع من ناحية تأثيرها إيجابيا على سمعته واداءه المالي ليس على المدى القصير وانما على المدى المتوسط والبعيد للمصرف, وتقديمها كدراسة ونقل تجربة

الدول الأخرى للعراق , إذ يمكن للمصارف العراقية الاستفادة منها في عملها وبناء سمعتها في السوق المالي , وكذلك تم التطرق الى واقع المسؤولية الاجتماعية في البلدان العربية متمثلة بالأردن والبلدان الأجنبية متمثلة بالمصارف الكندية كنوع من التحفيز للمصارف العراقية بان تحذو حذوها , والاهتمام بخدمة المجتمع سواء كان الداخلي او الخارجي للمصرف.

وتبعاً لذلك قسمت الدراسة على اربعة فصول تضمن الفصل الاول مبحثين درس المبحث الاول منهجية الدراسة فيما خصص المبحث الثاني الى بعض الدراسات السابقة الخاصة بمتغيرات الدراسة , أما الفصل الثاني فقد تضمن الاطار النظري للدراسة وقسم على ثلاثة مباحث خصص المبحث الأول الى المسؤولية الاجتماعية للمصرف فيما أهتم الثاني بالسمعة أما المبحث الثالث فخصص للأداء المالي للمصرف , في حين جاء الجانب العملي للدراسة في الفصل الثالث, إذ أهتم المبحث الاول منه بتحليل نتائج مؤشرات المسؤولية الاجتماعية , والمبحث الثاني اهتم بتحليل مؤشرات السمعة والثالث تحليل مؤشرات الأداء المالي , اما المبحث الرابع فخصص لاختبار الفرضيات والعلاقة بين المتغيرات المذكورة واختتمت الدراسة بالاستنتاجات والتوصيات بواقع مبحثين أختص بهما الفصل الرابع والذي خصص المبحث الأول منه للاستنتاجات النظرية والتطبيقية, في حين كرس الثاني منه للتوصيات التي يمكن أن تسهم في دعم نشاط المسؤولية الاجتماعية للمصارف.

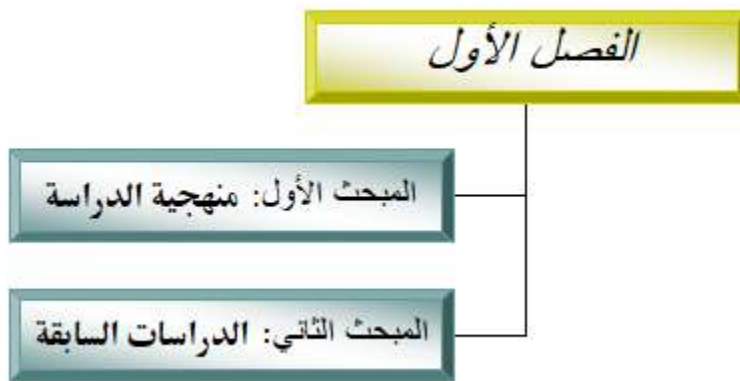


منهجية الدراسة وبعض الدراسات السابقة

تمهيد

يستعرض هذا الفصل أهم الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بالموضوع والتي أسهمت في رسم الأطر الهيكلية والمنهجية للدراسة الحالية , ويشير الى المكون الأساسي لمنهجية الدراسة.

وبذلك اشتمل هذا الفصل على مبحثين هما:



المبحث الأول

منهجية الدراسة

توطئة

يتضمن هذا المبحث منهجية الدراسة المتمثلة ب(مشكلة الدراسة , اهداف الدراسة , أهمية الدراسة , فرضية الدراسة , مجال وعينة الدراسة , مؤشرات الدراسة , الوسائل الإحصائية المستخدمة , المخطط الفرضي للدراسة).

أولاً:- مشكلة الدراسة

تعد سمعة المصرف عنصر أساسي لضمان أ استمراره في سوق العمل اذ كلما كان يتمتع بسمعة جيدة زادت حصته السوقية من خلال زيادة عدد الزبائن المتعاملين معه من مودعين ومستثمرين وبالتالي زيادة ربحيته اذ لا بد للمصرف ذو السمعة المنخفضة من السعي لتحسين سمعته بكافة الوسائل الممكنة ومنها شعوره بالمسؤولية اتجاه المجتمع ومدى المساهمة في تنميته وتطويره وكذلك تعزيز الثقافة المجتمعية لدى الموظفين لخدمة المجتمع ومدى تأثير ذلك في بناء وتكوين سمعة جيدة عن المصرف لدى أفراد المجتمع كافة عبر الأداء المالي المتحقق له, لذا في دراستنا هذه نركز على مجموعه من المصارف العربية متمثلة بعينه من المصارف الأردنية ومجموعة من المصارف الأجنبية متمثلة بعينة من المصارف الكندية التي تعاني من انخفاض في سمعتها نوعا ما , وأثبتت هل ان اتخاذها لخطوات فعليه لتصبح مسؤولة اجتماعياً عبر مساهمتها في الأنشطة الاجتماعية يحسن من سمعتها من خلال ما تحصل عليه من مكافآت مقابل أفعالها عبر الأداء المالي الذي تحققه, وفيما بعد المقارنة بين المصارف الأردنية والكندية من ناحية مدى تأثير الأنشطة المجتمعية على ربحيتها ومدى تقبل المجتمع لهذه الأنشطة والتعامل معها كمسؤولية اجتماعية وليست دعاية للمصرف , وبناءً على ذلك فإن مشكلة الدراسة تتركز ب" كيف يمكن للمسؤولية الاجتماعية ان تؤثر على سمعة المصرف من خلال مؤشرات الأداء المالي " فضلا عن امكانية إثارة التساؤلات الفرعية الآتية: -

- 1- هل للمسؤولية الاجتماعية أثر في تحسين سمعة المصارف عينة الدراسة من خلال مؤشرات الأداء المالي ؟
- 2- مدى مساهمة المصارف عينة الدراسة بالمسؤولية الاجتماعية ؟
- 3- هل تمتلك المصارف المبحوثة تصوراً واضحاً عن تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء وتحسين سمعتها ؟

- 4- هل تعاني المصارف عينة الدراسة من مشاكل في الأداء المالي ؟
- 5- هل تؤثر مؤشرات الأداء المالي في تحسين سمعة المصرف.

ثانيا:- أهمية الدراسة

نظرا لأهمية مفهوم المسؤولية الاجتماعية كأسلوب معاصر لدى المصارف ودورها في تحسين سمعتها عبر اداءها المالي المتحقق والذي انعكس على المجال البحثي لهذا الموضوع نظرا لافتقار المكتبة العربية للبحوث وخاصة " التطبيقية " منها في هذا المجال .وعليه فإن أهمية الدراسة يمكن اجمالها بما يأتي:-

1. معرفة مدى أهمية توظيف المسؤولية الاجتماعية للمصارف في عملياتها المصرفية واثرها في تحسين سمعتها عبر اداءها المالي .
2. يؤدي استخدام الاستراتيجيات الحديثة من قبل المصارف عينة الدراسة في مجال الأنشطة المجتمعية الى تحسين سمعتها المصرفية خاصة وانها حصلت على قطاع سوقي لا يستهان به فضلا عن وجود المصارف المنافسة .
3. مساعدة إدارات المصارف المبحوثة لاستيعاب أهمية العمل بإجراءات المسؤولية الاجتماعية وبما يحقق السمعة الجيدة للمصرف.
4. تسهم هذه الدراسة في تحديد تأثير المسؤولية الاجتماعية في بناء سمعة المصرف والذي ينعكس بدوره على اداءها المالي والتي تحتاج لمثل هذه الدراسات.
5. تعريف المصارف المبحوثة بالدور الذي تلعبه المسؤولية الاجتماعية في السمعة و الأداء المالي لتحفيز الزبون في التعامل مع المصرف واقتناء خدماته.

ثالثا:- اهداف الدراسة

1. العمل على تقوية العلاقة بين المصرف والمجتمع عبر المساهمة في تطويره ودعمه والاهتمام به.
2. تحليل طبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية من جانب و سمعة المصارف من جانب اخر.
3. معرفة مدى ادراك المصارف عينة الدراسة للمسؤولية الاجتماعية ومدى توظيفها في بناء سمعتها عبر مؤشرات الاداء المالي .
4. قياس وأختبار مدى توسط مؤشرات الأداء المالي في العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و السمعة.



رابعاً:- المخطط الفرضي للدراسة

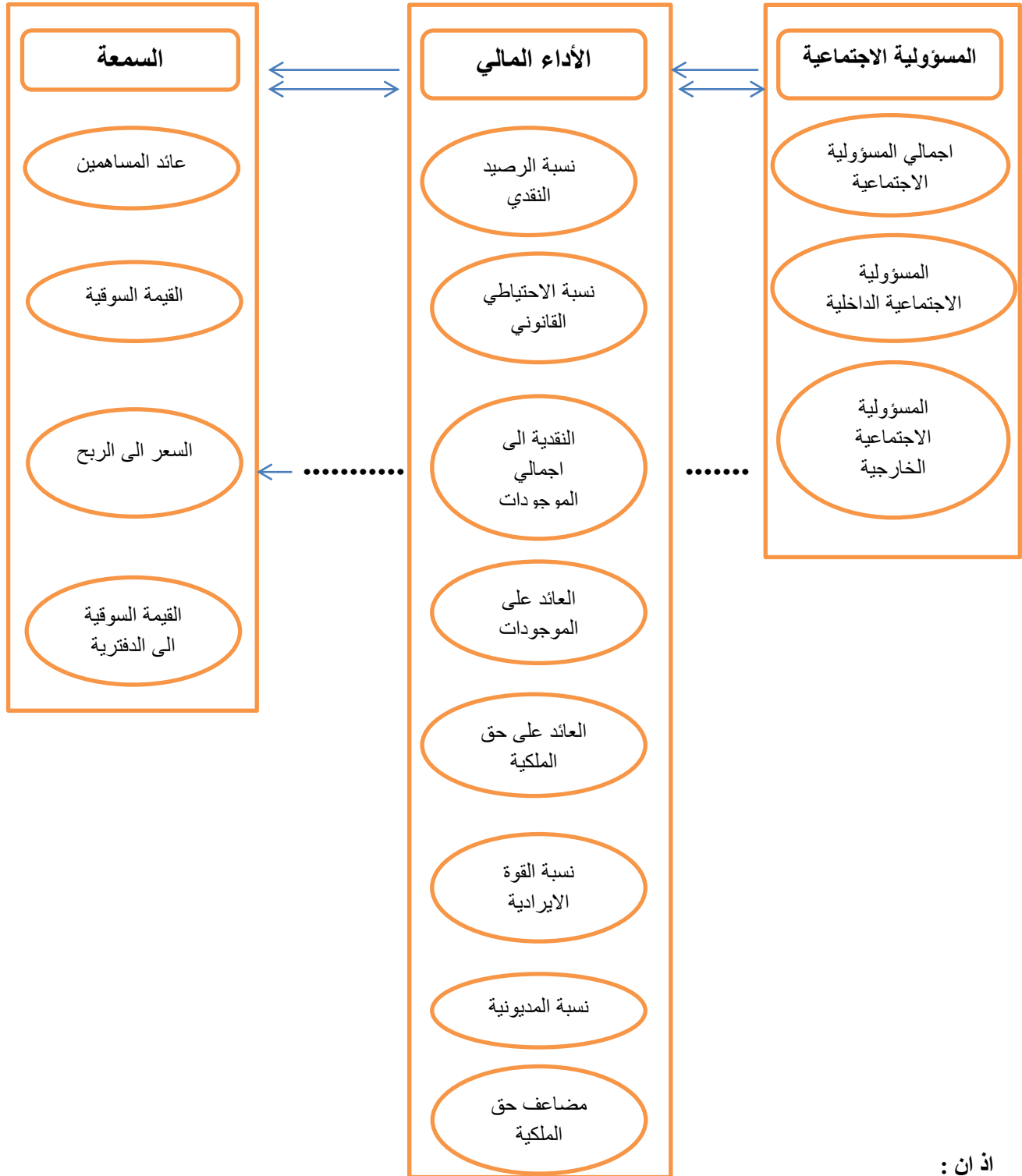
تم إعداد مخطط إجرائي للدراسة يصور حركة متغيرات الدراسة، والشكل (1) يوضح ذلك عبر ثلاثة

اقسام:-

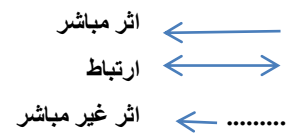
1- المسؤولية الاجتماعية للمصرف والتي يعبر عنها ب(مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية ، المسؤولية الاجتماعية الداخلية و المسؤولية الاجتماعية الخارجية).

2- سمعة المصرف والتي عبر عنها ب(عائد المساهمين , القيمة السوقية , السعر الى الربح و القيمة السوقية الى القيمة الدفترية).

3-الأداء المالي عبر عنه ب(نسبة الرصيد النقدي , نسبة الاحتياطي القانوني, نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات , العائد على الموجودات , العائد على حق الملكية , نسبة القوة الايرادية ,نسبة المديونية و مضاعف حق الملكية).



أذ ان :



خامسا:- فرضيات الدراسة

صيغت فرضيات الدراسة في ضوء الأنموذج الاجرائي للدراسة , وسيتم اختبارها عن طريق علاقات الارتباط والتأثير لإثبات صحتها من خلافها .

الفرضية الرئيسية الأولى :

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف .

الفرضية الرئيسية الثانية :

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية والاداء المالي للمصرف.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي للمصرف وسمعته.

الفرضية الرئيسية الرابعة:

(H0) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف .

الفرضية الرئيسية الخامسة:

(H0) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمسؤولية الاجتماعية في الأداء المالي للمصرف .

الفرضية الرئيسية السادسة:

(H0) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأداء المالي في سمعة المصرف .

الفرضية الرئيسية السابعة:

(H0) لا يتوسط الأداء المالي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين سمعة المصرف.

سادسا:- مجال ومجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المصارف العربية والأجنبية المدرجة في سوق الأوراق المالية , إذ تتم دراسة المقارنة بين قطاعين وهما قطاع المصارف الأردنية بواقع سبعة مصارف اردنية , وقطاع المصارف الكندية بواقع اربعة مصارف كندية , وتم اختيار المصارف الأردنية من بين مصارف الدول العربية الأخرى والمصارف الكندية من بين مصارف الدول الأجنبية نظرا لاهتمام هاتين الدولتين بصورة كبيرة بالمسؤولية الاجتماعية, وكذلك نظرا لتوفر البيانات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية في القوائم المالية بشكل واضح , وبالتالي فهي تمثل بيئة ملائمة لقياس المسؤولية الاجتماعية ومعرفة تأثيرها على سمعة المصارف من خلال

الفصل الأول :- منهجية الدراسة وبعض الدراسات السابقة

الأداء المالي لكل مصرف , اما فيما يتعلق بمدة الدراسة فتم الاعتماد على مدة خمس عشرة سنة للمدة (2005-2019) حسب ما توفره من تقارير سنوية للمصارف عينة الدراسة , اذ ان طول مدة الدراسة من شأنه ان يعطي نتائج افضل حول العلاقة بين المتغيرات , والجدول (1) يوضح المصارف عينة الدراسة وتاريخ تأسيس كل منها فضلا عن رأسماله.

الجدول(1) المصارف عينة الدراسة وتاريخ تأسيسها ورأس مال كل منها

المصارف الاردنية	تاريخ التأسيس	رأس المال (الدينار الأردني)	المصارف الكندية	تاريخ التأسيس	رأس المال (الدولار الكندي)
المصرف الأردني الكويتي	1976	100000000	TD Bank Group	1955	1,835,400,000
المصرف الاستثماري	1982	100000000	Royal Bank	1864	1,434,779,000,000
المصرف التجاري الاردني	1977	120000000	BMO Financial Group	1817	638,881,000,000
مصرف الاردن	1960	200000000	bank Scotia	1832	1,227,000,000
مصرف الاسكان	1973	315000000			
مصرف القاهرة عمان	1960	190000000			
مصرف المؤسسة العربية	1980	110000000			

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على التقارير المنشورة .

سابعا:- متغيرات الدراسة

استندت الدراسة في التحليل المالي لقياس المتغير المستقل المتمثل ب(المسؤولية الاجتماعية) والمتغير التابع (سمعة المصرف) والمتغير الوسيط المتمثل (بالأداء المالي) , على مؤشرات مالية موضحة في الجدول (2) ادناه :-

الجدول (2) متغيرات الدراسة

المتغيرات	المؤشرات	المصدر
المسؤولية الاجتماعية	اجمالي المسؤولية الاجتماعية = $\frac{\text{اجمالي التبرعات والاعانات الايرادات}}{\text{اجمالي التبرعات والاعانات الداخلية الايرادات}}$	(balboni,2010:39)
	المسؤولية الاجتماعية الداخلية = $\frac{\text{التبرعات والاعانات الداخلية الايرادات}}{\text{التبرعات والاعانات الخارجية الايرادات}}$	(Buckingham,2012:32)
	المسؤولية الاجتماعية الخارجية = $\frac{\text{التبرعات والاعانات الخارجية الايرادات}}{\text{التبرعات والاعانات الداخلية الايرادات}}$	
سمعة المصرف	عائد المساهمين = (التغيير في سعر السهم + توزيعات الأرباح) / سعر اغلاق السهم للسنة السابقة	(Kaur& Singh, 2018:62)
	القيمة السوقية = عدد الأسهم القائمة * سعر السوق للسهم	
	السعر الى الربح = $\frac{\text{سعر اغلاق السهم للسنة الحالية}}{\text{توزيعات الأرباح}}$	
	نسبة القيمة السوقية الى القيمة الدفترية = $\frac{\text{القيمة السوقية}}{\text{القيمة الدفترية}}$	
الأداء المالي	نسبة الرصيد النقدي = $\frac{\text{النقد في الصندوق + النقد لدى المصرف المركزي + الأرصدة السائلة الأخرى}}{\text{الودائع وما في حكمها}} \times 100$	(Britton & Waterston, 2006:130) (Ramadan,2009:71)
	نسبة الاحتياطي القانوني = $\frac{\text{ارصدة لدى المصرف المركزي}}{\text{الودائع وما في حكمها}}$	
	نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات = $\left(\frac{\text{النقدية}}{\text{اجمالي الموجودات}} \right) \times 100\%$	
	العائد على الموجودات (ROA) = $\frac{\text{صافي الدخل}}{\text{اجمالي الموجودات}}$	
	معدل العائد على حق الملكية (ROE) = $\frac{\text{صافي الدخل}}{\text{حق الملكية}}$	
	نسبة القوة الايرادية (BEP) = $\frac{\text{الربح قبل الفوائد والضرائب}}{\text{اجمالي الموجودات}}$	
	نسبة المديونية = $\frac{\text{إجمالي الديون}}{\text{إجمالي الموجودات}}$	
مضاعف حق الملكية = $\frac{\text{اجمالي الموجودات}}{\text{حق الملكية}}$		

المصدر:- اعداد الباحث



ثامنا:- الوسائل الإحصائية المستخدمة

استخدم الباحث لتحليل علاقات الارتباط معامل الارتباط (Pearson) عبر البرنامج الإحصائي (SPSS V.23)، وتحليل تأثير المتغير الوسيط تم استخدام البرنامج الإحصائي (JASP 0.15) .

المبحث الثاني بعض الدراسات السابقة

توطئة

يعرض هذا المبحث بعض الدراسات ذات العلاقة بالدراسة الحالية و التي أسهمت في رسم الأطر الهيكلية للمنهجية المعتمدة و دعم الأنموذج المقترح وفرضياته ومما يجب الإشارة إليه أنّ معظم هذه الدراسات ركزت على متغير من متغيرات الدراسة بصورة منفردة دون الجمع بينهما , أيّ لم يحصل الباحث عبر بحثه بالمكتبات أو من خلال شبكة الانترنت على أية دراسة تجمع بين ابعاد المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف والأداء المالي في القطاع المصرفي , مما يعطي الدراسة صفة الحداثة وفيما يأتي وصف موجز لهذه الدراسات وحسب التسلسل الزمني وعلى النحو الآتي:-

أولاً:- الدراسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية

أ- (Cornett ,et al ,2014)	
Corporate Social Responsibility and its Impact on Financial Performance:Investigation of U.S. Commercial Banks.	عنوان الدراسة
المسؤولية الاجتماعية للمصارف وتأثيرها على الأداء المالي: التحقيق في المصارف التجارية الأمريكية	عينة الدراسة
مجموعه من المصارف الامريكية	هدف الدراسة
تحلل هذه الدراسة المسؤولية الاجتماعية للمصارف وتأثيرها على الأداء المالي في سياق الأزمة المالية الأخيرة.	اهم نتائج الدراسة
أن أكبر المصارف الامريكية يبدو أنها تكافأ على مسؤوليتها الاجتماعية , إذ أن كلا من العائد على الموجودات وحجم العائد على حقوق الملكية يرتبطان بشكل إيجابي وكبير بنتائج المسؤولية الاجتماعية للشركات .	الاستفادة من الدراسة
دعم الجانب النظري والعملي للدراسة والمنهجية فضلا عن استخدامها كدراسة سابقة.	أوجه التشابه مع الدراسة الحالية
تتشابه مع الدراسة الحالية كونها حلت بيانات المسؤولية الاجتماعية كميًا وطبقت الدراسة على البيئة المصرفية وكذلك المسؤولية الاجتماعية متغير مستقل كذلك	



تناولت الدراسة الأداء المالي وهو احد متغيرات الدراسة الحالية.	
استخدمت مقاييس لقياس المسؤولية الاجتماعية تختلف عن المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية وطبقت على عينة من المصارف الامريكية وان الأداء المالي متغير تابع في حين في دراستنا متغير وسيط.	اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية

ب- دراسة (Alrubaiee, et al ,2017)	
Relationship between Corporate Social Responsibility and Marketing Performance: The Mediating Effect of Customer Value and Corporate Image العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء التسويقي: التأثير الوسيط لقيمة الزبون وصورة الشركة.	عنوان الدراسة
مجموعه من المديرين والأطباء الاستشاريين في المستشفيات الأردنية الخاصة في عمان.	عينة الدراسة
الهدف الرئيسي من الدراسة هو التحقيق في التأثير الوسيط لقيمة الزبون وصورة الشركة على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وأداء التسويق.	هدف الدراسة
تشير النتائج إلى وجود تأثير إيجابي مباشر للمسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الزبون وصورة الشركة وأداء التسويق و أيضاً وجود تأثير مباشر إيجابي لقيمة الزبون على صورة الشركة بالإضافة إلى أداء التسويق. و أن صورة الشركة لها تأثيرات مباشرة إيجابية على أداء التسويق .	اهم نتائج الدراسة
دعم الجانب النظري والاستفادة منها في المنهجية فضلا عن استخدامها كدراسة سابقة.	الاستفادة من الدراسة
المسؤولية الاجتماعية متغير مستقل وكذلك تم تطبيق الدراسة في البيئة الأردنية .	اوجه التشابه مع الدراسة الحالية
طبقت الدراسة في منظمات غير ربحية و تم الحصول على البيانات من خلال الاستبانة والمسح الذي تم إجراؤه على المديرين والأطباء الاستشاريين في المستشفيات الأردنية الخاصة في عمان .	اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية



كذلك تم إجراء تحليل نموذج المعادلة الهيكلية باستخدام AMOS 22.0 و PLS 7.0 للتحقق من موثوقية وصلاحية المقاييس متعددة العناصر ولاختبار العلاقات المفترضة.	
--	--

ت- دراسة (Abdul GHAFAR,2017)	
Corporate social responsibility and social enterprises: An empirical study through the lens of Sen's capabilities approach المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات الاجتماعية: دراسة تجريبية من منظور نهج قدرات سينز.	عنوان الدراسة
اثني عشر مالكا ومديرًا للمؤسسات الاجتماعية الصغيرة من برادفورد بالمملكة المتحدة.	عينة الدراسة
فإن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو: التحقيق في المدى الذي تتبعه المؤسسات الاجتماعية (مقدمو الخدمات الاجتماعية غير الهادفين للربح) للممارسات الأخلاقية والسياسات الاجتماعية التي تدعمها أجنحة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تعزز قدرات أصحاب المصلحة.	هدف الدراسة
تؤكد النتائج على أهمية الاستراتيجية الاجتماعية المنبثقة عن آليات الحوكمة حيث تم تحديدها على أنها ضرورية لتنفيذ أجنحة المسؤولية الاجتماعية للشركات بحيث يتم إنشاء القيمة الاجتماعية بطريقة منظمة ومخطط لها.	اهم نتائج الدراسة
استخدمت الدراسة لدعم الجانب النظري والمنهجية فضلا عن استخدامها كدراسة سابقة .	الاستفادة من الدراسة
المسؤولية الاجتماعية متغير مستقل كما في الدراسة الحالية.	اوجه التشابه مع الدراسة الحالية
تم جمع البيانات الأولية عن طريق الاستبانة المقابلات الشخصية وجهًا لوجه بصورة شبه منظمة مع مالكي المؤسسات الاجتماعية كذلك لم تطبق هذه الدراسة	اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية



في منظمات ربحية تم تحليل البيانات باستخدام نظرية الأساس البنائي.

ثانيا:- الدراسة المتعلقة بسمعة المصرف

أ- دراسة (Kaur and Singh , 2018)	
عنوان الدراسة	Measuring the Immeasurable Corporate Reputation قياس سمعة الشركة الغير مقاسة
عينة الدراسة	عينة الدراسة 500 شركة هندية.
هدف الدراسة	تهدف الى تطوير مؤشرات للسمعة واستخدامها كوكلاء او كمقاييس كمية لقياس سمعة الشركة بدلا من أساليب المسح والاستبانة التي كانت معتمدة سابقا.
اهم نتائج الدراسة	تكشف نتائج الدراسة بوضوح أن أبحاث السمعة لا تزال تفتقر إلى مقياس كمي ملموس ولكن تم التوصل الى بعض المؤشرات التي يمكن الاستدلال من خلالها على سمعة الشركة واستخدامها لقياس سمعة الشركة والإبلاغ عنها حيث تم الإشادة بها على نطاق واسع كأصل لا غنى عنه .
الاستفادة من الدراسة	استخدام نتيجة هذه الدراسة والمقاييس التي توصلت اليها كمؤشرات لقياس سمعة المصارف عينة الدراسة الحالية .
اوجه التشابه مع الدراسة الحالية	استخدام نفس المؤشرات لقياس سمعة المصارف عينة الدراسة الحالية .
اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية	طبقت هذه الدراسة على البيئة الهندية بالإضافة الى انه تم تطبيقها في شركات وليس مصارف وان السمعة متغير مستقل في حين في الدراسة الحالية متغير تابع.

ثالثا:- الدراسات المتعلقة بالأداء المالي

أ- دراسة (Donnelly ,2015)	
عنوان الدراسة	The green economy: The link between corporate social responsibility and financial performance during economic shocks

الاقتصاد الأخضر: الرابط بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي أثناء الصدمات الاقتصادية للمدة 2011-2015.	
مجموعه من الشركات في المملكة المتحدة والشركات المماثلة خارج المملكة المتحدة.	عينة الدراسة
قارنت هذه الدراسة الأداء المالي للشركات في المملكة المتحدة والشركات المماثلة خارج المملكة المتحدة من خلال صدمات مالية وبيئية واجتماعية مختارة لاختبار الادعاء القائل أن الشركات "الخضراء" هي أكثر مرونة في مواجهة الصدمات المالية والبيئية والاجتماعية مقارنة بالشركات التي لا تتخذ أي إجراء بيئي.	هدف الدراسة
تظهر النتائج أن الافتراض القائل بأن الشركات الخضراء أكثر مرونة في مواجهة الصدمات غير دقيق للغاية على الأقل عند تحليله من حيث الأداء المالي خلال المدة التي تغطيها هذه الدراسة.	اهم نتائج الدراسة
استخدمت كدراسة سابقة فضلا عن استخدامها لتعزيز المرنكات الفكرية والمفاهيمية للدراسة الحالية.	الاستفادة من الدراسة
تضمنت الدراسة المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي وهما من متغيرات الدراسة الحالية.	اوجه التشابه مع الدراسة الحالية
اختلاف العينه والمدة الزمنية .	اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية

ب- دراسة (JADI, 2015)

An empirical analysis of determinants of financial performance of insurance companies in the United Kingdom	عنوان الدراسة
تحليل تجريبي لمحددات الأداء المالي لشركات التأمين في المملكة المتحدة	
تتكون العينة من 57 شركة تأمين في المملكة المتحدة خلال المدة من 2006 إلى 2010.	عينة الدراسة

هدف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على محددات الأداء المالي لشركات التأمين بناءً على أداء تصنيف القوة المالية لديها وان البيانات التجريبية مأخوذة من A.M. أفضل تقرير تأمين على الإنترنت: قاعدة بيانات غير أمريكية.
اهم نتائج الدراسة	تثبتت هذه الدراسة أن الربحية والسيولة والحجم والشكل التنظيمي هي محددات ذات دلالة إحصائية للأداء المالي لشركات التأمين في المملكة المتحدة.
الاستفادة من الدراسة	استخدمت كدراسة سابقة فضلاً عن استخدامها لتعزيز المرتكزات الفكرية والمفاهيمية للدراسة الحالية .
أوجه التشابه مع الدراسة الحالية	تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت الأداء المالي وهو احد متغيرات دراستنا.
أوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية	اختلاف عينة وبيئة الدراسة بالإضافة الى مدة الدراسة كانت من 2006- 2010.

ت- دراسة (Ezepue,2018)

عنوان الدراسة	Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance: UK Customers' Perceptions الخدمات المصرفية الرقمية وتجربة الزبائن والأداء المالي للمصرف: تصورات الزبائن في المملكة المتحدة.
عينة الدراسة	زبائن مصرف المملكة المتحدة.
هدف الدراسة	تفحص الدراسة تصورات الزبائن عن الخدمات المصرفية الرقمية وتجربة الزبائن والرضا والولاء والأداء المالي في مصارف المملكة المتحدة.
اهم نتائج الدراسة	ان العوامل الرئيسية التي تحدد تجربة الزبائن في الخدمات المصرفية الرقمية هي جودة الخدمة والجودة الوظيفية والقيمة المتوقعة ومشاركة الموظف والزبون وإمكانية الاستخدام المتوقع والمخاطر المتوقعة وان هناك علاقة كبيرة بين تجربة الزبائن ورضاهم وولائهم والتي ترتبط بالأداء المالي.
الاستفادة من الدراسة	استخدمت كدراسة سابقة فضلاً عن استخدامها لتعزيز المرتكزات الفكرية والمفاهيمية للدراسة الحالية.



الفصل الأول :- منهجية الدراسة وبعض الدراسات السابقة



تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في كون الأداء المالي احد متغيراتها .	وجه التشابه مع الدراسة الحالية
استخدام الاستبانة والمقابلات الشخصية للحصول على المعلومات.	وجه الاختلاف مع الدراسة الحالية

ث- دراسة (Paniagua, et al ,2018)	
Corporate governance and financial performance: The role of ownership and board structure حوكمة الشركات والأداء المالي: دور الملكية وهيكل مجلس الإدارة	عنوان الدراسة
1207 شركة من 59 دولة عبر 19 قطاعًا للفترة من 2013 إلى 2015	عينة الدراسة
تبحث هذه الدراسة في كيفية ارتباط حوكمة الشركات وهيكل الملكية بالأداء المالي للشركات.	هدف الدراسة
تقدم الدراسة مساهمتين رئيسيتين أولاً توفر التقنيات التجريبية المتعددة المستخدمة في هذه الدراسة نهجًا أوسع للتحليل التجريبي للأداء المالي. ثانيًا تساعد الدراسة في فهمنا لدور حوكمة الشركات والملكية في الأداء المالي للشركات.	اهم نتائج الدراسة
استخدمت كدراسة سابقة فضلًا عن استخدامها لتعزيز المرتكزات الفكرية والمفاهيمية للدراسة الحالية.	الاستفادة من الدراسة
تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت الأداء المالي وهو احد متغيرات الدراسة الحالية.	وجه التشابه مع الدراسة الحالية
اختلاف عينة وبيئة الدراسة بالإضافة الى مدة الدراسة كانت من 2013 إلى 2015.	وجه الاختلاف مع الدراسة الحالية

ج- (رباط, 2020)	
عنوان الدراسة	إدارة حساسية الأرباح وتأثيرها في القيمة الاقتصادية للمصرف عبر اداءه المالي.
عينة الدراسة	مجموعة من المصارف العراقية .
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على المخاطر المتعلقة بتغيرات سعر الفائدة .
اهم نتائج الدراسة	ان التغيرات في سعر الفائدة تؤثر على قيم الموجودات والمطلوبات في الميزانية العمومية للمصرف وبالتالي تؤثر على قيمته.
درجة الاستفادة من الدراسة	تم الاطلاع على المؤشرات المستخدمة لقياس الأداء المالي وكذلك الاستفادة منها في كيفية كتابة المنهجية .
التشابه مع الدراسة الحالية	الأداء المالي متغير وسيط .
اوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية	البيئة التي طبقت فيها الدراسة كانت البيئة المصرفية العراقية بالإضافة الى اختلاف المدة الزمنية اذ كانت 2005-2017.

• اما ما يميز الدراسة عن سابقتها ما يأتي :-

أن اهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة هو طريقة الربط بين المتغيرات الثلاثة للدراسة , كون المسؤولية الاجتماعية متغير مستقل والسمعة متغير تابع والأداء المالي متغير وسيط , اذ لم تتطرق أي من الدراسات السابقة للجمع بين المتغيرات الثلاثة بهذه الكيفية, بالإضافة الى ذلك تتميز هذه الدراسة بطريقة القياس التي اتبعتها في قياس كلا من المسؤولية الاجتماعية والسمعة , اذ إن الدراسات السابقة عندما تتطرق لقياسها فأنها تلجأ لطريقة الاستبانة للقياس , في حين الدراسة الحالية بالنسبة للمسؤولية الاجتماعية اتبعت مؤشرات قياس خاصة لم تتطرق لها أي من الدراسات السابقة, اما السمعة فاتبعت نفس المؤشرات الموجودة في الدراسة السابقة الخاصة بالسمعة لكن طبقت على المصارف وليس الشركات.



الجانب النظري للدراسة

تمهيد

يبحث هذا الفصل توضيحا لمفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصرف وأهميتها وأبعادها وكذلك المبادئ وطرق القياس , ثم يتعرض بشكل تفصيلي لسمعة المصرف من حيث المفهوم والأهمية والأبعاد وأدوات القياس , وفيما بعد يدرس الأداء المالي للمصرف وأهميته وأهدافه وطرق قياسه , ومن أجل تغطية المواضيع اعلاه تم تقسيم الفصل الثاني على ثلاثة مباحث هي:-



المبحث الأول

المسؤولية الاجتماعية للمصرف

توطئة

شهد العقد الماضي نمو الأنشطة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للمصارف, إذ ان مواءمة عمليات المصارف مع القيم الاجتماعية هي صناعة متطورة جيداً, فهناك مئات المواقع الإلكترونية والنشرات الإخبارية والجمعيات المهنية والاستشاريين مكرسة لتطوير برنامج المسؤولية الاجتماعية للمصارف , ويرجع ذلك إلى الدور المهم الذي تلعبه في إطار التحديات التي يمر بها أي مجتمع من حيث بناء التنمية التي يطمح إليها كل مجتمع لتحقيق التقدم ومع ذلك فإن التأكيد على المسؤولية الاجتماعية للمصارف يعني أنه لا يوجد اعتراف كامل بهذه المسؤولية وان هناك معارضون ومدافعون عنها اذ كانت هناك اتجاهات مختلفة لدعم ومعارضة دور المصارف في تحمل أعباء المسؤولية الاجتماعية وأبعادها.

اولاً:- مفهوم وتعريف المسؤولية الاجتماعية

يعد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمصارف أمراً مهماً نظراً لوجود قبول واسع النطاق بأن الأعمال المصرفية لها بُعد أخلاقي وينبغي أن تسهم في رفاهية المجتمع بنفس الطريقة التي يُتوقع بها من أجزاء أخرى من المجتمع مثل الحكومة والجمعيات الخيرية والأفراد , خاصة وان المصارف تمثل قطاعاً مهماً بشكل حيوي ليس فقط بسبب حجمها وثروتها ولكن أيضاً لأنها تمتلك قدرًا كبيرًا من الخبرة مع القدرة لمعالجة القضايا المهمة (Taghian et al,2015:67) . وإن دراسة المسؤولية الاجتماعية تقتقر إلى تعريف موحد لما يعنيه هذا المفهوم في الواقع إلى هذا الحد تم تسميته "بالمفهوم المتنازع عليه" , إذ ان هناك عدد من وجهات النظر والجوانب التي يتم استخدامها بالتبادل عندما تتم مناقشة المسؤولية الاجتماعية مما يجعل استخدام تعريف واحد غير كافٍ, وعليه لإنتاج دليل شامل لما يعنيه المفهوم ترد أدناه عدة تعريفات مستمدة من وجهات النظر الرئيسية حول المسؤولية الاجتماعية :

الجدول (3)

اسهامات بعض الباحثين لمفهوم المسؤولية الاجتماعية

ت	المصدر	المفهوم
1	(Cronje,etal,2000:55)	يقصد بها معاملته اي فرد او مجموعه من الافراد في المصرف بإمكانهم ان يؤثروا أو يتأثروا بالأنشطة و الإنجازات سواء كان موظفون ,مدراء ,مساهمون ,زبائن ,مستثمرون ,موردون ,حكومة ,مجتمع محلي والمجتمع ككل وحتى البيئة الطبيعية بطريقة أخلاقية و مسؤولة.
2	(Odetayo,et al,2004:253)	قيام المصارف بدمج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها المصرفية وفي تفاعلها مع أصحاب المصلحة على أساس طوعي لأنهم يدركون بشكل متزايد أن السلوك المسؤول يؤدي إلى نجاح أعمال مستدام.
3	(Heal,2004:12)	برنامج يقرر فيه المصرف طواعية المساهمة في مجتمع أفضل وبيئة أنظف عبر تشجيع المساهمات الإيجابية التي يمكن أن تقدمها المصارف في الاقتصاد والتقدم البيئي والاجتماعي وتقليل الصعوبات التي قد تؤدي إليها عملياتها المختلفة .
4	(Vaaland,2008:42)	إدارة اهتمام أصحاب المصلحة بالأفعال المسؤولة وغير المسؤولة المتعلقة بالظواهر البيئية والأخلاقية والاجتماعية بطريقة تبناء فوائد للمصارف.
5	(Barnea& Rubin,2010:73)	جميع الإجراءات التي تتخذها الإدارة المصرفية فيما يتعلق بموظفيها ومجتمعاتها والبيئة والتي تتجاوز ما هو مطلوب قانونيًا من المصرف.
6	(balboni,2010:29)	هي المواقف التي يتجاوز فيها المصرف قوانينه وينخرط في إجراءات يبدو أنها تعزز بعض الصالح الاجتماعي بما يتجاوز مصالح المصرف من تعظيم للربحية وبما يقتضيه القانون.
7	(Buckingham,2012:20)	التزام المصارف بالمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة والعمل مع الموظفين وأسرهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين نوعية حياتهم بطرق جيدة للأعمال المصرفية وجيدة للتنمية الدولية.
8	(Zyl,2013:67)	التزام مستمر من قبل المصارف لممارسة الأعمال المصرفية بطريقة أخلاقية والمساهمة في التنمية الاقتصادية للبلاد مع تحسين نوعية حياة القوى العاملة وأسرهم وكذلك المجتمع المحلي الذي يزاولون فيه اعمالهم وكذلك المجتمع ككل.

يقصد بها الأنشطة التي تطلبها الهيئات الحاكمة لأسباب اجتماعية وبيئية والتي يتم تمريرها إلى أصحاب المصلحة في المصرف.	(Taghian etal,2015:67)	9
تعرف بأنها الالتزام المستمر من قبل رجال الأعمال بالتصرف بشكل أخلاقي والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين جودة حياة القوى العاملة وأسرههم وكذلك المجتمع المحلي والمجتمع ككل.	(Alrubaiee,et,al 2017:105)	10
مجموعة من مبادرات المصرف التي تنطوي على الأنشطة التي تتطلبها القوانين أو اللوائح و التي تعود بالنفع على المجتمع وتتجاوز دوافع الربح الذاتية للمصرف.	(Chungb&Yoona,2018:90)	11

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على المصادر المذكورة.

ان هذا الاختلاف في تفسير مفهوم المسؤولية الاجتماعية يعزى لتباين الآراء فيما بين العلماء والباحثين و لتعدد وظائف المصارف, اذ يذهب بعضهم الى النظر اليها على أنها تتمثل في تعظيم الربحية فقط بينما يرى آخرون الى أن وظيفته هي المسؤولية الاجتماعية والمطبقة عبره لما لها من أثر في تحقيق رفاه المجتمع.

وبناءً على ذلك يرى الباحث بأن المسؤولية الاجتماعية تعرف بانها " شكل من أشكال الإدارة التي يتم تحديدها من خلال العلاقة الأخلاقية والشفافة للمصرف مع جميع أصحاب المصلحة الذين تربطه بهم علاقة من خلال جعل أهدافه متوافقة مع التنمية المستدامة للمجتمع والحفاظ على الموارد البيئية والثقافية للأجيال القادمة واحترام التنوع والحد من المشاكل الاجتماعية".

ثانيا :- الخصائص الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للمصارف

الخصائص الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للمصارف هي السمات الأساسية للمفهوم الذي يميل إلى إعادة إنتاجه بطريقة ما في التعريفات العلمية أو لممارسي للمسؤولية الاجتماعية للمصارف , اذ ان هناك ست خصائص أساسية موضحة ادناه (Hamidu,2015:85),(Alhammadi,2018:4) :

1- ممارسات تطوعية

ان المسؤولية الاجتماعية تتعلق بأنشطة تطوعية تكون اضافية لأنشطة المصرف الاساسية المنصوص عليها في قانون عمل المصارف , وعلى الرغم من أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف لا تعد امتثالا قانونيا , اذ لا يوجد قانون يجبر الإدارة المصرفية على تبني أنشطة المسؤولية الاجتماعية, إلا أن العديد من المصارف أصبحت الآن معتادة جيدا على النظر الى هذه الأنشطة, اذ تعد مبادرة المصارف مثل KFC و Pret A Manger و Pizza Hut التي وافقت في عام 2011 على إدخال ملصقات السعرات

الحرارية في المملكة المتحدة على المواد الغذائية والوجبات السريعة والمشروبات (كجزء من برنامج تطوعي لوزارة الصحة) مثالاً جيداً على مبادرة المسؤولية الاجتماعية للمصارف , التي يمكن القول إنها تم تقديمها لتجنب الإجراءات التنظيمية المحتملة مثل وضع العلامات الإلزامية للسعرات الحرارية في نيويورك على القوائم المقدمة في عام 2008. (Grayson & Hodges, 2004:56).

2- استيعاب العوامل الخارجية وإدارتها

ان العوامل الخارجية هي الآثار الجانبية الإيجابية والسلبية للسلوك الاقتصادي التي يتحملها الآخرون ولكن لا يتم أخذها في الاعتبار في عملية صنع القرار في المصرف ولا يتم تضمينها في سعر السوق للسلع والخدمات , اذ عادةً ما يُنظر إلى التلوث على أنه مثال كلاسيكي على العوامل الخارجية لأن المجتمعات المحلية تتحمل كلف إجراءات المصارف المصنعة , اذ يمكن للتنظيم أن يشجع المصارف على استيعاب كلف العوامل الخارجية مثل غرامات التلوث , ولكن المسؤولية الاجتماعية قد تمثل نهجاً أكثر تطوعية لإدارة العوامل الخارجية , على سبيل المثال مصرف يستثمر في التقنيات النظيفة التي تمنع التلوث , ففي المقام الأول تتعامل الكثير من أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمصارف مع مثل هذه العوامل الخارجية , بما في ذلك إدارة انتهاكات حقوق الإنسان في القوى العاملة وتقليل انبعاثات الكربون وحساب الآثار الاجتماعية والاقتصادية لتقليص الحجم أو تقليل الآثار الصحية "السامة" أو غير ذلك (Husted & Allen,2006:90).

3- توجيه أصحاب المصالح المتعددة

تتضمن المسؤولية الاجتماعية للمصارف النظر في مجموعة من الاهتمامات والتأثيرات بين مجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة المختلفين وليس المساهمين فقط , اذ ان الافتراض القائل بأن المصارف لديها مسؤوليات أتجاه المساهمين لا يتم الاعتراض عليه عادة (Crane,et al,2013:90) , ولكن النقطة الأساسية هي أنه نظراً لأن المصارف تعتمد على فئات أخرى مختلفة مثل الزبائن والموظفين والموردين والمجتمعات المحلية من أجل البقاء والازدهار فإنها لا تتحمل مسؤولياتها أتجاه المساهمين فقط وانما يكون مقدار التركيز الذي ينبغي أن يُعطى للمساهمين اكبر, في نقاش المسؤولية الاجتماعية وعلى المدى الذي ينبغي أن يؤخذ فيه أصحاب المصلحة الآخرون في الاعتبار فإن توسيع مسؤولية المصرف إلى هذه المجموعات الأخرى هو الذي يميز الكثير من الطبيعة الأساسية للمسؤولية الاجتماعية (Grayson & Hodges, 2004:56).

4- موازنة المسؤوليات الاجتماعية والاقتصادية

أن المسؤولية الاجتماعية تدور حول تجاوز التركيز الضيق على المساهمين فقط وبنفس الوقت لا ينبغي أن تتعارض مع الربحية , فعلى الرغم من أن هذا موضع نقاش كبير إلا أن العديد من تعريفات المسؤولية الاجتماعية من المصارف والحكومة تؤكد على أنها تتعلق بالمصلحة الذاتية , إذ تتماشى مع المسؤوليات الاجتماعية والاقتصادية , ولقد أثارت هذه الميزة اهتماماً كبيراً بدراسة الجدوى الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية أي كيف يمكن للمنظمات المصرفية الاستفادة اقتصادياً من كونها مسؤولة اجتماعياً (Crane,et al,2013:90)

5- الممارسات والقيم

من الواضح أن المسؤولية الاجتماعية للمصارف تتعلق بمجموعة معينة من الممارسات والاستراتيجيات التجارية التي تتعامل مع القضايا الاجتماعية , ولكن بالنسبة للعديد من الأشخاص يتعلق الأمر أيضاً بشيء أكثر من ذلك هو مجموعة من القيم التي تدعم هذه الممارسات, إذ يعدُّ بعدُ قيم المسؤولية الاجتماعية جزءاً من السبب الذي يجعل الموضوع يثير الكثير من الخلاف , فإذا كان الأمر يتعلق فقط بما فعلته المصارف في الساحة الاجتماعية فلن يتسبب ذلك في الكثير من الجدل مثل الجدل حول سبب قيامهم بذلك (Alhamadi,2018:4) .

6- ما وراء الأعمال الخيرية

في بعض مناطق العالم تتعلق المسؤولية الاجتماعية للمصارف بشكل أساسي بالعمل الخيري لكن الجدل الحالي حولها يميل إلى الادعاء بشكل قاطع بأن المسؤولية الاجتماعية الحقيقية تدور حول أكثر من مجرد العمل الخيري والعتاء المجتمعي , بل كيفية تأثير عمليات المصرف بأكملها ووظائف أعمالها الأساسية على المجتمع, إذ تشمل هذه الوظائف الأعمال الأساسية والمتمثلة بالإنتاج والتسويق والمشتريات وإدارة الموارد البشرية واللوجستيات والتمويل وما إلى ذلك , ويستند هذا النقاش على افتراض أن المسؤولية الاجتماعية تحتاج إلى الاندماج في ممارسة الأعمال العادية للمصرف بدلاً من تركها ببساطة للنشاط التقديري , إذ أصبحت محاولة النظر في كيفية دمج المسؤولية الاجتماعية في الأعمال الأساسية للمصرف بدلاً من التثبيت بكونها أنشطة إضافية موضوعاً رئيسياً في عالم ممارسي المسؤولية الاجتماعية (Hamidu,2015:85) .

ثالثاً:- ابعاد المسؤولية الاجتماعية

ان المسؤولية الاجتماعية للمصارف تتضمن خمسة أبعاد: اجتماعية ، بيئية ، اقتصادية , طوعية وأصحاب المصلحة ,ونظراً لأن أبعاد أصحاب المصلحة تتعلق بالطريقة التي تتفاعل بها المصارف مع موظفيها ومورديها وعملائها فهي مهمة لبناء صورة دائمة وقد تم الاعتراف بها كعامل مهم في نجاح المصرف (Dahlsrud,2008:80) .

في حين هرم (Carroll,1991:15) هو وصف للمسؤولية الاجتماعية اذ وضح ابعادها والذي اعتمدها بعده كلا من (Archie,2000:243),(Alrowwad,et al ,2017:203) اذ أشار إليها بأربعة ابعاد هي البعد الأخلاقي والبعد الاقتصادي والقانوني والبعد الخيري وكما موضحة ادناه:-

1- البعد الأخلاقي:- اذ ينبغي على إدارة المصرف ان تستوعب الجوانب الأخلاقية والسلوكية والمعتقدات والعادات والتقاليد في البيئة التي تعمل بها , اذ ان احترام هذه الجوانب ومراعاتها يعد امر لا يبد منه لزيادة سمعه المصرف وقبولها في المجتمع ,اذ تعد المسؤوليات الاقتصادية والقانونية أكبر التزام على المصرف بعد تلبية هذين المطلبين تتمتع بحرية متابعة مسؤولياتها الأخلاقية , و يمكن تعريف المسؤولية الأخلاقية على أنها "إجراءات تطوعية للمصرف لتعزيز ومتابعة الأهداف الاجتماعية التي تعقب مسؤولياته القانونية" , اذ يقوم بما هو صحيح وعادل ومنصف من خلال التعهد بالمسؤولية الأخلاقية التي تعقب الاعتبارات الاقتصادية والقانونية لأنها تحاول طوعية تلبية توقعات معينة لا تنص عليها اللوائح ولكنها توقعات يريد المجتمع أن تحققها المصارف , ومع ذلك فإن معرفة ما هو صواب أو خطأ أمر صعب لأن المعايير الأخلاقية ليست صريحة أو مقننة (Carroll & Shabana ,2010:31).

2- البعد الاقتصادي :- يقوم هذا البعد على أساس المنافسة والتطورات التكنولوجية اذ ينبغي ان تقوم المسؤولية الاجتماعية على أساس احترام قواعد المنافسة واكبر قدر من الاستفادة من التكنولوجيا بشرط ان لا يكون هناك ضرر يصيب المجتمع نتيجة لهذه التكنولوجيا, اذ ان المسؤولية الأولى للمصرف هي مسؤوليته الاقتصادية ويرجع ذلك إلى حقيقة أن المصارف التي لا تحقق الربح تفشل وتختفي من السوق مما يؤدي إلى فقدان الموظفين لوظائفهم ,لذلك ينبغي أن تكون رابحة حتى تستطيع البقاء ومواجهة المنافسين في السوق ,اذ تشير المسؤولية الاقتصادية إلى ربحية المصارف وقدرتها التنافسية وتأثيرها الاجتماعي والاقتصادي اذ تقدم الخدمات التي يطلبها المجتمع لتحقيق

الربح ومع ذلك تحتاج إلى الاعتراف بأن أدائها الاقتصادي ليس شيئاً تفعله من أجلها فقط ولكن أيضاً للمجتمع (Archie,2000:243).

3- **البعد القانوني:-**اذ ينبغي على المصرف الالتزام بالقوانين والأنظمة والتعليمات وعدم خرقها وهذه التعليمات عادة ما تحددها الدولة حتى تتجنب الوقوع بإشكاليه مع الجهات الحكومية , فالمجتمع الذي تعمل فيه المصارف يضم العديد من اللوائح والقوانين وكذلك معايير سلوكية محددة من المتوقع أن تتبعها وتحترمها في جميع أنشطتها التجارية , اذ تشير المسؤولية القانونية إلى التزام المصرف بالقوانين المفروضة عليه سواء كان تأثيرها ايجابي او سلبي على أنشطته وهي تشمل إطاعة واحترام القواعد والقوانين واللوائح التي وضعها المجتمع , اذ يعد الالتزام بكافة القوانين أهم مسؤولية للمصارف بعد المسؤولية الاقتصادية وفقاً لنظرية المسؤولية الاجتماعية ومع ذلك فإن القوانين ليست كافية لمعالجة كل جانب وسيناريوهات مطلوبة للسلوك الفردي (Carroll & Shabana, 2010:35).

4- **البعد الخيري:-** من هذه الناحية ينبغي على المصرف ان يعمل على التطوير والتغيير من نوعية الحياه وما يتعلق بها من جوانب من الذوق العام ونوعية ما يتمتع به الفرد من مأكّل وملبس وغيرها من الجوانب الأخرى , وبعد أن تقي المصارف بجميع مسؤولياتها الأخرى يمكنها البدء في الوفاء بمسؤولياتها الخيرية التي تتضمن القيام بما يتجاوز المطلوب أو ما تعتقد أنه صحيح (اذ تعد المسؤولية الخيرية أعلى مستوى من المسؤولية الاجتماعية وتتضمن المساهمات التطوعية للمجتمع , وفقاً ل (Carroll and Shabana ,2010:35) تشمل المسؤولية الخيرية "تلك الإجراءات المنظمةية التي تستجيب لتوقعات المجتمع بأن تكون الأعمال المصرفية مواطناً صالحاً وهذا يشمل الانخراط بنشاط او أعمال او برامج لتعزيز رفاهية الإنسان أو حسن النية" , حيث تمثل المسؤولية الخيرية الإجراءات التطوعية مثل الأعمال الخيرية والتبرعات والمساهمات المالية وغيرها من المساهمات التي تهدف إلى تحسين نوعية الحياة في المجتمع وان من أبرز النشاطات الخيرية التي تشارك بذلك هي التعليم وتحسين المجتمع والفنون والثقافة . (Alrowwad,et al ,2017:203)

رابعاً:- النظريات التي تعتمد عليها المسؤولية الاجتماعية

على الرغم من ازدهار المسؤولية الاجتماعية في الجزء الأخير من القرن العشرين فإن جذورها الفلسفية تتعمق أكثر, وبالتالي أدى ذلك إلى ظهور عدد من النظريات ووجهات النظر حول المسؤولية الاجتماعية فهي

تكون اما معنية بالمجتمع أو بالعلاقة بين المجتمع والمصرف أو تكون معنية بعلاقة المصارف فيما بينها , اذ تصنف نظريات المسؤولية الاجتماعية إلى نظريات نفعية وعلائقية وإدارية حيث يتم تحديد ومناقشة كل من النظريات هذه لتوفير نظرة حول الطريقة التي يتم بها فهم المسؤولية الاجتماعية حاليًا (Buckingham,2012:26):

1- النظريات النفعية

ترى أن الاقتصاد يرتكز على أربعة افتراضات رئيسة هي الأفراد والذي يكون هدفهم تعظيم المنفعة والمصارف والتي تهدف الى تعظيم الارباح والناس والذين لديهم تفضيلات عقلانية ويتصرفون بشكل مستقل على أساس المعلومات الكاملة اما المساهمين فهدفهم تعظيم ثرواتهم ويلتزم المديرون كوكلاء للمساهمين بمتابعة هذا الهدف ,بالتالي فإن أي عادات وأعراف اجتماعية تابعة لهذا الغرض لا تكون صالحة إلا إذا ساهمت في القيمة الاقتصادية , وان المسؤولية الاجتماعية هي ببساطة أداة يمكن استخدامها في بعض الأحيان لتحقيق هذا الهدف , اذ ان مفهوم المسؤوليه الاجتماعيه هو الاعتراف بأن المصارف لا تقدم فقط الخدمات المالية للمجتمع بل يمكنها أيضاً تقديم الخدمة الاجتماعية التي تؤكد مسؤوليات المصرف تجاه العديد من أصحاب المصلحة مثل الموظفين والمجتمع ككل بالإضافة إلى مسؤولياتها التقليدية تجاه المساهمين(chafar ,2017:30).

2- النظريات العلائقية

تركز النظرية العلائقية على التفاعل والعلاقة بين المصرف والبيئة التي تعمل فيها والتي من المفترض أن يكون هناك توازن بين القوة التي تمارسها المصارف ومسؤوليتها تجاه المجتمع , فإذا كانت المصارف تأخذ الكثير من المجتمع فينبغي ان يكون هناك عائد ومردود للمجتمع بصورة منصفه فهي تستفيد بشكل كبير من المجتمع بالاعتماد على الموظفين المتعلمين والموارد الطبيعية والبنية التحتية المادية واستخدامها , بالإضافة الى انها لا تستطيع العمل بدون سيادة القانون وخاصة حقوق الملكية اذ يمكن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها عائد والاعتراف بهذا الترتيب المتبادل بين المصارف والمجتمع (Marcoux 2003:244), , اذ ان المجتمع يمنح الشرعية والسلطة على المدى البعيد وان أولئك الذين لا يستخدمون السلطة بطريقة بعدها المجتمع مسؤولة سوف يميلون إلى فقدانها , ويمكن القول بأن النظرية العلائقية هي نظرية أصحاب المصلحة والذين هم أي مجموعة أو فرد يمكنه التأثير أو يتأثر بتحقيق الأهداف المرجوة , اذ

تكمّن قوة نظرية أصحاب المصلحة في أنه على الرغم من أنها تبدأ من ما ينبغي أن تفعله إدارة المصرف فإنها تؤدي بطبيعة الحال إلى رؤية مفيدة لما يمكن أن تفعله المصارف , إذ يمكن أن تقلل من تكاليف التعاقد والاحتكاكات والأعباء التنظيمية وكذلك تحويل علاقات أصحاب المصلحة إلى موارد تمنح المصرف ميزة تنافسية , إذ إن الوعي بأهمية أصحاب المصلحة ينتج عنه تحقيق التعاون بين المجموعات المهمة التي يمكنها بالفعل أن تقرر نجاح المصرف و إشراكهم صراحة في صنع القرار الإداري لتحقيق الحل الأمثل خاصة وأن جودة العلاقات مع أصحاب المصلحة هي تعريف الأداء المالي للمصرف (Orts & Strudler,2009:35) .

3- النظريات الإدارية

بالنسبة للنظرية الإدارية فإن المصرف يعد نقطة البداية لهذه النظرية والمنظور الذي يتم من خلاله عرض الأنشطة الأخرى وإن المسؤولية الاجتماعية هي قرار إداري بطريقة مشابهة لإدارة حملة تسويقية أو اتخاذ قرار بتطوير تقنية معينة , إذ إنه بمجرد صياغة المسؤولية الاجتماعية بنفس الطريقة مثل أي عملية تجارية أخرى ينبغي تقييمها باستخدام نفس الأساليب المطبقة على قرارات العمل الأخرى , إذ تعزز المسؤولية الاجتماعية الصورة العامة للمصرف وتحفز الموظفين وتوفر الموارد وكذلك المساهمة في تحقيق الأهداف الاقتصادية وخاصة الهدف الأسمى لتعظيم الثروة (Windsor ,2001: 455).

وأن هرم المسؤولية الاجتماعية الذي طوره كارول هو مجرد وصف للمسؤولية الاجتماعية إلا أنه يوفر للإدارة نظرة حول كيفية تفعيل ونشر المسؤولية الاجتماعية بحيث يمكن للمصرف أن يسعى لتحقيق الربح والانصياع للقوانين ويقدم مساهمة إيجابية للمجتمع (Altman & Vidaver ,2000:234) .

خامساً:- المجالات التي تؤثر فيها المسؤولية الاجتماعية

هناك عدة مجالات رئيسة يمكن أن تسهم فيها ممارسات المسؤولية الاجتماعية الداخلية والخارجية في النجاح الاقتصادي للمصرف وكما موضح أدناه (balboni,2010:39) , (Buckingham,2012:32):

1- تحديد مجالات التدخل الرئيسية للمسؤولية الاجتماعية الخارجية :- إذ ينبغي أن تختار إدارة المصرف المشاريع التي تدعمها والتبرعات والاعانات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بأهدافها ويمكن أن تؤثر على إيراداتها , إذ يجلب هذا العمل قيمة مضافة للمصرف , وينبغي أن يكون المصرف على استعداد للمشاركة في أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخارجية وإن يسعى جاهداً من أجل الاستفادة طويلة المدى للبرامج التي تنفذها للمحافظة على عائد الاستثمار (ROI) و تعظيم تأثير الأموال التي

يتم إنفاقها في زيادة ربحية أعمالها ، فهذه الممارسات ليس لها فقط آثار اجتماعية واقتصادية وانما هي عملية إيجابية تتأثر بالبيئة المحيطة للمصرف وتكون مدعومة بالربحية بحيث تصبح مستدامة وسهلة التكرار لعدم وجود مخصصات ميزانيه سنوية محددة لهذه (Naranjo,2016:88) .

2- **حماية الموجودات غير الملموسة:-** إن الموجودات غير الملموسة الأكثر قيمة التي تمتلكها المصارف هي السمعة التجارية وثقة المستهلك , إذ تؤثر هذه الموجودات التي غالبًا ما يتم تحديدها على أنها "شهرة" على سعر السهم ويتم تمثيلها من الناحية النقدية في الميزانية العمومية , بالإضافة إلى ذلك فإن إقامة علاقات جيدة وصادقة يقلل من كلف المعاملات ويحمي الموجودات ويحافظ على ولاء الزبائن والحصة من الإيرادات , إذ يمكن أن توفر المسؤولية الاجتماعية ترخيصًا للعمل في سوق مستهدف, إذ يمكن وصفها كأداة لإدارة المخاطر مما يسمح للمصارف ببناء بيئة تشغيل مستقرة ومزدهرة وفي نفس الوقت إدارة المخاطر المتعلقة بعمل وتطوير الأسواق المحلية والمجتمع ككل فقد تتجسد هذه المخاطر على مستوى المصارف الفردية وعلى طول سلسلة القيمة المنظمة (مثل السمعة والشكاوى بسبب رداءة جودة الخدمة وقضايا الصحة والسلامة) أو على المستويين الوطني والدولي (مثل عدم المساواة والافتقار إلى التمكين الاقتصادي والوصول الى الخدمات الأساسية والحركات المناهضة للعولمة والمناهضة للرأسمالية والتهديدات بالتنظيم المفرط & Cadez (Czerny,2016:90).

3- **استقطاب المواهب وتحفيزها والاحتفاظ بها:-** لطالما كان جذب أفضل الموظفين والاحتفاظ بهم مجال اهتمام المصارف بسبب الكلف المرتفعة المرتبطة بدوران الموظفين وإعادة تدريبهم حتى أن بعض المنظمات المصرفية قد سئمت من الاستثمار في الموظفين خوفًا من أنهم بمجرد أن يصبحوا مؤهلين أكثر سيتركون المصرف, ومع ذلك يمكن أن تزيد المسؤولية الاجتماعية من قدرة المصارف على جذب الموظفين الأكثر موهبة من خلال الاستثمار في منظمات عالية الجودة وتعزيز الإرشاد والمنح الدراسية في الجامعات, بالإضافة إلى ذلك فقد تم التوصل الى أن الموظفين بشكل عام أكثر ولاءً وأكثر احتمالًا للبقاء مع مصرف يرغب في استثمار مواهبهم وتطويرها ولديه عمليات إدارية شفافة وفعالة ويتمتع بسمعة طيبة لأنشطته الخارجية في مجال المسؤولية الاجتماعية , علاوة على ذلك من خلال تحسين بيئة العمل وممارسات الصحة والسلامة يتم التأثير على المجالات الأخرى الحساسة للربح مثل الحد من التغيب وزيادة إنتاجية العمل ومنع الإصابات والحوادث المرتبطة بالعمل (Epstein & Buhovac,2014:86).

4- استغلال فرص السوق الحالية وبناء أسواق جديدة:- هناك طلب عالمي متزايد وانجذاب من قبل الناس على المصارف المسؤولة اجتماعياً وتوفر الرغبة في دفع أسعار أعلى للخدمات التي تتضمن صفات أخلاقية معينة , في ضوء ذلك أصبح من المربح بشكل متزايد أن تستهدف عروضها بطريقة تلبي الطلب المتزايد التعقيد على المستوى العالمي اذ يمكن أن تتراوح فرص الأعمال الجديدة من صديقة للبيئة وتقنيات جديدة للإنتاج وخدمات جديدة لتلبية طلبات الزبائن الجديدة والمتنامية وخدمات ميسورة الكلفة للمستهلكين الأفقر وآليات سوق جديدة لضمان التوزيع على قطاع أوسع من السوق(Turker,2009:96) .

5- تحسين القدرة التنافسية للبلد:- يمكن أن تؤثر المسؤولية الاجتماعية من خلال طبيعتها الشاملة على القدرة التنافسية لبلد ما وسكانه من خلال أوجه التآزر التي تم إنشاؤها وفرص نقل المعرفة , اذ يمكن أن تزيد من مستوى التطور التكنولوجي للصناعات المحلية وتعزز تطوير التجمعات وتعزز الابتكار في القطاعات المصرفية وتزيد من التنوع الاقتصادي للبلد من خلال البرامج التعليمية ودعم المنظمات التعليمية ويمكن زيادة توافر الموارد المحلية بالتزامن مع تعزيز مهارات القوى العاملة المحلية من خلال موازنة احتياجات الاقتصاد المحلي مع المناهج المقدمة, بالإضافة إلى ذلك يمكن أن تساعد المسؤولية الاجتماعية في إنشاء اقتصاد محلي أكثر إنتاجية وشفافية مما يوفر بيئة جذابة للمصارف الجديدة ويحفز نشاط ريادة الأعمال التنافسي(Foundation ,2006:78) .

6- الاستجابة للتحديات البيئية:- مع احتدام تأثير الأعمال على النقاش البيئي في الساحة العالمية تبدو الحاجة إلى مبادرات واضحة للمسؤولية الاجتماعية للمصارف أمراً لا مفر منه لمساعدة المصارف في الحد من الآثار البيئية السلبية وخطر العقوبات المحتملة لعدم الامتثال للقوانين واللوائح البيئية الجديدة وزيادة التأمين,بالإضافة إلى ذلك يمكن لممارسات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الداخلية أن تزيد من ربحية المصارف من خلال تنفيذ عمليات إنتاج جديدة وأكثر كفاءة وصديقة للبيئة وتقليل التلوث. أخيراً ، استجابة للطلب الدولي المتزايد على الخدمات والاستثمارات الخضراء ويمكن للمصارف أيضاً الشروع في تقديم خدمات صديقة للبيئة لزيادة حصصها في السوق أو الوصول إلى مقاولين مسؤولين بيئياً(Epstein & Buhovac,2014:80) .

سادسا:- طرائق قياس المسؤولية الاجتماعية

يمثل قياس المسؤولية الاجتماعية صعوبات كبيرة ولكنه مقدمة ضرورية لتنفيذ أي عمل تجريبي ينبغي فهم صحة وتفصيل البيانات المستخدمة في أي دراسة قبل إجراء البحث أو تفسيره, وان هناك خمس طرق رئيسية لقياس المسؤولية الاجتماعية للمصارف, يمكن تلخيص الأساليب المختلفة في المجموعات الآتية مرتبة حسب تواتر استخدامها: (1) مؤشرات السمعة (2) تحليلات المحتوى (3) المسوح القائمة على الاستبانة (4) مقاييس أحادية البعد. وكما يأتي (Galant & balboni,2010:34: (Cadez,2017:15), (Buckingham,2012:60):

1- مؤشرات السمعة

الطريقة الأكثر شيوعاً لقياس المسؤولية الاجتماعية هي من خلال مؤشرات السمعة التي تجمعها وكالات التصنيف المتخصصة والتي تشمل المؤشرات الرئيسية منها مؤشر MSC KLD 400 الاجتماعي ومؤشر السمعة لمجلة Fortune و مؤشر Dow Jones للاستدامة ومؤشر Vigeo فضلا عن هذه المؤشرات الرئيسية هناك العديد من المؤشرات الوطنية مثل مؤشر CFIE-French الفرنسي و مؤشر Respect البولندي ومؤشر CSR الكرواتي, إذ تعترف مؤشرات السمعة عادة بالطبيعة المتعددة الأبعاد للمسؤولية الاجتماعية وعلى الرغم من اختلاف عدد الأبعاد فإن الموضوعات الرئيسية متشابهة عبر المؤشرات والتي تضم (البيئة الطبيعية ، الموظفين و المجتمع (Turker,2009:90) . وتمثل المزايا الرئيسية لهذه المؤشرات في توافر البيانات (وبالتالي تقليل جهود جمع البيانات) وإمكانية المقارنة بين المصارف , ولكن هذه المؤشرات أيضا لديها العديد من نقاط الضعف منها أولاً يتم تجميعها عادةً بواسطة المصارف الخاصة التي لديها أجنادات خاصة بها ولا تستخدم بالضرورة الأساليب العلمية و فيما يتعلق بذلك غالباً ما تقدم وكالات التصنيف درجات مجمعة من المسؤولية الاجتماعية على الرغم من أن الباحثين قد يهتمون في بعض الأحيان فقط بأبعاد معينة من المسؤولية الاجتماعية, اما نقطة الضعف الثانية تتمثل في التغطية المحدودة لوكالات التصنيف للمصارف من حيث المنطقة الجغرافية حيث تغطي العديد من المؤشرات ببساطة منطقة أو دولة معينة والتغطية محدودة أيضاً من حيث عدد المصارف المصنفة, إذ عادة ما تركز المؤشرات على المصارف الكبيرة والمدرجة في البورصة وان بعض مؤشرات السمعة مثل مؤشر MSCI KLD ومؤشر Dow Jones للاستدامة تستبعد المصارف

العاملة في الصناعات التي تعد غير مستدامة مثل التبغ والأسلحة النارية والكحول وترفيه البالغين وما إلى ذلك بسبب حجمها أو موقعها الجغرافي أو الانتماء الصناعي(Foundation ,2006:78) .

2- تحليل محتوى

الطريقة الثانية الشائعة لقياس المسؤولية الاجتماعية هي تحليل محتوى الاتصالات, ويتضمن تحليل المحتوى بشكل عام تحديد التركيبات ذات الأهمية والبحث عن معلومات حول هذه التركيبات وترميز المعلومات النوعية لاشتقاق المقاييس الكمية التي يمكن استخدامها في التحليلات الإحصائية اللاحقة, و تختلف تحليلات المحتوى فيما يتعلق بعدد الأبعاد التي تم تقييمها وتطور الترميز وان هناك طريقة بسيطة نسبياً للترميز وهي عدد الكلمات أو الجمل في التقارير والمنشورات حول المسؤولية الاجتماعية المحددة قيد الدراسة (Aras & Kutlu, 2010:89) .

فإذا تم تقييم عدة أبعاد من المسؤولية الاجتماعية فيمكن تعيين درجة ثنائية لكل بُعد ومن ثم يمكن تحديد درجة متكاملة وهناك طريقة أكثر تقدماً للتفسير وهي التحديد المسبق لأبعاد المسؤولية الاجتماعية ذات الأهمية وتعيين درجات الفاصل الزمني المشابهة لمقاييس ليكرت لكل نشاط من أنشطة المسؤولية الاجتماعية قيد الدراسة , واحدة من أولى محاولات التحديد المسبق للأبعاد هي مقياس الإفصاح عن المشاركة الاجتماعية (SID) والذي شمل تقييمهم 24 من مؤشرات المسؤولية الاجتماعية مجمعة في ست فئات (البيئة ، تكافؤ الفرص ، الموظفين ، مشاركة المجتمع ، الخدمات وغيرها , وفي دراسة أحدث قام بها كلا من (Lin , Yang , 2009) بتقييم المصارف على خمسة أبعاد مختلفة للمسؤولية الاجتماعية (علاقات الموظفين ، البيئة ، علاقات المساهمين ، جودة الخدمة، العلاقات مع مقدمي الخدمات والعملاء والمجتمع) وان الميزة الرئيسية لهذه الطريقة هي المرونة للباحث حيث يمكن للباحث تحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية ذات الأهمية وجمع البيانات وعلى وفق تلك الأبعاد لاستخدامها في التحليلات الإحصائية(Peng & Yang,2014:67).

تتمثل نقاط الضعف الرئيسية في هذا النهج في ذاتية الباحث المضمنة في جميع مراحل عملية البحث من اختيار أبعاد المسؤولية الاجتماعية ذات الأهمية وجمع البيانات وتفسير البيانات وترميز البيانات وهناك عيب آخر مهم هو الإبلاغ عن التحيز, إذ تعد تقارير المسؤولية الاجتماعية تطوعية إلى حد كبير ومن ثم تفشل العديد من المصارف في الإبلاغ عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بها حتى لو كانت

تشارك فيها حتى إذا كشفت المصارف عن البيانات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية ينبغي تفسير هذه البيانات بعناية, إذ غالبًا ما تنغمس المصارف في إدارة الانطباعات لإنشاء صورة أكثر ملاءمة لشركتها من خلال التقارير المتحيزة لذلك يصعب اكتشاف هذا ما لم يكن الباحث على دراية بإجراءات المسؤولية الاجتماعية أو إذا تم تدقيق التقرير خارجيا (Foundation, 2006:78).

3- المسوحات على أساس الاستبانة

عادةً ما يتم استخدام الاستبيان عندما لا يتم تصنيف مصرف معين من قبل وكالة التصنيف والتقارير غير متوفرة أو غير كافية لتحليل محتوى ذي هدف معين في مثل هذه الحالات يحتاج الباحثون إلى جمع البيانات الأولية حول المسؤولية الاجتماعية عن طريق إرسال استبيانات إلى المشاركين المطلعين أو إجراء مقابلات معهم (Cadez & Czerny, 2016:90). الميزة الرئيسية لهذه الطريقة مماثلة لميزة تحليل المحتوى, إذ يوفر مرونة كبيرة للباحث من حيث تحديد الأبعاد وجمع البيانات حول هذه الأبعاد لكن العيب المحتمل لهذه الطريقة فضلا عن القيود العامة لبحوث المسح هو التحيز في الاستجابة وان التحيز يحدث على مستويين من المحتمل أن يحدث التحيز في الاختيار, إذ من المرجح أن تستجيب المصارف المسؤولة اجتماعياً أكثر من المصارف الأقل مسؤولية اجتماعياً (Cadez & Czerny, 2016:89). من المتوقع حدوث تحيز في المواقف حيث قد يقدم المستجيبون إجابات مرغوبة اجتماعياً على الرغم من اختلاف سلوكهم الفعلي وقد يكون أحد البدائل للتغلب على هذا العيب هو جمع البيانات من أصحاب المصلحة Epstein & (Buhovac, 2014:78).

4- مقاييس أحادية البعد

تركز الهياكل أحادية البعد فقط على بُعد واحد من المسؤولية الاجتماعية ، على سبيل المثال الإدارة البيئية أو العمل الخيري إذ تتضمن أمثلة الأنشطة البيئية بيانات الاستثمار في التحكم والتقليل من التلوث (Peng & Yang, 2014:67), ونشر استراتيجيات الحد من الكربون واستخدام التحكم البيئي في نسبة النفايات السامة المعاد تدويرها إلى إجمالي النفايات السامة المتولدة و اعتماد المعايير البيئية العالمية و تنفيذ محاسبة الإدارة البيئية وسياسات الاستدامة البيئية والأنشطة الخيرية والتبرعات والنمو في المساهمات الخيرية وسياسات الصحة العامة الخ (Gil, 2016:88).

تتمثل المزايا الأساسية للمؤشرات أحادية البعد في توافر البيانات (وبالتالي تقليل جهود جمع البيانات) وإمكانية المقارنة بين المصارف ومع ذلك فإن استخدام التركيبات أحادية البعد يمثل مشكلة من الناحية النظرية حيث أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية متعدد الأبعاد بشكل واضح وبالتالي قد تكون مصرف معينة منغمسة بقوة في بُعد واحد (مثل الموظفين) بينما تتجاهل بُعداً آخر (مثل القضايا البيئية) سيكتشف التشغيل متعدد الأبعاد عن متوسط المسؤولية الاجتماعية للمصارف بينما سيكتشف التشغيل أحادي البعد إما نسبة عالية أو منخفضة من المسؤولية الاجتماعية بينما كلاهما غير صحيح. (Gil,2016:90)

وقد تم الاعتراف مؤخراً بالمسؤولية الاجتماعية بأنها من أهم العوامل في تحديد صورة المصرف وهذا يفسر على أنها يمكن أن توفر ميزة تنافسية خاصة بعد ان أصبح أصحاب المصلحة يشكون بشأن الأسباب التي تدفع المصارف للانخراط في المسؤولية الاجتماعية مما يزيد من صعوبة فهم الباحثين والممارسين للعواقب والآثار المحددة للانخراط في أنشطة المسؤولية الاجتماعية خاصة وانها توفر العديد من الفوائد للمصرف منها زيادة المبيعات والحصة السوقية وتعزيز صورة المصرف وجذب الموظفين الموهوبين والاحتفاظ بهم بالإضافة الى خفض التكلفة وبناء ميزة تنافسية وتحسين ولاء الزبائن (Gil,2016:90) .

أما المؤشرات المستخدمة لقياس المسؤولية الاجتماعية والمعتمدة في هذه الدراسة فهي ثلاثة مؤشرات (balboni,2010:39) , (Buckingham,2012:32):-

1- مؤشر إجمالي المسؤولية الاجتماعية

تقيس هذه النسبة المقدار المخصص من صافي الربح المتحقق من نشاطات وعمل المصرف الى المجتمع , والمتمثل بالإعانات والتبرعات وتقديم الدعم المادي والعيني للعديد من النشاطات في مختلف مجالات التعليم والبيئة والرياضة والصحة ومعالجة الفقر , بالإضافة إلى المجالات والأنشطة المجتمعية الأخرى , كذلك الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة والايتم وكبار السن والمشاركة المجتمعية في دعم ورعاية المؤتمرات والندوات والمهرجانات والتعاون أيضاً مع العديد من المنظمات التعليمية والاجتماعية , اذ كلما ارتفعت هذه النسبة تبين كبر حجم المساهم به في خدمة المجتمع ودلالة على وجود الثقافة الاجتماعية والاحساس بالمسؤولية اتجاه فئات معينة من المجتمع المحلي والعالمية .



الفصل الثاني :- الجانب النظري للدراسة



تقاس هذه النسبة من خلال قسمة اجمالي الإعانات والتبرعات بشقيها الداخلية والخارجية على الإيرادات المتحققة للمصرف وكما يأتي:

$$\text{مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية} = \frac{\text{اجمالي التبرعات والاعانات}}{\text{الإيرادات}} \dots\dots\dots (1)$$

2- مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية

يقيس هذا المؤشر مقدار ما يتم انفاقه من مبالغ نقدية او نفقات عينيه في خدمة المجتمع الداخلي المتمثل بالموظفين والعاملين داخل المصرف , من اجل تمكين الموظفين من اكتساب مهارات واكتشاف وتوظيف المواهب الرائدة التي تساعد على تغيير طريقة العمل , وتمكين القوى العاملة من الازدهار الآن وفي المستقبل من خلال تقديم المعونات والعلاوات والمكافآت والمنافع , وكذلك النفقات الطبية وتدريب الموظفين وفق أفضل الخيارات الممكنة من التدريب الداخلي والخارجي ونفقات الضمان الاجتماعي والتأمين وكذلك الألبسة و تخصيص المنح للموظفين و ابنائهم للدراسة الجامعية خارج البلاد و توفير فرص توظيف لأبناء الموظفين , اذ تسمح البيئة المتنوعة والشاملة للزبائن والموظفين بالوصول إلى أقصى إمكاناتهم من خلال احترام وتقدير جميع الأفراد والسعي لاحتضان كل من الاختلافات والتشابهات , بغض النظر عن العمر أو العرق أو الجنس أو القدرة ويقاس هذا المؤشر بالمعادلة ادناه :

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الداخلية} = \frac{\text{التبرعات والاعانات الداخلية}}{\text{الإيرادات}} \dots\dots\dots (2)$$

3- مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية

هذه النسبة متكونه من قسمة الإعانات الخارجية على الإيرادات وتشمل التبرعات والاعانات الخارجية متمثلة بالمبالغ المنفقة المجتمع المحلي والخارجي , اذ واصلت البنوك الأردنية والكندية ترجمة سياساتها الاجتماعية للنهوض بالمجتمع المحلي وتوطيد العلاقات مع منظمات المجتمع المحلي والدولي , اذ اخذت المصارف على عاتقها دعم وتكثيف النشاطات والفعاليات في الاعمال والثقافة والفنون ومن اهم المجالات التي تهتم بها المصارف هو المجال البيئي دورها في نمو سوق السندات الخضراء , حيث ساعدت المزارعين على تحويل الأجزاء غير الاقتصادية أو الحساسة من أراضيهم الزراعية إلى مشاريع صديقة للبيئة , مما يساعد على تحسين البيئة والمجتمعات المحلية وتوسيع المساحات الخضراء للمجتمع و توجيه



الفصل الثاني :- الجانب النظري للدراسة



رأس المال نحو الانتقال إلى اقتصاد منخفض الكربون , كذلك دعم المجال الصحي من خلال ما تقدمه البنوك لمراكز السرطان ومراكز الطب النفسي للأطفال والمراهقين الذين يعانون من امراض عقلية وتوفير التنقيف الصحي وكذلك افتتاح منظمات الايتام , إضافة الى اهتمام البنوك من خلال دعمها للجامعات والمنظمات التعليمية والثقافية ومعالجة الفقر وكذلك الاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة و عملت المصارف الرائدة في مجال التعليم التكنولوجي لتنقيف الطلاب والبالغين لمساعدتهم على تكوين عوائد مالية وكيفية استثمارها من خلال دورات تدريبية عبر الإنترنت.

اما بالنسبة لمساهمة المصارف الكندية في خدمة المجتمع العالمي فقد شمل عمل تنفيذي داخلي في أمريكا الشمالية بشأن اللاجئين والذي سيعتمد على الخدمات المالية والتوظيف والتعليم المالي للمهاجرين الجدد وغيرها من أنواع الدعم المقدم الى الدول الاخرى.

اما المصارف الأردنية فتسهم في خدمة المجتمع الفلسطيني ورعايته من خلال دعمها للقطاع الصحي والتعليمي والرياضي بالتعاون مع المنظمات العلمية والتعليمية والخيرية في مناطق الضفة الغربية وقطاع غزة.

وتقاس من خلال قسمة الاعانات والتبرعات الخارجية على اجمالي الإيرادات وكلما كانت النسبة اكبر كلما تبين ان المصرف يملك توجه اجتماعي افضل وكما يأتي:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الخارجية} = \frac{\text{التبرعات والاعانات الخارجية}}{\text{الإيرادات}} \dots\dots\dots (3)$$

المبحث الثاني

سمعه المصرف

توطئة

تؤدي السمعة دورا مهما في نجاح المصارف او فشلها وتسهم بصورة كبيرة في توطيد العلاقات مع جميع الاطراف المؤثرة في المجتمع وتساعد في التقليل من المخاطر التي قد تتعرض لها المصارف وتكون سندا لها ولاسيما في أوقات الازمات التي تعصف بالمصارف ، اذ ان سمعة المنظمة ثروة استراتيجية ذات قيمة كبرى وأكبر الموارد وأهم الموجودات غير الملموسة، التي تسعى المصارف المتطورة إلى الحفاظ عليها لدورها الفاعل في بقائها ونموها في ظروف الازمات، كما أنها تشكل عنصر هام في نجاح المنظمات على كافة الأصعدة فالسمعة الجيدة تعد بمثابة عوننا كبيرا للمنظمة المالية في سعيها لتحقيق الأداء الأفضل وتساعد في المحافظة على استدامة هذا الأداء، وأن بناء السمعة الجيدة يعتمد على عدة عوامل تعمل مجتمعة على توطيد هذه السمعة، ومن هذه العوامل: الكفاءة التي تؤدي بها تلك المنظمة المالية أعمالها، والجودة التي تقدم بها خدماتها أو اتصالات المصرف وعلاقاته مع المجتمع ومؤسساته، والدور الاجتماعي التي تقوم به في خدمة مجتمعها.

أولاً:- مفهوم وتعريف سمعة المصرف

ان تعريف سمعة المصرف محل نقاش طويل اذ أن سمعة المصرف هي مفهوم غامض و أحد أسباب هذا الغموض هو تطبيق مفهوم سمعة المصرف من قبل العلماء في مختلف التخصصات ، اذ أن هناك ستة مناهج مختلفة لسمعة المصرف في المصادر الاقتصادية و تشمل النهج الاقتصادي والاستراتيجي والتسويقي والتنظيمي والاجتماعي والمحاسبي ، اذ ان كل من هذه التخصصات ينظر إلى السمعة بطريقة مختلفة واعتماداً على مجموعة من الضوابط (Hodoviü et al ,2001:352). فقد تمثل السمعة إشارة او صورة او علامة تجارية او هوية او موجود غير ملموس ومن الاسباب الأخرى لهذا الغموض هو عدم وجود توافق في الآراء بشأن العلاقة بين صورة المصرف وهوية المصرف وسمعته (Wilson&Gotsi,2011:120).
وندرج في الجدول (4) مجموعه من التعاريف التي تعبر عن وجهات نظر مختلفة :

الجدول (4)

اسهامات بعض الباحثين لمفهوم سمعة المصرف

ت	المصدر	المفهوم
1	(Koch et al,2000:89)	أنها توقعات المستهلك التي تتعلق بالسلوك المستقبلي لمزود الخدمة في السوق .
2	(Ferguson et al,2000:196)	تعكس السمعة في جوهرها ما يفكر فيه أصحاب المصلحة ويشعرون به اتجاه المصرف.
3	(Rindova & Kotha, 2001:122)	أنها معتقدات المشاركين في السوق حول الطابع الاستراتيجي للمصرف والسمات البارزة التي ينسبها المراقبون إلى المصرف وبما يلبي رغبات الجمهور وحسب المعتقدات الجماعية الموجودة في المجال التنظيمي حول هوية المصرف وأهميتها والرؤية الإعلامية والتفضيل الذي اكتسبه المصرف.
4	(Fombrun,2001:34)	أنها تقييمات يقوم بها العديد من أصحاب المصلحة حول قدرة المصرف على تحقيق توقعاتهم .
5	(Cravens et al, 2003:67)	هي الموجود الأكثر أهمية واستراتيجية طويلة الأجل التي يمتلكها المصرف.
6	(Rein, 2005:156)	هي ظاهرة معرفية موزعة ومبنية اجتماعياً تخلق حوافز قوية للسلوك الجيد.
7	(Rindova et al, 2007:56)	أنها التمثيل الإدراكي للإجراءات السابقة للمصرف والأفاق المستقبلية وغالبًا ما تتعلق بالأداء والنمو المالي.
8	(stockwell,2010:98)	هي الأحكام الجماعية المستقرة نسبيًا وطويلة الأجل من قبل جهات خارجية على إجراءات وإنجازات المصرف.
	et al ,2011:352) (Hodoviü)	هي عرض جماعي لأنشطة المصرف السابقة ونتائجها والتي تصف قدرة المصرف على تقديم مخرجات قيمة لأصحاب المصلحة المختلفين وتقيس الموقف النسبي للمصرف داخليًا مع الموظفين وخارجيًا مع أصحاب المصلحة من خلال المقارنة بين البيئة التنافسية للمؤسسات المالية.
9	(Dowling, 2016: 218)	هي الإعجاب والاحترام الذي يحمله الشخص لمصرف ما في وقت معين.

تمثل المعرفة والعواطف التي يمتلكها الأفراد حول مجموعة الخدمات والتي يمكن أن تكون عاملاً رئيساً في تحقيق ميزة تنافسية من خلال التمايز.	(Veh, et al, 2019:335)	10
---	------------------------	----

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر العلمية .

ومن خلال التعاريف أعلاه يرى الباحث انه على الرغم من وجود تنوع في تعريفات سمعة المصرف الا انه هناك اتفاق على أن السمعة تشير إلى الإدراك الاجتماعي مثل المعرفة أو الانطباعات أو التصورات أو المعتقدات، فهي المعتقدات أو الآراء السائدة عموماً عن شخص او مصرف أو شيء ما ، وان الزبائن يلاحظون أن التجربة الشخصية تستند إلى استخدامهم لخدمات المصرف والتفاعل مع جودة ممثلي المصرف والخدمات عبر الإنترنت وغيرها من الخدمات ذات الصلة والمساعدة التي تؤثر على تصوراتهم عن المصرف من منظور أصحاب المصلحة المتعددين ، وأن الزبائن الراضين والمخلصين والملتزمين ينخرطون في اتصالات شفوية إيجابية من خلال مشاركة تجاربهم مع الآخرين حول المصرف وتقل رغبتهم في التعامل مع المصارف الأخرى، وبالتالي خلق قيمة إيجابية مدركة للزبائن من خلال تطوير الثقة والحفاظ على علاقة راسخة مع الزبائن ولذلك فإن سمعة المصرف هي التقييم الشامل للمصرف من قبل الزبائن بناءً على ردة الفعل العاطفية سواء كان جيداً ام سيئاً ام ضعيفاً ام قوياً تجاه خدمات المصرف وأنشطة الاتصال والتفاعلات مع المصرف او اتجاه اسم المصرف و أنشطته المعروفة للزبائن والمستثمرين والموظفين .

ثانياً:- السمات الأساسية للسمعة

يحتاج المصرف إلى إدارة العلاقات طويلة الأجل مع الزبائن بدلاً من محاولة التلاعب بالسمعة من اجل الخدمات قصيرة الأجل ، اذ ان السمعة اذا كانت سطحية يمكن أن تتضرر بسهولة من خلال السلوكيات التنظيمية في حين أن العلاقات بين المصرف وأصحاب المصلحة هي الحجر الاساس للسمعة لأن تنمية علاقات الجودة تتطلب تفانيًا طويل المدى من كلا الطرفين ، لذلك فإن هناك مقومات لا بد من توفرها لاستمرار وديمومة السمعة المصرفية وهي كما يأتي (Fombrun, 2000:35) و (Omazić & Aleksić , 2019:319) :

- 1- من الصعب تكوين سمعة جيدة والحفاظ عليها أو اصلاح سمعة تالفة في حين أن السمعة الطيبة من السهل فقدانها أو إتلافها.
- 2- السمعة كموجود غير ملموس.

- 3- تمثل السمعة كماً كبيراً من أنشطة المصرف المختلفة.
- 4- لا ينفصل مفهوم السمعة عن سياق العرض التنافسي.
- 5- هي آلية يتخذ من خلالها أصحاب المصلحة الذين غالباً ما لا يكونون على دراية كافية بالأنشطة العامة للمصرف واتخاذ قرار بشأن ثقة المصرف.
- 6- تمثل رأس مال التواصل والعلاقات.
- 7- هي بناء اجتماعي نتيجة للإدراك.
- 8- تصور متبادل لجميع أصحاب المصلحة.
- 9- هي بناء قابل للمقارنة.
- 10- لها طابع ثنائي: إيجابي أو سلبي.
- 11- ليست متقلبة.
- 12- لها فوائد ملموسة وغير ملموسة.

ثالثاً:-المبادئ الأساسية لإدارة السمعة

- هناك خمسة مبادئ لإدارة سمعة المصرف الناجح اذ أن هذه المبادئ تشير إلى مدى أهمية الدور الذي يؤديه الاتصال في إدارة السمعة الناجحة وكما مبين ادناه (Yang,2005:90):-
- 1- مبدأ التميز:- تنتج سمعة قوية عندما يمتلك المصرف مكانة مميزة في أذهان الزبائن.
 - 2- مبدأ التركيز:- تنتج السمعة القوية عندما تركز المصارف إجراءاتها واتصالاتها حول موضوع أساسي واحد.
 - 3- مبدأ التناسق:- ان السمعة القوية تنتج عندما تكون المصارف متنسقة في أعمالها واتصالاتها مع جميع أصحاب الموارد.
 - 4- مبدأ الهوية:- السمعة القوية تنتج عندما تتصرف المصارف بطرائق تتفق مع مبادئ الهوية التي تتبناها.



5- مبدأ الشفافية:- السمعة القوية تنشأ عندما تكون المصارف شفافة في طريقة إدارة شؤونها اذ ان الشفافية تتطلب اتصالاً فعالاً.

رابعاً:- أبعاد السمعة

تتضمن المصادر المالية نقدًا لألية قياس سمعة المصرف والعناصر التي تتكون منها اذ تفتقر المصادر إلى الإجماع على مفهوم السمعة وأبعادها ،ومع ذلك تم إنشاء عدد من الاليات لأبعاد السمعة ، اذ حدد (Schwaiger, 2004:67) (Eidson and Master, 2000:90) ثمانية أبعاد هي التي تكون السمعة متمثلة بما يأتي :

1. بالاستثمار طويل الأجل .
2. السلامة المالية .
3. الاستخدام الحكيم لموجودات المصرف .
4. جودة الإدارة .
5. جودة الخدمة .
6. الابتكار .
7. القدرة على جذب الأشخاص الموهوبين والتواصل والاستجابات البيئية.

اما (Chahal& Kumari,2014:34) فقد أكد على عنصرين رئيسيين هما:

أ- سمعة العمل والتي تشمل جوانب مختلفة من سمعة المصرف المتعلقة بالوكلاء والزبائن والمستثمرين والمختصين الذين يبدو أنهم مرتبطون ارتباطاً وثيقاً بأنشطة وعمليات المصرف مثل الزبائن أو الموردين أو المدراء أو الموظفين.

ب- السمعة الاجتماعية وهي نتيجة رؤى وتصورات أصحاب المصلحة الآخرين الذين ليسوا قريبين جداً من الأنشطة التجارية اليومية للمصرف ، أي المستثمرين والمجتمع ككل.

على وفق (Fombrun et al, 2000:78) فان السمعة هي بناء متعدد الأبعاد يتكون من ستة أبعاد تحدد تصورات الزبائن والمستثمرين والمختصين حول سمعة المصرف تشمل هذه الأبعاد ماياتي:-
(Walsh et al,2009:230):

- الجاذبية العاطفية .
- الخدمات .
- الرؤية .
- القيادة .
- المسؤولية الاجتماعية والبيئية .
- بيئة مكان العمل والأداء المالي.

ومن الابعاد الأخرى للسمعة والتي تم الاتفاق عليها من قبل اغلب الباحثين ما يوضحها (Ruiz, et al 2014:262), اذ حدد مجموعة من الابعاد وكما يلي:-

1- العرض

ان الامتداد المعرفي للسمعة يظهر جاذبية عرض الخدمات في معظم الدراسات كأهم سمة لسمعة المصرف، خاصة من منظور الزبائن اذ يتمتع المصرف بسمعة طيبة إذا اعتقد الزبائن أن خدماته ذات كفاءة جيدة. و يعد عرض الخدمة بجودة عالية عاملاً أساسياً للسمعة لأنه يسمح بإظهار المصداقية واكتساب ثقة أصحاب المصلحة (Vitezic, 2011:100) ، وقد اقترح كلا من (Lewis and Soureli, 2006:34) أن تقييم هذا البعد في القطاع المصرفي والمتعلق بالجودة وتنوع الخدمات وشروط البيع مهم جداً لدرجة أنه قد يلقي في النهاية بهالة التأثير على الأبعاد الأخرى لسمعة المصرف.

2- رعاية الزبون

يظهر البعد الذي يعرض الجوانب المتعلقة بخدمة الزبائن والتفاعلات مع الموظفين أهم بعد في تحليل السمعة المصرفية بين الزبائن. وان معظم النماذج العامة لا تدمج هذا البعد نظراً لأن دراساتهم تشمل الزبون الذي لم يكن له علاقة مباشرة أبداً بالمصرف، والذي لا يمكنه إجراء تقييم شخصي للجوانب المتعلقة بخدمة الزبائن مثل الود ومهارات الموظفين (Nguyen, 2010:67). ووفقاً لـ (Hardaker and Fill 2005:35), اذ تصبح خدمة الزبائن مكوناً رئيسياً لتطوير هوية وسمعة مؤسسات الخدمات اذ يتم هنا الاهتمام حقاً وتولد العلاقات بين المصرف والزبائن.

3- الابتكار

تعد قابلية ادارة المصرف على الابداع والابتكار بكل النواحي بُعدًا ذا أهمية متزايدة اذ ترتبط الروح الابتكارية بهوية المصرف وبالتالي هي تعد البذرة لعملية تكوين وبناء السمعة، فعندما يقدم المصرف خدمات جديدة بطريقة مبتكرة وناجحة فأن ذلك سيعزز أهميته بين الزبائن و ميولهم الإيجابية تجاه المصرف (Henard and Dacin,2010:34).

4- العلامات التجارية لصاحب العمل

ان بُعد العلامة التجارية لصاحب العمل يشير إلى التصورات التي لدى الزبائن حول كيفية تعامل المصرف والمدراء مع الموظفين وحماية مصالحهم ، بالإضافة إلى توقعات الزبائن حول كفاءة الموظفين اذ يحدد الدور الاستراتيجي لهذا البعد كحامي لسمعة المصرف بينما يؤكد أن الطريقة التي تتعامل بها إدارة المصرف مع الموظفين تؤثر على تصورات بقية الزبائن والمستثمرين اذ ان التدريب العالي الأداء والمستند إلى جاذبية المواهب والتزام العمال يعد بمثابة إشارات يتم إرسالها إلى الخارج من قبل المصرف من أجل خلق انطباع جيد عن كادر العمل وبالتالي تتحسن السمعة(Lewis and Soureli ,2006:34).

5- النزاهة

يُفهم بُعد النزاهة على أنه درجة المسؤولية والشفافية والأخلاق والصدق التي تمارسها المصارف والتي تشكل المبادئ الرئيسة لزيادة السمعة بين أصحاب المصلحة (Vitezic, 2011:56) و يتم تحليله أيضًا كمؤشر لأبعاد أخرى في النماذج المحددة ،اذ يسلط المدراء الضوء على موقف إدارات المصارف كواحد من أكثر العوامل تأثيرًا في سمعة الأعمال ، بالإضافة الى انه تم تحديد سوء السلوك والافتقار إلى الشفافية باعتبارهما السببين الرئيسيين للأزمة الاقتصادية المالية العالمية. وبالتالي يمكن القول إن النزاهة التي تمارسها ادارات المنظمات المالية تشكل الآن أكثر من أي وقت مضى بُعدًا حاسمًا للتصورات لدى الزبائن بشأن المصارف (Delgado et al, 2008:67).

6- القيادة

أشارة إلى الإجراءات التي يقوم بها مدراء المصارف فإن المهارات المتوقعة من القائد الجيد قد تغيرت ولم تعد تعتمد على التميز المهني والصدق، ولكن تعتمد على المهارات القيادية والكاريزما والتي تمثل الجاذبية الرئيسة لقائد المصرف الذي يعد أحد الموجودات غير الملموسة في أنه يمكن أن يكون أكثر قوة من

خلال تنفيذ عملية إدارة القيادة التي تعمل على تعزيز سمعة كبار المسؤولين التنفيذيين ونقلها إلى المصرف بعملية "نقل السمعة" من القائد إلى المصرف (Lewis and Soureli, 2006:34).

7- الموثوقية والقوة المالية

يشير هذا البعد إلى القدرات التي يتعين على المصرف ان يحقق منافع منها من أجل ضمان بقاء الأعمال ونموها وكذلك لضمان ودائع الزبائن في حالة المصارف التجارية اذ ان المؤشرات الاقتصادية الإيجابية تهيئ الجمهور لتقييم أكثر إيجابية للمصرف لأنها تحدد هيمنة القطاع ومكانته اذ ستقود الربحية العالية للمصرف في الماضي الوكلاء الاقتصاديين إلى توقع خلق قيمة عالية في المستقبل من شأنها أن تفضل توقعاتهم بشأن تلبية مطالبهم فضلا عن تعزيز سمعة المصرف (Lease et al, 2000:36) ، اما الجمهور غير المطلع مثل المستهلكين فيتم استخدام مؤشرات مختلفة من أجل التوقعات عن الصحة الاقتصادية للمصرف مثل موقف المصرف بالنسبة لمنافسيه وقوته أو ملاءته و الاعتراف بها في جميع أنحاء العالم أو آفاقها المستقبلية، وهذا النوع من المعلومات يستخدم أكثر من مؤشرات الربحية للمنظمة المالية اذ يعكس موثوقيتها بين الجمهور الذي لا يتم إبلاغه إلى حد كبير بل يستشعر ان هذه المعلومات من الإعلانات والكلمات الشفهية التي تتلقاها المنظمات (Khurana ,2002:120).

8- النشاط الاجتماعي

يشمل البعد المتعلق بالعمل الاجتماعي للمصارف الانشطة الاجتماعية والخيرية والبيئية فهو مفهوم ذو أهمية متزايدة في ذهن أو مشاعر المستهلكين الذين يرغبون في رؤية المصارف تعمل بصورة مسؤولة اجتماعيا وبالتالي فإن الإجراء الاجتماعي الجيد المستمر والمكيف مع السياقات المؤسسية المختلفة من شأنه أن يعزز سمعة المصرف اذ أن رسائل العمل الاجتماعي قد تخفف من الآثار السلبية للأزمة المالية في تصورات المستهلكين بنفس الطريقة التي تمكنت في الماضي من استعادة صورتها بها مثل منظمات النفط والتبغ من خلال الترويج لمشاريع العمل الاجتماعي (Khurana ,2002:123).

9- الرضا والثقة

تعد الأبعاد العاطفية الرضا والثقة سوابق للسمعة اذ يتمتع الزبائن بتجارب مباشرة مع المنظمة والتي تمكنهم من مقارنة الصورة التي لديهم عنها وتكوين سمعة العمل وبهذه الطريقة يعد المستوى الأعلى أو الأدنى من الثقة والرضا عن الخبرات المباشرة وغير المباشرة للزبائن مع المصرف ودرجة الثقة المكتسبة والتي تعتمد حصرياً على ثقة أصحاب المصلحة (Giogia et al, 2000:98).

خامسا:- مخاطر السمعة

ان المؤسسات المصرفية تعمل وسط مجموعه متنوعه من المخاطر التي تهدد وجودها واستمراريتها من جهة وتطورها من جهة أخرى , فمخاطر السمعة تنتج عن المخاطر الناشئة عن الفشل في التشغيل السليم للمصرف بما لا يتماشى مع الأنظمة والقوانين الخاصة بذلك، والسمعة عامل مهم لأي مصرف , إذ ان طبيعة الأنشطة التي تؤديها المصارف تعتمد على السمعة الحسنة لدى المودعين والزبائن لذلك ترتبط مخاطر السمعة في الخدمات المصرفية والمالية بإمكانية الخسارة في قيمة الاستثمارية للوسيط المالي , أي القيمة المعدلة حسب المخاطر للأرباح المستقبلية المتوقعة، فقد تنعكس خسائر السمعة في انخفاض الإيرادات التشغيلية (De Fontnouvelle,2006:90) ،ويتحول الزبائن والأطراف التجارية المقابلة إلى المنافسين , وان زيادة الامتثال والكلف الأخرى المطلوبة للتعامل مع مشكلة السمعة بما في ذلك كلف الفرصة البديلة وهي زيادة المخاطر الخاصة بالمصرف التي يراها السوق , إذ غالبًا ما ترتبط مخاطر السمعة بالمخاطر التشغيلية على الرغم من وجود فروق مهمة بين الاثنتين (Demsky,2003:67), وعلى وفق Basle II ترتبط المخاطر التشغيلية بالأشخاص (الاحتيال الداخلي والزبائن والخدمات والممارسات التجارية وممارسات التوظيف والسلامة في مكان العمل), والعمليات والأنظمة الداخلية والأحداث الخارجية (الاحتيال الخارجي أو تلف الموجودات أو فقدانها والقوة القاهرة)، إذ لا يتم اعتبار المخاطر التشغيلية على وجه التحديد لتشمل المخاطر الاستراتيجية والتجارية أو مخاطر الائتمان أو مخاطر السوق أو المخاطر النظامية أو مخاطر السمعة (Walter,2006:26), لقد تم استبعاد مخاطر السمعة من المخاطر التشغيلية من منظور تنظيمي إذ تشمل مخاطر السمعة على مخاطر الخسارة في قيمة الامتياز التجاري للمصرف الذي يمتد إلى ما بعد الخسائر المحاسبية المتعلقة بالأحداث وينعكس في انخفاض مقاييس أداء حصته (Vitezic, 2011:110) , إذ تعكس الخسائر المتعلقة بالسمعة انخفاض الإيرادات المتوقعة أو ارتفاع كلف التمويل والتعاقد لذلك تعتبر مخاطر السمعة من المخاطر التي تواجه المصارف دون غيرها مما يضيف الى معادلة الربحية والسيولة عاملا إضافيا في كيفية الحفاظ على ثقة الزبائن , وترتبط مخاطر السمعة بدورها بالموقع الاستراتيجي للمصرف وتنفيذها واستغلال تضارب المصالح والسلوك المهني الفردي وأنظمة الامتثال والحوافز والقيادة وثقافة المصرف السائدة , إذ عادة ما تكون مخاطر السمعة نتيجة لعمليات الإدارة بدلاً من الأحداث المنفصلة , وبالتالي تتطلب مناهج للتحكم في المخاطر تختلف جوهريًا عن المخاطر التشغيلية (De Fontnouvelle,2006:94).

و لذلك قد يحدث ما يؤثر على السمعة و يؤدي إلى انخفاض نقدي يمكن تحديده في القيمة السوقية للمصرف بعد طرح القيمة الحالية للكلف المباشرة والمخصصة مثل الغرامات والعقوبات والتسويات بموجب دعاوى مدنية من خسارة القيمة السوقية (Giogia et al,2000:98)، ويمكن أن يُعزى الرصيد إلى التأثير على سمعة المصرف وبالتالي فإن المنظمات التي تروج لنفسها على أنها واضعة للمعايير ذات السمعة الطيبة سوف تميل إلى التعرض لخسائر أكبر في السمعة من جانب المصارف التي اتخذت مكانة أقل أي أن خسائر السمعة المرتبطة بأحداث متطابقة قد تكون شديدة الخصوصية للمصارف الفردية (Walter,2006:26).

سادسا:- التمييز بين سمعة المصرف و الهوية والصورة وراس مال السمعة

اعتمادًا على وجهات نظر مختلفة ناقش بعض الباحثين بأن السمعة هي مفهوم متميز وأكدوا على ارتباط السمعة بمفاهيم مماثلة مثل الصورة والهوية وغيرها من المصطلحات وبالطريقة التالية(stockwell,2010:67):-

1- هوية المصرف

لا يمكن النظر للهوية على أنها صورة المصرف التي يحتفظ بها أصحاب المصلحة الداخليون (أي الموظفون) ولكن بدلاً من ذلك يمكن اعتبارها الجوهر أو الشخصية الأساسية للمصرف (Melewar & Jenkins,2002:54), أي أن الهوية هي تمثيل للمصرف يعادل وضعه الحالي فهو لا يتطابق مع المصرف، بل هو هوية المصرف اي ما هو المصرف في الواقع اذ تم وضع الأساس لمفهوم هوية المصرف وتم تطويره مؤخرًا في مجال دراسات السمعة بواسطة (Fombrun and van Riel,2004:166), اذ صرحا أنه يتكون من:-

- أ- الميزات التي يعتبرها الموظفون أساسية للمصرف.
- ب- الميزات التي تجعل المصرف مميزا عن المصارف الأخرى (في نظر الموظفين).
- ت- الميزات التي تدوم أو تستمر والتي تربط بين الحاضر والماضي والمستقبل.

وإن فكرة السمات المركزية الدائمة للمنظمات التي تجعلها مميزة عن المنظمات الأخرى تتوازي بل وتكرر الأطر في مجال الثقافة التنظيمية، اذ ان في المصادر الثقافية يُنظر إلى المصرف على أنه مجموعة من الرموز المادية والسلوكية والأنظمة المقابلة للمعتقدات والقيم والافتراضات الأساسية والكامنة (stockwell,2010:98), و نظرًا للتاريخ الغني بالبحوث حول ثقافة المصرف ورمزيته لذلك لا بد من وضع تصور لهوية المصرف كمجموعة من الرموز (Barnett,etal , 2006:29) كما هو موضح في الشكل (2).

2- صورة المصرف

ان التعامل مع صورة المصرف على أنها انطباعات عامة للمراقبين عن مجموعة الرموز المميزة للمصرف سواء كان ذلك المراقب داخلياً أو خارجياً للمصرف لذلك فإن الصورة هي "ما يتبادر إلى الذهن عندما يسمع المرء الاسم أو يرى الشعار لمصرف معين , اذ يعد الانتقال من الهوية إلى الصورة إحدى وظائف العلاقات العامة والتسويق والعمليات التنظيمية الأخرى (Melewar & Jenkins,2002:54).

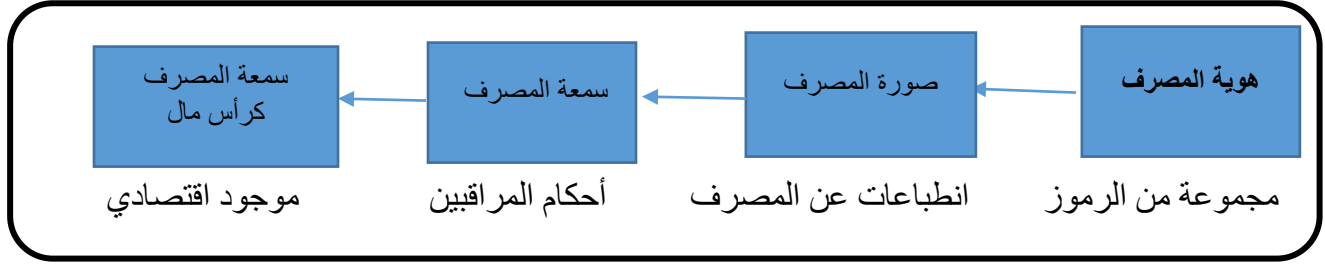
والتي تحاول تشكيل الانطباع لدى الناس عن المصرف و يمكن أن تتشكل الصورة ولكن لا يتحكم فيها المصرف لأن هناك عوامل مثل التغطية الإعلامية واللوائح الحكومية والمراقبة وديناميكيات الصناعة والقوى الكلية الأخرى تؤثر على انطباعات المصرف (Martin, 2002:67).

3- سمعة المصرف

ان سمعة المصرف هي الأحكام الجماعية للمراقبين للمصرف بناءً على تقييمات الآثار المالية والاجتماعية والبيئية المنسوبة إلى المصرف بمرور الوقت , و قد يكون الحكم متجزئاً في تصورات هوية المصرف وانطباعات صورتها ، ولكن غالباً ما يحدث كنتيجة لحدث مثير فقد تنشأ الأحداث الناشئة عن أفعال وأخطاء المصرف الأكثر وضوحاً (مثل الضرر البيئي أو انتهاكات حقوق الإنسان) أو الأحداث الخارجية المختلفة ، فمن المهم أن ندرك أن هوية المصرف يمكن أن تظل ثابتة بينما تتغير صورته وسمعته نتيجة لأحداث خارجية (Wei ,2002:20).

4- السمعة ك رأس مال للمصرف

مع تراكم الأحكام حول المصرف بمرور الوقت يتدفق رأس المال هذه هي جودة الأصول الاقتصادية غير الملموسة التي تُنسب غالباً إلى السمعة ، وإن دراسة سمعة المصرف تتضح بسرعة خاصة وان معظم العلماء لم يول اهتماماً كبيراً لتعريف المفهوم أو اعتمدوا على مصطلحات عامة جداً في تعريف هذا المفهوم المهم ومحاولة التقاطه بطريقة أخرى، ويمكن الاعتقاد أنه من المهم التوقف ومحاولة عزل الطبيعة الدقيقة لسمعة المصرف وتمييزها عن الهوية والصورة ورأس المال , فضلاً عن تقديم تعريف مصاغ بعناية للمفهوم (Melewar & Jenkins,2002:54) لتحقيق هذه الغاية نقدم الشكل (2):



شكل (2)

تصنيف سمعة المصرف

Source: Barnett, Michael L., Jermier, John M. Lafferty, Barbara A.,2006," Corporate Reputation: The Definitional Landscape", Accepted for publication in Corporate Reputation Review Volume 9.

في هذه العملية تم التمييز بين سمعة المصرف و الصورة والهوية والسمعة كرأس مال وغيرها من البدائل ، وعلى الرغم من النظر فقط إلى سمعة المصرف وجدنا العديد من الحالات التي تمتد إلى ما نعتبره جوانب الصورة والهوية والسمعة كرأس مال كما في الشكل (2) ، اذ تم تضمين العديد من تعريفات سمعة المصرف حرفياً جوانب هذه التركيبات الأخرى، على سبيل المثال، يتضمن تعريف (Fombrun,2001:34) الشامل لسمعة المصرف السمعة كموجود اقتصادي (السمعة كرأس مال) وتمثيل (صورة) وحكمًا (سمعة) ، بدلاً من دمج هذه الجوانب في تعريف واحد واسع لسمعة المصرف لذلك ينبغي وضع حدود متميزة بين هذه التركيبات ووضع تعريف أكثر تركيزاً لسمعة المصرف .

ويرى الباحث ان النقطة المهمة هي أن المصرف لديه العديد من الصور المختلفة ويمكن أن يكون لديه العديد من العلامات التجارية في المقابل، اذ تشير سمعة المصرف إلى الجاذبية العامة للمصرف لجميع مكوناته بما في ذلك الموظفين والزبائن والمستثمرين والمراسلين وعامة الناس، وبالتالي فإن سمعة المصرف توفق بين العديد من الصور التي يمتلكها الأشخاص عن المصرف وتنقل المكانة والمكانة النسبية للمصرف في مواجهة المنافسين.

لذلك فان الهوية هي وجهة نظر موظفي المصرف في حين أن الصورة هي وجهة نظر أصحاب المصلحة الخارجيين (وخاصة الزبائن) وان السمعة هي وجهة نظر جماعية لجميع أصحاب المصلحة فهي التراكم الفعلي للصورة والهوية.

سابعاً:- طرائق قياس السمعة

تعد السمعة ادراك غير ملموس ولا يمكن قياسه بطريقة مباشرة اذ يقدم خمسة احتمالات او طرائق قياس للسمعة وهي كما يأتي (Clardy, 2012:67):-

اولاً :- الاستبانات :- ان اعتبار السمعة بمثابة معرفة عامة أو معتقدات حول مصرف ما وبالتالي يتم القياس عادةً من خلال الاستبانات والتي تبين رضا وولاء الزبائن .

ثانياً :- نموذج Fortune للمصارف الأكثر إثارة للإعجاب في أمريكا :- اعتبار السمعة بمثابة حكم تقييمي وبالتالي قياسها يتم عادةً بواسطة عمليات تصنيف خارجية مثل نموذج Fortune للمصارف الأكثر إثارة للإعجاب في أمريكا اذ يستند هذا النموذج على تقييم (500) مصرف أمريكي من المصارف الكبرى على أساس النتائج المالية والأداء الأفضل ومعدل الدوران من قبل عينة من المديرين التنفيذيين والمحللين الماليين على وفق مقياس تتراوح درجاته بين (1-10) بالاستناد الى (8) سمات هي الابداع وجودة الادارة والاستثمار طويل الاجل وادارة الموارد والمسؤولية الاجتماعية والبشرية وجودة الخدمات والاداء المالي واستخدام موجودات المصرف.

ثالثاً:- نموذج حصة سمعة المصرف :- ويتضمن هذا النموذج إجراء استطلاع رأي لعموم المجتمع للتعرف على المصارف المرغوبة والأكثر احتراماً من قبل الافراد والاسباب الكامنة وراء ذلك بالاستناد إلى مجموعة من السمات تم تبويبها في ستة أبعاد رئيسة هي: الاعجاب العاطفي والخدمات والنتائج المالية والرؤية والقيادة وبيئة العمل والمسؤولية الاجتماعية .

رابعاً:- نموذج Clardy (2012):- في تحديد السمعة كموجود غير ملموس من بين التصنيفات المتاحة Tobin's Q أو الشهرة المحاسبية أو حقوق ملكية العلامة التجارية أو التصنيفات المماثلة التي تركز على القيمة السوقية كممثل للتصورات الخارجية (Gatzert,etal,2014 :38).

في حين يرى (Kaur& Singh, 2018:62) ان سمعة المصرف تقاس كمياً بدل من طرق القياس السابقة الذكر من خلال ستة مؤشرات وبذلك يكون هو اول باحث وضع مقاييس كمية لقياس السمعة والتي هي متغير سلوكي وتحويلها الى متغير كمي والتي سيتم اعتمادها في الدراسة الحالية ,وذلك لكونها تعكس القيمة الحقيقية لسمعة المصرف وهذه المؤشرات هي :-

1- مؤشر عمر المصرف

يأتي مظهر قاعدة الموارد السليمة والخبرة والاستقرار من طول العمر، إذ تقدم المنظمات الحديثة والجديدة ميزات تميزها عن المنظمات القديمة والقائمة إذ تمتلك المنظمات الشابة القدرة على الحصول على المزيد من فرص النمو لكنها في الوقت نفسه تظهر مستويات عالية من المخاطر مقارنة بالمصارف القديمة، وبالتالي إن العمر كمؤشر لسمعة المصرف و مع تقدم المصرف في السن ، فإنه يبيّن علاقة في أذهان الجمهور ، إذ كلما زاد الوقت الذي يستغرقه المصرف في العمل التجاري زادت فرص تكوين تصور إيجابي عن المصرف ، أي زيادة السمعة وبالتالي يشعر المستثمرون بثقة أكبر في استثمار أموالهم في المصارف القديمة لأنهم يدركون ذلك جيداً بسبب التعاملات السابقة ، وبالتالي توفر وصولاً سهلاً إلى سوق رأس المال إذ تقوم المصارف القديمة ببناء علاقات مع أصحاب المصلحة تدريجياً على مدى فترة من الوقت وتكتسب في النهاية المزيد من الدعم منهم في جميع الجوانب ، وبالتالي تواجه احتمالاً أقل للفشل المالي بمرور الوقت.

إذ يعكس عمر المصرف المعلومات التي تم الكشف عنها للسوق ككل وعندما يتم إتاحة أي معلومات للجمهور يؤدي ذلك إلى تقليل المراقبة والمزيد من الاقتناع وتشكيل تصور إيجابي عن المصرف وفي النهاية تتطور سمعة جيدة للمنظمة ذات العمر الأطول. ويحسب عمر المصرف من خلال المعادلة ادناه (Kaur & Singh, 2018:62):

عمر المصرف (بالأيام) = السنة الحالية - سنة التأسيس.....(1)

- السنة الحالية هي سنة التحليل أو سنة الدراسة الحالية.
- سنة التأسيس هي السنة التي يتلقى فيها المصرف شهادة التأسيس أو التسجيل إذ كلما انقضت المزيد من السنوات منذ تأسيس المصرف مما يعكس سمعة المصرف العالية.

2- مؤشر عمر الإدراج للمصرف

عمر الإدراج هو عدد الأشهر منذ الظهور الأول في البورصة و يمكن أن يثبت أنه إشارة سوق مهمة للجمهور لتصوير مكانة المصرف أو مصداقيته في السوق، إذ تم استخدام عمر الإدراج كمؤشر لسمعة المصرف والذي يعتمد على أول ظهور للمصرف في البورصة لتحديد السمعة خاصة انه يستغرق الأمر وقتاً لبناء السمعة ، إذ كلما كان الظهور الأول للمصرف في سوق الأوراق المالية اقدم كانت لديه أعلى سمعة من بقية المصارف وتقاس كما في المعادلة ادناه (Kaur & Singh, 2018:63):

عمر الادراج (بالأيام) = التاريخ الحالي - تاريخ الإدراج.....(2)

- التاريخ الحالي هو تاريخ التحليل او تاريخ الدراسة الحالية .
- تاريخ الإدراج هو التاريخ الذي يتم فيه بدء تداول الأوراق المالية للمصرف لأول مرة اذ يعكس العمر المرتفع للإدراج سمعة المصرف العالية.

3- مؤشر عائد المساهمين

المساهمون يتوقعون ويطمحون من خلال استثمار أموالهم تحقيق عائداً جيداً على استثماراتهم ، اذ يعمل عائد المساهمين كأساس للمستثمرين وأصحاب المصلحة الآخرين لإصدار أحكام مستنيرة حول آفاق المصرف، كما أنها تعمل كأداة مقارنة للشخص العادي للاختيار من بين مجموعة من فرص الاستثمار، اذ ان هناك عدد كبير من المصارف التي تكافح في السوق تحاول الوصول إلى المستثمر بأفضل حزمة من الرضا في شكل عائد جيد لحامل الأسهم ، اذ يستخدم المستثمرون عائد المساهمين كمعيار لمقارنة عوائد المصارف المختلفة ومن ثم اختيار الأفضل من بينها.

عائد المساهمين هو دالة للقيمة السوقية التي تستمد القيمة من سمعة المصرف ، اذ أن زيادة سمعة المصرف بنسبة معينة ستؤدي إلى زيادة بنسبه معينه في رسملة السوق اذ تُعزى الحركة الصعودية لسعر السهم مباشرة إلى سمعة المصرف، وذلك لانه لا يمكن أن تكون الحركة الصعودية في سعر السهم ممكنة إلا إذا كان المستثمرون سعداء بكسب عائد جيد على استثماراتهم و تعمل سمعة المصرف كأساس عندما يواجه المستثمرون مأزقاً أثناء اختيار مصارف متشابهة في جميع الجوانب.

السمعة لديها القدرة على خلق قيمة لحامل الأسهم اذ يمكن اكتشاف الرابط بين سمعة المصرف وعائد المساهمين على أساس منظور قائم على الموارد، اذ أن امتلاك الموارد النادرة يؤدي إلى أداء أفضل. ان الأخبار الإيجابية عن المصرف في وسائل الإعلام مثل إعلانات عن المكافأة و الأرباح و اراء المحللين والخبراء والأداء الجيد في الماضي ونمو عمليات الإقراض والاقتراض كلها تتحدث عن سمعة طيبة للمصرف ،فيأخذ المستثمرون الدليل من كل هذه الإشارات وأخيراً يزداد الطلب على الأوراق المالية للمصرف المشهور فيشير هذا الرد الذي تم الحصول عليه من المستثمرين إلى مستوى ثقتهم في المصرف ، مما يؤدي إلى ارتفاع سعر السهم. وبالتالي ترتبط السمعة بحركة أسعار الأسهم بعد ذلك فإن أسعار الأسهم المتصاعدة هي التي تولد انطباعاً إيجابياً بين جمهور المصارف، ومن ثم توجد دائرة فاضلة يقود الأداء في الماضي إلى سمعة ثابتة تؤدي إلى حركة صعودية في أسعار الأسهم، هذا بمثابة إشارة للمستثمرين المحتملين وأصحاب المصلحة الآخرين الذين يأخذون فكرة عن ارتفاع أسعار الأوراق المالية ويتوقعون تحقيق أرباح مستقبلية وبناء صورة موثوقة عن المصرف يقاس من خلال المعادلة التالية (Kaur& Singh, 2018:65):

عائد المساهمين = التغيير في سعر السهم + توزيعات الأرباح / سعر السهم في البداية.....(3)

التغيير في سعر السهم = (سعر إغلاق السهم للسنة الحالية – سعر إغلاق السهم للسنة السابقة) ÷
سعر إغلاق السهم للسنة السابقة.

اذ يشير العائد الأعلى للمساهمين إلى سمعة أفضل للمصرف.

4- مؤشر رسملة السوق او القيمة السوقية

يتأثر أداء السوق بالأداء المالي للمصرف من الموجودات الملموسة والموارد المعنوية التي يمتلكها المصرف، اذ ترتبط القيمة السوقية المرتفعة أو القيمة السوقية المنخفضة بالسمعة الطيبة اذ يعد التركيز على كسب الأرباح وتجاهل توقعات المساهمين نهجا مقيدا بينما يبدو أن الهدف المتمثل في خلق قيمة للمساهمين هو طريقة أكثر شمولاً، اذ ان رأس المال السوقي هو إجمالي القيمة السوقية للأسهم القائمة للمصرف.

فالقيمة السوقية هي انعكاس للسعر الحالي لأسهم المصرف و تمثل القيمة السوقية المرتفعة رأياً عاماً إيجابياً حول المصرف وتحدث عن قدرته على مواجهة تقلبات السوق ويُنظر إليها على أنها استثمار أقل خطورة مما يجذب المستثمرين، فالأوراق المالية للمصارف الكبيرة ذات رأس المال الاكبر يفضلها المستثمرون لأنها أكثر استقراراً وجاذبية وتتطوي على مخاطر منخفضة وسيولة أكبر ،وبذلك من المتوقع أن يكون أداء هذه المصارف أفضل بكثير في المستقبل القريب لأنها تكون لديها مواجهة سريعة لمخاطر السوق وتدفع المزيد من الأرباح ، وتضمن سلامة وسيولة الأموال بعائد جيد خاصة ان القيمة السوقية تتكون من عنصرين هما عدد الأسهم القائمة وسعر السوق، في حين أن عدداً من الأسهم القائمة يظل ثابتاً إلى حد ما إلى أن يقدم المصرف أسهماً جديدة أو يعلن عن مكافأة أو يقسم أسهمه وان هذا الجزء يخضع الى التقلب في سعر السوق بصورة متكررة، لدرجة أنه حتى خلال اليوم أو بشكل أكثر تحديداً كل ثانية قد يخضع للتغيير هذا الاختلاف يراعي التغيرات في القيمة السوقية، وبالتالي أن الأوراق المالية للمصرف الجيد تجذب المستثمرين مما يعزز الطلب على الأسهم وبالتالي زيادة سعر السهم والقيمة السوقية ،وبذلك يمكن أن تُعزى الزيادة في رؤوس الأموال في السوق إلى السمعة الطيبة للمصرف.

وبذلك فان الصلة بين سمعة المصرف ورسملة السوق تتجسد في أن سمعته في السوق تخلق قيمة للمصرف من خلال تحسين قيمته السوقية، اذ إنه يشير بوضوح إلى الأهمية المتزايدة للموجودات غير الملموسة في تفسير القيمة السوقية للمصرف، وبالتالي تتمتع المصارف ذات رؤوس الأموال الكبيرة بسمعة ممتازة وبشكل عام يشير ارتفاع رأس المال السوقي إلى مصرف أكثر قيمة اذ تتفوق المصارف ذات السمعة الطيبة على

منافسيها من خلال عرض قيمة سوقية أعلى لأنها تمتلك الجودة المميزة للتميز الذي يحسن مكانتها في السوق، ومن ثم يمكن القول إن رسملة السوق يمكن أن تكون بمثابة وكيل لسمعة المصرف. إذ يتم استخراج القيمة السوقية من خلال ضرب عدد الأسهم القائمة بسعر السوق الحالي لسهم واحد كما في المعادلة الآتية (Copeland et al. 2010:67):-

$$\text{القيمة السوقية} = \text{سعر السوق} * \text{إجمالي عدد الأسهم القائمة} \dots\dots\dots (4)$$

اذ ان سعر السوق = السعر الحالي الذي يتم تداول السهم به.

اذ تشير القيمة الأعلى إلى سمعة أفضل.

5- نسبة السعر إلى الربح

سمعة المصرف هي نتاج ما يصاحب ذلك من تصور مع الواقع ويتشكل التصور حول المصرف من خلال الخبرة السابقة ووجهات نظر الأقران والتغطية الإعلامية وتعليقات المحللين وآراء الخبراء. تتحد النتائج الفعلية للمصرف في شكل أرباح وحصص في السوق مع تصورات أصحاب المصلحة لتكوين صورتها أي سمعتها وان نسبة السعر إلى الربح هي واحدة من نتائج التقييم و التي توضح الوضع المالي الحالي للمصرف وتحدث عن آفاق النمو المستقبلية، وبشكل عام تشير نسبة السعر إلى الربح إلى مقدار استعداد المستثمرين للدفع مقابل وحدة واحدة من أرباح المصرف وتستخدم هذه النسبة سعر الاغلاق للسهم للسنة الحالية إلى توزيعات الربح والتي يتم استخراجه من خلال قسمة صافي الدخل لفترة الاثني عشر شهرًا السابقة مباشرة مقسومًا على المتوسط المرجح لعدد الأسهم العادية التي تم إصدارها خلال تلك الفترة. يستخدم هذا الإصدار من نسبة السعر إلى الربح الأرباح الفعلية أو المحققة بدلاً من الأرباح المتوقعة أو المقدرة و تعتبر نسبة السعر إلى الربح المرتفعة مؤشرًا جيدًا على الصحة المالية للمصرف، إذ إنه يشير إلى قدرة المصرف الحالية على تحقيق الربح ويتم تفسير القيمة العالية لنسبة السعر إلى الربح من قبل المستثمرين في شكل آفاق مستقبلية مشرقة، إذ يتوقع المستثمرون نمو أموالهم وأمانها في المصارف التي تظهر نسبة عالية من السعر إلى الربح ومستوى منخفض من المخاطر مرتبط بمثل هذه المصارف مقارنة بالمصارف التي لديها نسبة منخفضة من السعر إلى الربح .

فإذا كانت نسبة السعر إلى الربح عالية يشعر المستثمرون بالتفاؤل ومستعدون لإيداع أموالهم في مثل هذا المصرف، إذ أن سمعة المصرف ستكون عاملاً مهمًا في تفسير التباين في نسبة السعر إلى الربح ومن ثم استنتج أن التقييم المرتفع للسمعة يؤدي إلى ارتفاع نسبة السعر إلى الربح وبالتالي تتمتع بسمعة طيبة وتظهر

هذه السمة في صورة تقييم عالية وان نسبة السعر إلى الربح المرتفعة هي السمة غير المرئية لذلك المصرف. والصيغة المستخدمة في الدراسة الحالية هي (Ramadan,2009:71) :

$$\text{نسبة السعر إلى الربح} = \frac{P}{E} \dots\dots\dots (5)$$

اذ ان :

P هو سعر اغلاق السنة الحالية للسهم

E هو ربحية السهم ويستخرج من صافي الدخل مقسومًا على المتوسط المرجح لعدد الأسهم العادية الصادرة.

فاذا كانت P/E اصغر من 10 تتضمن الأسهم التي يتم تقييمها بأقل من قيمتها من قبل السوق وأقل كلفة.

اما اذا كانت P/E اكبر من 15 واقل من 25 فتتضمن الأسهم التي يتم التعبير عنها بقيمتها "العادلة".
في حين P/E اكبر من 25 تتضمن الأسهم المبالغة في قيمتها والأكثر تكلفة.

6- مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية

ان القيمة الاسمية للسهم هي القيمة التي يتم إصدار السهم بها مثلا دينار واحد للسهم و هي القيمة التي تمثل سعر السهم في السوق المالية اما القيمة الدفترية للسهم هي قيمة السهم المحاسبية تقارن هذه النسبة سعر سهم المصرف السوقي بقيمة السهم الدفترية P/B . وتقاس من خلال المعادلة التالية, (Phillips & Sipahioglu, 2004:120) :-

$$\text{القيمة السوقية الى القيمة الدفترية} = \frac{\text{القيمة السوقية}}{\text{القيمة الدفترية}} \dots\dots\dots (6)$$

ويمكن للمستثمر حساب القيمة الدفترية للسهم الواحد من خلال المعادلة الآتية:-

$$\text{القيمة الدفترية} = \text{اجمالي حقوق المساهمين} / \text{اجمالي عدد الأسهم}$$

اذ ان :

$$\text{حقوق المساهمين} = \text{اجمالي الموجودات} - \text{اجمالي المطلوبات}$$

و تتأثر القيمة السوقية للسهم بعدة عوامل منها:

- 1- توقعات المستثمرين لربح المصرف في المستقبل و بالتالي التنبؤ بربحية السهم.
- 2- التنبؤ بمقدار الارباح المتوقع توزيعها.
- 3- الظروف الاقتصادية و السياسية المتوقعة.

و عادة ما يداخل ضمن هذه العوامل عنصر الاشاعات و عدم الاعتماد على التحليل السليم، فضلا عن عوامل أخرى و بالإضافة للظروف العامة السائدة في السوق.

ثامنا:- العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و السمعة

ان الأنشطة التي تساهم من خلالها المصارف بشكل إيجابي في المجتمع والحياة الاجتماعية (على سبيل المثال التطوع والتبرعات) يمكن أن تؤدي إلى نتائج إيجابية من خلال تعزيز الثقة لدى الزبون ، وان المسؤولية الاجتماعية هي نوع من المشاركة المدنية التي تعزز المعتقدات المشتركة نحو التعاون بين المصرف وأصحاب المصلحة ، والتي تحدد مباشرة الأسس النظرية لرأس المال الاجتماعي (Lins et al, 2017:78).

اذ تدعم مجموعة كبيرة من الأبحاث الرأي القائل بأن المسؤولية الاجتماعية تساعد المنظمة على بناء رأس المال الاجتماعي او السمعة وتعزيز ثقة أصحاب المصلحة ،اذ تشير الدراسات في مجال التسويق والإدارة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لها تأثير إيجابي على تصورات الزبائن عن المنظمة ,اذ تؤثر على تقييمهم العام لسمعة المصرف ، وأن المسؤولية الاجتماعية تكون صورة مفادها أن المصرف ذو موثوقية ومصداقية وهي خصائص ترتبط عادةً بالجودة العالية من قبل الزبائن , بالإضافة إلى ذلك نظرًا لأن سمات مثل الجودة والموثوقية والصدق مهمة ولكن يصعب تحديدها من خلال البحث وحده لذا يُنظر إلى المسؤولية الاجتماعية على أنها استراتيجية تمايز فعالة لإنشاء طلب جديد أو فرض سعر أعلى لمنتج أو خدمة موجودة , وبالتالي توفر إفصاحات المسؤولية الاجتماعية معلومات ذات صلة بقيمة المصرف مكملة للمعلومات المالية عند التقييم, مما يؤدي إلى انخفاض في تكلفة رأس المال المساهم به، كما أن لمشاركة المصارف في المسؤولية الاجتماعية تأثير إيجابي على أداء المصرف اذ ينعكس في ارتفاع قيمة المصرف وتحقيق عوائد أعلى للسهم في سوق الأسهم (Gunn,et al ,2019:43).

المبحث الثالث

الأداء المالي للمصرف

توطئة

استخدم مصطلح الأداء المالي بالتبادل مع مصطلحات أخرى مثل "القوة المالية" و "الملاءة المالية" و "الصحة المالية" و "الاستقرار المالي" هذه المصطلحات المختلفة هي ببساطة تمثل التدابير العملية للأداء المالي , فهو مقياس لمدى قدرة المصرف على تحقيق الربح أو الإيرادات وكيفية تحقيق هذه الأرباح وخاصة فيما يتعلق بالمنظمات العاملة في الصناعة المالية مثل المصارف وطريقة الحصول على هذه المتطلبات من البيانات المالية والمتمثلة بالميزانية العمومية و الدخل و التدفق النقدي و التغيرات في رأس المال , ويمكن استخدام هذه البيانات في استخراج نسبة السيولة والملاءة و الربحية والرافعة المالية وغيرها من النسب كمعيار للأداء المالي.

أولاً:- مفهوم وتعريف الأداء المالي

ان الأداء المالي هو الحالة المالية للمصرف خلال مدة معينة والتي تشمل جمع واستخدام الأموال المقاسة بعدة مؤشرات لنسبة كفاية رأس المال والسيولة والرافعة المالية والملاءة المالية والربحية ,فهو قدرة المصرف على إدارة موارده والتحكم فيها من خلال سجلات مالية تغطي التدفقات النقدية والميزانية العمومية وخسارة الأرباح وتغيرات رأس المال التي تصبح معلومات لمديري المصارف في اتخاذ السياسة المالية المناسبة.

لذلك يحاول الباحثون إيجاد تعريف علمي وشامل للأداء المالي , إذ شهدت الدراسات السابقة تعريفه بعدة طرائق منها تعريف محايد و تعريف متطرف والى الآن لا يوجد تعريف نهائي للأداء المالي , إذ كانت هناك محاولات عديدة ولكن يبدو أن معظمها يناسب فقط موضوعاً معيناً للبحث أو الاستخدام (Laitinen,2002:56) . و يجادل (Fatihudin et al,2008:553) أنه على الرغم من النماذج المختلفة التي يمكن استخدامها لتحليل الأداء المالي لكن لا يوجد إجماع على تعريف واضح وتقدير كمي لهذا المفهوم ,بالإضافة إلى ذلك يعتقد البعض أنه لا يمكن إيجاد متغير وهدف واحد لتعريف الأداء المالي , لذلك ندرج في الجدول(5) تعريفات مستمدة من وجهات النظر الرئيسية حول الأداء المالي :

جدول (5)

اسهامات بعض الباحثين لمفهوم الأداء المالي للمصرف

ت	المصدر	المفهوم
1	(Ferguson, 2003:142)	حالة يكون فيها أداء الاقتصاد ضعيفاً بسبب تقلبات الأسعار أو عدم قدرة المؤسسات المالية على الوفاء بالتزاماتها التعاقدية.
2	(Schioppa, 2003:89)	قوة النظام المالي وقدرته على تحمل الاضطرابات والصدمات في الاقتصاد دون إفساح المجال للعملية التراكمية ومنعها من إحداث تأثير تخريبي على النظام المصرفي .
3	(Sartono ,2009:65)	شرط يعكس الوضع المالي للمصرف بناءً على أهداف ومعايير محددة.
4	(Fahmi, 2014:132)	هو تحليل يتم إجراؤه لمعرفة مدى تنفيذ المصرف للقواعد التشغيلية والمالية بصورة صحيحة.
5	(Jadi,2015:13)	حاله عدم الاستقرار المالي والتي يُشار إليها على أنه ظروف السوق المالية التي تضر أو تهدد بالإضرار بأداء المصرف المالي من خلال تأثيرها على عمل النظام المالي للمصرف.
6	(Ukhriyawati,etal,2017:251)	يمثل قدرة المصرف على إدارة موارده والتحكم فيها فهو وصف لتحقيق النجاح وتفسير للنتائج التي تحققت في مختلف الأنشطة التي تم القيام بها.
7	(Fatihudin et al,2018:553)	الوضع المالي للمصرف خلال مدة معينة والذي يتضمن جمع واستخدام الأموال المقاسة بعدة مؤشرات لنسبة كفاية رأس المال والسيولة والرافعة المالية والملاءة المالية والربحية.

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على المصادر المذكورة.

يتبين من خلال التعاريف انه يمكن القول أن الأداء المالي هي مسألة معقدة حتى عند تعريفها, اذ يجب أن يكون النهج الأكثر مرونة وحيادية ومقبول لتعريفه ويمكن تعديله ليناسب الاحتياجات الخاصة من خلال النظر في جميع التعاريف الممكنة له , اذ يمكن الاستنتاج أن هناك منظورين لتعريف مقبول ومحاييد من خلال وجهة نظر الباحث, اذ يرى ان الأداء المالي يعرف على أنه متانة النظام وكفاءة الوظائف الاقتصادية الرئيسية وغياب التهديدات أو الأضرار التي يمكن أن تضعف النظام المالي و عليه أداء المالي للمصرف فهو قياس ما حققته إدارة المصرف خلال فتره زمنية معينة, و الغرض من قياس هذا الإنجاز هو الحصول على معلومات

مفيدة تتعلق بتدفق الأموال واستخدامها بشكل فعال وكفوء فضلا عن استخدامه في تحفيز المديرين وتعزيز قدراتهم الادارية على اتخاذ القرار الأفضل.

ثانيا:- أهمية الأداء المالي

تنبع أهمية الاداء المالي بكونه يهدف إلى تقويم أداء المصارف من العديد من الزوايا وبطريقة تخدم مستخدمي البيانات ممن لهم مصالح مالية في المصرف لتحديد جوانب القوة والضعف في المصرف والاستفادة من البيانات التي يوفرها الاداء المالي لترشيد القرارات المالية للمستخدمين , كذلك يمكن المستثمرين من متابعه ومعرفة نشاط المصرف وطبيعته ,وكما يساعد على متابعه الظروف الاقتصادية والمالية المحيطة وتقدير مدى تأثير أدوات الاداء المالي من ربحية وسيولة ونشاط ومديونية وتوزيعات على سعر السهم ,ويساعد المستثمر في إجراء عملية التحليل والمقارنة وتفسير البيانات المالية وفهم التفاعل بين البيانات المالية لاتخاذ القرار الملائم لأوضاع المصارف ,ومنه فأن الموضوع الاساسي للأداء المالي هو الحصول على معلومات تستخدم لأغراض التحليل المناسبة لصنع القرارات و اختيار السهم الافضل من وقت لآخر من خلال مؤشرات الاداء المالي للمصارف(Ramadan,2009:132) .

ثالثا:- مؤشرات الأداء المالي

تتضمن مؤشرات الأداء المالي مجموعة من النسب المالية تسمح للمحلل المالي تشخيص وضعية المنظمة المالية ,وذلك بقصد التعرف على مواطن القوة والضعف ، ونظرًا لأن قياس الأداء المالي موضوع واسع وقد يمتد الى متغيرات مختلفة بحسب مستخدمى هذه المقاييس , لذلك يجب أن يكون مقياس التقييم سهل الاستخدام ومفهومًا ويساعد المستخدم في أداء تقديرات أفضل ,ولأن هذه النسب او المقاييس تعتمد بشكل أساسي على البيانات المالية فإن نتائجها تعتمد أيضًا على جودة هذه البيانات وتتأثر بالقيود المفروضة على البيانات التي تستند إليها , علاوة على ذلك تتأثر هذه النسب بمشكلة التضخم والتغيرات في قيمة النقود (Britton & Waterston, 2006:130) وفيما يلي اهم النسب المالية (Ramadan,2009:71) :-

- 1- نسب الربحية
- 2- نسب السيولة
- 3- نسب الملاءة المالية او الرافعة المالية
- 4- نسب التغطية
- 5- نسبة الكفاءة او النشاط

وان من اهم النسب المالية المستخدمة في الدراسة الحالية ما يأتي :-

1- نسب الربحية

تعكس الربحية قدرة المصرف على توليد الأرباح من مجموع استثماراته وليس لكل استثمار على حده , اذ تعتبر الربحية الهدف الأساسي و الضروري لبقاء المصرف واستمراريته وغاية يتطلع إليها المساهمون , فهي العلاقة بين الأرباح التي يحققها المصرف والاستثمارات التي ولدت هذه الأرباح, لذا نجد أن جهداً كبيراً يوجه نحو الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تحقيق أفضل عائد ممكن للمساهمين وان لا تقل قيمته عن العائد الممكن تحقيقه على الاستثمارات البديلة التي تتعرض لنفس الدرجة من المخاطرة وللربحية عدة مؤشرات تقاس بها منها ما يأتي:-

أ- العائد على الموجودات (ROA)

يقارن مقياس العائد على الاستثمار او الموجودات العلاقة بين الدخل و الموجودات التشغيلية التي تنتج هذا الدخل , اذ يوضح العلاقة بين صافي أرباح المصرف (المخرجات) ورأس المال المستثمر طويل الأجل (المدخلات) كما أنه يمثل قوة رأس المال التشغيلي لتوليد صافي أرباح التشغيل, بالإضافة إلى ذلك ينقل العائد على الاستثمار العائد على رأس المال المستثمر من وجهات نظر مختلفة للمساهمين بما في ذلك الدائنين والمساهمين، فهو مؤشر شائع لكفاءة الإدارة لأنه يقارن صافي الدخل الناتج مع القيمة الإجمالية للموجودات الخاضعة لسيطرة الإدارة , وعلى وفق ذلك فإنه يمثل مدى حسن استخدام الإدارة لموجودات المصرف وقدرته على إنشاء قيمة للمساهمين , اذ يتم إنشاء القيمة للمساهمين فقط عندما يحقق المصرف معدل عائد على رأس المال المستثمر الجديد يتجاوز تكلفة رأس المال (Copeland et al. 2000:67). علاوة على ذلك يعد هذا الإجراء أكثر دقة من غيره فهو يعتمد فقط على الميزانية العمومية (الربح) ويتم احتساب العائد على الموجودات عن طريق الأرباح قبل الفوائد والضرائب مقسوماً على إجمالي الموجودات مطروحاً منه المطلوبات المتداولة (Copeland et al. 2010:67) :

$$\text{العائد على الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{اجمالي الموجودات}} \dots\dots\dots (1)$$

يرجع استخدام صافي الربح قبل الفوائد والضرائب إلى أن النسبة تقيس عوائد جميع موردي التمويل طويل الأجل قبل أي خصومات لمصالح المقرضين وأرباح المساهمين.

ب- العائد على حقوق الملكية (ROE)

العائد على حقوق الملكية هو النسبة المستخدمة لتقييم العائد على استثمار المساهمين وهو يعكس فعالية الإدارة في تحقيق أرباح لمساهميها. إذ يدعم محللو وول ستريت استخدام هذه النسبة لأنه كلما ارتفع العائد على حقوق الملكية كان نمو إجمالي حقوق المساهمين أسرع , نتيجة لذلك سوف يرتفع سعر السهم و تعظيم ثروة المساهمين, من ناحية أخرى لا يعد العائد على حقوق الملكية مخاطرة على الرغم من أن المساهمين يهتمون بذلك بوضوح , إذ يتم احتساب العائد على حقوق الملكية من خلال صافي الدخل المتاح للمساهمين مقسومًا على حقوق المساهمين (Phillips & Sipahioglu, 2004:120):

$$\text{العائد على حق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{حقوق الملكية}} \dots\dots\dots (2)$$

ت- نسبة القوة الأيرادية

وتشير هذه النسبة إلى قدرة موجودات المصرف على تكوين الدخل التشغيلي وتقاس هذه النسبة من خلال قسمة صافي الربح قبل الفوائد والضرائب على إجمالي الموجودات وتحسب من خلال المعادلة التالية (Copeland et al. 2010:67):

$$\text{نسبة القوة الأيرادية} = \frac{\text{صافي الدخل قبل الفوائد}}{\text{إجمالي الموجودات}} \dots\dots\dots (3)$$

2- نسب السيولة

يقصد بها تلك النسب التي تقيس مقدرة المصرف على الوفاء بالالتزامات قصيرة الأجل (الخصوم المتداولة) مما لديه من نقدية و موجودات أخرى يمكن تحويلها إلى نقدية في مدة زمنية قصيرة نسبياً (الموجودات المتداولة), وتعد نسب السيولة مهمة للإدارة و الملاك او لمقترضين الذين يقدمون للمصرف قروض قصيرة الأجل ومن هذه المؤشرات ما يأتي (Ramadan,2009:71):-

أ- نسبة الرصيد النقدي

تشير هذه النسبة إلى مدى قدرة الأرصدة النقدية الموجودة في الصندوق ولدى المصرف المركزي ولدى المصارف الأخرى وأية أرصدة أخرى كالعملات الأجنبية والمسكوكات الذهبية الموجودة في المصرف

على الوفاء بالالتزامات المالية المترتبة على ذمة المصرف والواجبة التسديد في مواعيدها المحددة ويمكن التعبير عن هذه النسبة بالمعادلة التالية:

$$\text{نسبة الرصيد النقدي} = \frac{\text{نقد في الصندوق} + \text{لدى المصرف المركزي} + \text{ارصدة سائلة اخرى}}{\text{الودائع}} \dots\dots\dots (4)$$

ب- نسبة الاحتياطي القانوني

اذ تحتفظ المصارف بنسب معينة من المبالغ النقدية المتتالية من الودائع لدى المصرف المركزي وتكون على شكل رصيد نقدي دائن يحتفظ به المصرف المركزي من دون فائدة ويسمى الاحتياطي القانوني, وهذا المبلغ عرضه للتغيير تبعاً للظروف الاقتصادية, ويستخدم هذا الاحتياطي كوسيلة للتأثير في حجم الائتمان المصرفي, وان ارتفاع هذه النسبة دليل على ارتفاع قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المالية وتقاس هذه النسبة بالمعادلة التالية:-

$$\text{نسبة الاحتياطي القانوني} = \frac{\text{ارصدة لدى المصرف المركزي}}{\text{اجمالي الودائع}} \dots\dots\dots (5)$$

توضح المعادلة أعلاه أنه كلما زادت نسبة الاحتياطي القانوني زادت مقدرة المصرف التجاري على الوفاء بالتزاماته المالية المترتبة عليه، خاصة في الظروف غير الاعتيادية، وأوقات الأزمات والتي تعجز فيها الأرصدة الموجودة لدى المصارف التجارية عن سداد التزاماته المالية.

ت- النقدية الى اجمالي الموجودات

تقيس هذه النسبة نسبة الموجودات السائلة الى إجمالي الموجودات في المصرف التجاري , وزيادة هذه النسبة تعني توفر أرصدة نقدية من دون تشغيل لدى المصرف , مما يقلل العائد النهائي المتوقع ونقص النسبة عن معدلاتها النمطية يعني مواجهة المصرف التجاري لأخطار عدة مثل خطر السحب وخطر التمويل وتحسب من خلال المعادلة التالية (Ramadan,2009:72):

$$\text{نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات} = (\text{النقدية} \div \text{إجمالي الموجودات}) \times 100\% \dots\dots\dots (6)$$

3- نسب الملاءة المالية او الرافعة المالية

إن نسب الرفع المالي تبين مدى اعتماد المصرف على المديونية (الاقتراض) في تمويل نشاطه, وان كمية الدين الذي يستخدمه المصرف له تأثيرات ايجابية وسلبية, اذ كلما زادت المديونية كلما زادت احتمالية

إن يواجه المصرف صعوبات في الإيفاء بتلك الالتزامات المالية لذلك كلما زادت المديونية كلما زادت احتمالية الإفلاس، وهذا يؤدي بدوره إلى حدوث حالة من الصراع بين أصحاب المصالح الذين لديهم ادعاءات (دائنة و مدينة) بالمصرف (المالكين من جهة والمقرضين من جهة أخرى وإدارة المنظمة من جهة ثالثة) ورغم ذلك فإن المديونية تعتبر المصدر الرئيسي في تمويل نشاط المصرف ذلك انها توفر ميزة ضريبية اذ أن الفوائد المدفوعة لخدمة المديونية يصاحبها أدنى مستويات كلفة المبادلات كما انه نسبيا أسهل عند توفير هذا المصدر مقارنة بالأسهم, ومن المؤشرات التي تقيس الرافعة المالية ما يأتي:-

أ- **نسبة المديونية:-** يطلق على هذه النسبة نسبة التمويل بالاعتماد على الغير أو نسبة التمويل الخارجي, وتقيس نسبة المديونية هل لدى المصرف موجودات كافية لسداد كل ديونة فهي كمؤشر أمان للمصرف, وتقيس ذلك الجزء من الموجودات الذي تم تمويله بالديون وكلما كانت النتيجة أقل كلما كانت أفضل للمصرف وكلما انخفضت نسبة المديونية كلما قلت المخاطر المترتبة على الديون والالتزامات في المصرف ويتم إيجاد نسبة المديونية من خلال القانون التالي
(Ramadan,2009:74):

$$\text{نسبة المديونية} = \frac{\text{اجمالي المطلوبات}}{\text{اجمالي الموجودات}} \dots\dots\dots (7)$$

2- **مضاعف حق الملكية:-** تبين هذه النسبة كم دينار من اجمالي الموجودات التي تم تمويلها مقابل كل دينار واحد من حق الملكية, ويساعد مضاعف حق الملكية على فهم مقدار موجودات المصرف التي يتم تمويلها من خلال حقوق المساهمين وهي نسبة بسيطة من اجمالي الموجودات الى اجمالي حقوق الملكية, اذا كانت هذه النسبة مرتفعة هذا يعني ان الرافعة المالية مرتفعة والعكس اذا كانت منخفضة وتقاس هذه النسبة من خلال المعادلة :

$$\text{مضاعف حق الملكية} = \frac{\text{اجمالي الموجودات}}{\text{حق الملكية}} \dots\dots\dots (8)$$

رابعاً:- محددات الأداء المالي للمصرف

تستعرض هذه الفقرة العلاقة المحتملة بين الأداء المالي ومحدداته, اذ ان هناك مجموعة من النسب المالية القياسية التي يمكن استخدامها لتقييم الحالة المالية لمنظمات الخدمات المالية وهي تركز على كفاية رأس المال وعمليات الإدارة والأرباح والسيولة (المعروفة أيضاً باسم معايير CAMEL), وقد تم استخدام هذه النسب على نطاق واسع لتقييم الأداء المالي للمصارف (Doumpos et al, 2012:45). الا ان هناك دراسة في المملكة المتحدة قامت بالتحقيق في أداء تصنيفات القوة المالية من خلال استخدام معايير

CAMEL كأساس لإطار التصنيف الخاص بهم (Adams et. Al, 2003:240). فالخصائص المالية الخاصة بالمصارف التي تم اختبارها في دراستهم هي الرافعة المالية والربحية والسيولة وحجم المصرف والنمو، بالإضافة إلى ذلك يضيف ((Mao et al, 2014:90 العديد من المؤشرات المالية التي يمكن استخدامها بشكل مناسب في قياس أداء المصرف منها الربحية والرسملة والسيولة وكفاية الاحتياطي والاستثمار، ويرى بان كل هذه المتغيرات مناسبة لتقييم الأداء المالي، إذ تتم مناقشة كل محدد وارتباطه بالأداء المالي وعلى النحو التالي (Jadi,2015:58):

1- الرافعة المالية

يعد قرار التمويل أو الرافعة المالية أمرًا ضروريًا لأن هذا العامل يؤثر على مخاطر المساهمين وعائدهم والقيمة السوقية للمصرف (Pandey, 2007:189)، إذ يقيس هذا المتغير كفاية رأس مال المصرف يعد أحد المعايير المهمة لنهج CAMEL، إذ يعرف (Adams et al, 2003:56) الرافعة المالية كعامل محدد يعكس قدرة المصرف على الدخول في استثمارات جديدة دون التسبب في ضغوط مالية على رأس ماله ، وهم يجادلون بأن الرافعة المالية المرتفعة ستزيد من احتمالية حدوث آثار سلبية للتغير في أداء الاككتاب في النهاية سيؤدي ذلك إلى إضعاف قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته اتجاه الزبائن والمستثمرين.

من المثير للاهتمام أن العديد من الدراسات تظهر نتائج متناقضة للعلاقة بين الرافعة المالية والأداء المالي بعضها تشير إلى وجود علاقة إيجابية بين الرافعة المالية و الأداء المالي ،ففي هذه الحالة يحقق المصرف فوائض تتمثل في الفرق بين معدل العائد على مجموع الموجودات ومعدل العائد على حقوق الملكية وهذه الفوائد سوف تعود للمساهمين، بينما أشارت العديد من الدراسات الأخرى إلى وجود علاقة سلبية ، إذ تخفض من عائد المساهمين بالمقارنة مع العائد على الموجودات وذلك عندما تفشل المصارف في استثمار الأموال المقترضه، أي ان معدل العائد على الموجودات يكون اقل من تكلفة الأموال المقترضة Zeitun & (Tian, 2007:35)، ومع ذلك فإن قياس الرافعة المالية الخاصة بكل مصرف يعتمد على نظرية المقايضة لهيكل رأس المال والتي قد لا تكون مناسبة لتقييم أداء تصنيف القوة المالية للمصرف، إذ أن المصرف ذو الرافعة المالية العالية قد لا يكون قادر على الوفاء بالتزاماته المالية أثناء وقوع حدث اوخسارة معينه وبالتالي وجود علاقة سلبية بين الرافعة المالية وأداء المصرف المالي.

في حين يُفترض (Burca & Batrinca,2014:136) أن المصارف ذات الرافعة المالية المنخفضة سيكون لديها احتمال أكبر للحصول على درجة تصنيف أعلى في هذه الحالة يُفترض أن الرافعة المالية مرتبطة ايجابا بأداء المصرف المالي.

2- الربحية

هناك العديد من الطرائق لقياس الربحية ولكن يجب أن يكون قياسها متوافقاً مع التطبيق, إذ ان الربحية هي أحد المحددات الرئيسية في تقييم أداء المصرف ففي التمويل يمكن قياس الربحية باستخدام العائد على رأس المال المستثمر أو العائد على حقوق الملكية أو العائد على الموجودات (Nguyen ,2006:29), إذ تعتبر الربحية مقياساً لتقييم كفاءة الاستثمار وقدرة الإدارة على التحكم في النفقات وأسعار الفائدة و تظهر علاقة إيجابية بين الربحية وأداء المصرف, بالتالي فإن المصرف الأكثر ربحية سيكون لديه مخاطر إفسار أقل وأداء مالي أعلى ، إذ يُفترض أن المصارف ذات الأرباح الأعلى لديها احتمالية أكبر للحصول على درجة تصنيف أعلى.

3- السيولة

هي توفر النقد في المستقبل القريب بعد الوفاء بالالتزامات المالية خلال مدة محددة, إذ أن السيولة لها تأثير كبير على الأداء المالي للمصرف, إذ تسمح السيولة العالية للمصرف بالتعامل مع الحالات الطارئة غير المتوقعة والوفاء بالتزاماته المالية, إما في البيئة المالية يشير المصرف ذات السيولة العالية إلى قدرة أفضل على دفع الالتزامات ووضع مالي أقوى (Shiu ,2004:93). مما سيزيد من فرصه الحصول على درجة تصنيف أفضل ولذلك يُفترض أن المصارف ذات السيولة العالية لديها احتمالية أكبر للحصول على درجة تصنيف أعلى إذ يستنتج أن السيولة مرتبطة بشكل إيجابي بالاداء المالي (Jadi,2015:58).

4- حجم المصرف

هناك علاقة إيجابية بين حجم المصرف والأداء المالي والتي ترجع إلى كفاءة تكلفة التشغيل من خلال زيادة المخرجات وتقليل الكلف, إذ أن حجم المصرف يميل إلى أن يكون مرتبطاً بشكل إيجابي بالاداء المالي إذ ان المصارف الأكبر لديها الوسائل للحصول على الخبرة الإدارية واقتصاديات الحجم وتصور أوضاع سوق أفضل وسمعة عامة جيدة (Fenn et al ,2008:85). و اكد (Kartasheva & Park, 2012:120) إلى أن المصارف الأكبر حجماً تتمتع بأداء مالي أفضل وأنها أكثر قدرة على المنافسة من المصارف الأصغر لذا يمكن القول بان هناك علاقة إيجابية بين الحجم والأداء المالي .

الأداء المالي يعد مثارا للجدل بين الباحثين اذ يرى البعض منهم ان وضع النمو القوي (Cole et al, 2011:90) دلالة على أن الزبائن والمتعاملين مع المصرف واثقون من القوة المالية للمصرف, وبالتالي تقليل عدم اليقين. وفي دراسات اخرى اقترح (Adams et al, 2003:187) أن النمو الإيجابي في الفائض السنوي يمكن أن يشير إلى وضع مالي ملائم مما قد يؤدي إلى أداء وتدفق نقدي أقوى في المستقبل وقيمة اقتصادية أعلى (Eling & Schmeiser, 2010:150).

6- هيكل رأس المال

هو احد العوامل التي تحدد أداء المصرف اذ يشير هيكل رأس المال إلى نسبة تمويل الديون وحقوق الملكية و يجب أن يكون هناك هيكل رأسمالي مناسب يولد أقصى ربح للمنظمة , اذ أن التمويل الأقل من رأس المال يزيد من سيطرة المالكين إلى حد كبير اذ درس تأثير هيكل رأس المال على الأداء المالي لـ 180 مصرف مدرجة في بورصة اسطنبول للأوراق المالية في تركيا خلال المدة من 2004 إلى 2013. وتناول متغيرين تابعين ROA و ROE وتوصل إلى أن الدين طويل الأجل و إجمالي الدين له آثار سلبية كبيرة على مقاييس الأداء المالي حسب العائد على الموجودات ,في حين أن هذه النسب كانت غير ذات دلالة إحصائية على الأداء المالي الذي تم قياسه بواسطة العائد على حقوق الملكية .

لذلك أن نسبة الدين إلى حقوق الملكية لها تأثير إيجابي على الأداء المالي, في حين أن الدين طويل الأجل إلى إجمالي الموجودات والدين قصير الأجل إلى إجمالي الموجودات له تأثير سلبي على أداء المصرف المالي (Eling & Schmeiser, 2010:152).

خامسا:- العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و الأداء المالي للمصارف

ان العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و الأداء المالي تتم من خلال النماذج والنظريات التي تقدم الأساس المنطقي للتأثيرات الإيجابية والسلبية التي قد تحدثها المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي ,وقد تم اقتراح أن المسؤولية الاجتماعية قد يكون لها تأثير على الأداء المالي (Margolis & Walsh, 2001:189) وقدمت عدة نماذج ونظريات لشرح هذا التأثير, اذ تعتبر العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية و الأداء المالي أمراً أساسياً وفهم هذه النظريات ضروري لذلك سيتم استكشاف النماذج والنظريات المركزية المتعلقة بالعلاقة بين المتغيرين وكما يلي (Marom,2010:2):-

1- **فرضية المقايضة :-** تشرح التأثير السلبي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي, إذ ان الأنشطة المستجيبة اجتماعياً مثل الأعمال الخيرية وحماية البيئة وتنمية المجتمع قد تستنزف جزء من رأس المال والموارد الأخرى من المصرف مما يجعلها في وضع غير موات نسبياً مقارنة بالمصارف التي هي أقل نشاطاً اجتماعياً, ومن ثم فإن المستويات الأعلى من الأداء الاجتماعي للمصرف قد تخفض من أدائه المالي مقارنة بمنافسيه و يؤكد النموذج على كلف إنتاج المخرجات الاجتماعية والتي تقلل بالتالي الربحية, وعلى وفق هذه الفرضية يتم خصم الكلف الإضافية التي ينطوي عليها تحقيق مستوى أعلى من المسؤولية الاجتماعية من صافي الربح وبالتالي تقليل مستوى الربح ومؤشرات الأداء المالي الأخرى (Marom,2010:30).

2- **نظرية أصحاب المصلحة للمصرف:-** هذه النظرية مفيدة في فهم بعض النماذج المتعلقة بالتأثير الإيجابي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي, إذ تم تعريف صاحب المصلحة على أنه "أي مجموعة أو فرد يمكنه التأثير أو يتأثر بسلوك المصرف (Hillman & Keim, 2001:126) ضمن هذا التعريف تشمل المجموعات النموذجية التي يشار إليها باسم أصحاب المصلحة الزبائن والموظفين والموردين والمجتمعات المحلية والحكومات والمساهمين وحتى البيئة, إذ اقترحت نظرية أصحاب المصلحة أن المصارف يجب أن تنظر إلى ما هو أبعد من تعظيم الربح لمساهميها, وأن تأخذ في الاعتبار مجموعات أصحاب المصلحة الآخرين ويمكن لأصحاب المصلحة الذين يرتبط بهم المصرف المطالبة بشرعية الاهتمام بالمصرف وعمله من خلال تأثيره على البيئة (Preble, 2005:23).

3- **إدارة أصحاب المصلحة:-** أدت نظرية أصحاب المصلحة إلى الاعتراف بضرورة توجيه الاهتمام الإداري إلى توقعات أصحاب المصلحة لمنع التأثير السلبي وتعزيز التأثير الإيجابي على أداء المصرف (Preble, 2005:50), خاصة وانه يمكن أن تشكل إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة الأساسيين التي يطلق عليها اسم "إدارة أصحاب المصلحة" موارد غير ملموسة ومعقدة اجتماعياً قد تعزز قدرة المصارف على التفوق على المنافسين من حيث بناء القيمة على المدى البعيد (Hillman & Keim, 2001:67), وبالتالي هذا يمكن أن يؤدي إلى تأثير إيجابي للمسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي.

4- **فرضية التأثير الاجتماعي:-** تتبع فرضية التأثير الاجتماعي نظرية أصحاب المصلحة من خلال افتراض أن تلبية توقعات مجموعات أصحاب المصلحة المختلفة سيؤدي إلى أداء مالي أفضل والعكس صحيح, وهي تؤكد على اتباع نهج استباقي للتعامل مع أصحاب المصلحة بدلاً من اتباع نهج أكثر استجابة لإدارة أصحاب المصلحة (Marom,2010:4) وعلى نفس المنوال هناك جدل قائم بأن الفشل في تلبية توقعات مختلف الفئات غير المالكة للأسهم سيؤدي إلى مخاوف السوق والتي بدورها ستزيد من علاوة

مخاطر المصرف وتؤدي في النهاية إلى ارتفاع الكلف و / أو الخسارة وتقل فرص الربح, لذلك فإن خدمة الالتزامات الضمنية لأصحاب المصلحة الرئيسيين تعزز سمعة المصرف بطريقة لها تأثير إيجابي على أدائه المالي وعلى العكس من ذلك فإن خيبة أمل هذه المجموعات قد يكون لها تأثير مالي سلبي (Hillman & Keim, 2001:67).

5- **العرض القائم على الموارد :-** ترى النظرية القائمة على الموارد (RBV) أن المصارف تمتلك الموارد والقدرات والكفاءات التي تمكنها من تحقيق ميزة تنافسية ويمكن أن تستمر هذه الميزة التنافسية لمدة طويلة اعتمادًا على قدرة المصرف على الحماية من تقليد الموارد أو نقلها أو استبدالها, Moore (2001:98), إذ تقدم وجهة النظر القائمة على الموارد للمصرف منظورًا نظريًا ممتازًا لشرح كيف يمكن أن تؤدي المسؤولية الاجتماعية للمصارف إلى أداء مالي أفضل لأنها تدرك صراحة أهمية المفاهيم غير الملموسة مثل ثقافة المصرف والسمعة في خلق ميزة تنافسية استراتيجية, إذ يقترح منظور السمعة فيما يتعلق بالنشاط التجاري أن إجراءات المسؤولية الاجتماعية قد تساعد في بناء صورة إيجابية مع مجموعات أصحاب المصلحة, بما في ذلك الزبائن والمستثمرين والموردين وان الآثار المترتبة على هذا المنظور هي أن المصارف ذات السمعة العالية قد تحسن وصولها إلى رأس المال أو جذب موظفين أفضل أو زيادة تحفيز الموظفين الحاليين والذي بدوره قد يؤدي إلى تحسين الأداء المالي (Greening & Turban, 2000:39).

سادسًا:- العلاقة بين سمعة المصرف والأداء المالي

إن الموجودات غير الملموسة الأكثر قيمة التي تمتلكها المصارف هي السمعة التجارية وثقة المستهلك, إذ تؤثر هذه الموجودات التي غالبًا ما يتم تحديدها على أنها "شهرة" على سعر السهم ويتم تمثيلها من الناحية النقدية في الميزانية العمومية, بالإضافة إلى ذلك فإن إقامة علاقات جيدة وصادقة يقلل من كلف المعاملات ويحمي الموجودات ويحافظ على ولاء الزبائن والحصة من الإيرادات (balboni,2010:39).

تظهر مجموعة كبيرة من الأبحاث أن الأصول الناعمة للمصرف وهويته وسمعته تمثل ميزة تنافسية يصعب تقليدها ويمكن أن تساهم في تحقيق أرباح أعلى, إذ يلاحظ أن سمعة المصرف كمنشأة يتأثر بكل من الأداء المالي والأداء الاجتماعي, إذ ان سمعة المصرف لها عدد من النتائج المفيدة التي تشمل ارتفاع معدل الاحتفاظ بالزبائن وزيادة الودائع المرتبطة بها إذ أن السمعة الإيجابية تؤدي إلى زيادة في إيرادات المصرف, وزيادة الاحتفاظ بالزبائن وزيادة إعادة الشراء وارتفاع أسعار المنتجات (على سبيل المثال, علاوة السعر التي سيتم تحصيلها) وكذلك يؤدي إلى انخفاض في كلف رأس المال وتقلب الموظفين (مثل انخفاض تكلفة المراقبة). بالإضافة إلى ذلك فإن السمعة الجيدة تعزز قدرة المصرف على الحفاظ على الأداء المالي المتفوق مع مرور

الوقت. من ناحية أخرى ، تشمل عواقب سمعة المصرف السلبية انخفاض معدل الاحتفاظ بالزبائن وارتفاع معدل التحويل وانخفاض الودائع وأنشأت غالبية الدراسات علاقة إيجابية بين سمعة المصرف والأداء المالي ومع ذلك لا يمكن إثبات نفس الشيء في البيئة الأخرى وأظهرت دراسات عديدة تأثيرًا إيجابيًا لسمعة المصرف على الأداء المالي إذ توثق هذه الدراسات أن السمعة هي مورد مهم غير ملموس يعزز قدرة المصرف على اكتساب ميزة تنافسية وتحقيق أداء مالي أعلى (Hillman &Keim, 2001:70).

تعد سمعة المصرف من المؤشرات المالية الهامة والتي تشمل جوانب مختلفة مثل معاملة الموظفين وحوكمة المنظمات والقيم الأخلاقية والشفافية المالية والنهج الأخلاقي والعلاقة مع المنظمات غير الحكومية ويلاحظ أن معظم المقاييس الشائعة مثل العائد على الأصول والعائد على حق الملكية أو هامش صافي الفائدة تؤدي إلى تحيز محتمل عند مقارنة الإنجازات المالية للمصارف ومن ثم افترضت الدراسة أن سمعة المنظمة مرتبطة بشكل إيجابي بالأداء المالي للمنظمة وتؤثر عليه. (Marom,2010:37)



الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

يستعرض هذا الفصل التحليل المالي والاحصائي لمتغيرات الدراسة بواقع اربعة مباحث , درس الأول منها تحليل مؤشرات المسؤولية الاجتماعية , والمبحث الثاني تحليل مؤشرات سمعة المصرف, اما الثالث درس تحليل مؤشرات الأداء المالي في المصارف عينة الدراسة , اما المبحث الرابع تناول اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول

تحليل مؤشرات المسؤولية الاجتماعية

توطئة

يتم التركيز في هذا المبحث على مؤشرات المسؤولية الاجتماعية لعينه من المصارف التجارية الأردنية والكندية للمدة من (2005-2019) من خلال التقارير السنوية المعلنة وقد استخدم الباحث ثلاث مؤشرات وهي مؤشر المسؤولية الاجتماعية و مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية و مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية.

أولاً:- مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية

تقاس هذه النسبة من خلال قسمة اجمالي الإعانات والتبرعات بشقيها الداخلية والخارجية على الايرادات المتحققة للمصرف وكما يأتي:

$$\text{مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية} = \frac{\text{اجمالي التبرعات والاعانات}}{\text{الايرادات}}$$

أ- تحليل مؤشر نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (6) نتائج تحليل نسبة المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الأردنية عينة الدراسة وللمدة الممتدة من (2005- 2019) وكذلك المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف في سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(6) نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	مصرف المؤسسة العربية	مصرف القاهرة عمان	مصرف الإسكان	مصرف الأردن	المصرف التجاري الأردني	المصرف الاستثماري	المصرف الاردني الكويتي	السنة
0.062	0.170	0.042	0.045	0.044	0.100	0.012	0.024	2005
0.043	0.071	0.054	0.031	0.043	0.054	0.022	0.023	2006
0.045	0.080	0.061	0.042	0.037	0.045	0.023	0.024	2007
0.048	0.074	0.061	0.042	0.046	0.055	0.029	0.025	2008
0.049	0.072	0.059	0.040	0.053	0.060	0.034	0.021	2009
0.043	0.061	0.051	0.041	0.044	0.058	0.020	0.024	2010
0.048	0.089	0.051	0.044	0.043	0.053	0.028	0.026	2011

0.046	0.069	0.052	0.039	0.048	0.056	0.030	0.026	2012
0.049	0.076	0.052	0.044	0.048	0.054	0.042	0.027	2013
0.053	0.077	0.051	0.065	0.048	0.050	0.047	0.032	2014
0.052	0.085	0.058	0.049	0.049	0.039	0.047	0.036	2015
0.055	0.089	0.055	0.048	0.052	0.056	0.046	0.036	2016
0.057	0.094	0.056	0.056	0.048	0.057	0.045	0.042	2017
0.058	0.088	0.054	0.054	0.058	0.058	0.049	0.043	2018
0.054	0.065	0.053	0.060	0.047	0.057	0.048	0.046	2019
0.051	0.084	0.054	0.047	0.047	0.057	0.035	0.030	المتوسط
0.062	0.170	0.061	0.065	0.058	0.100	0.049	0.046	الحد الاقصى
0.043	0.061	0.042	0.031	0.037	0.039	0.012	0.021	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

شاهد من خلال الجدول (6) التذبذبات الحاصلة في نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية اذ يلاحظ انها اتخذت مساراً تصاعدياً خلال مدة الدراسة اذ بلغت اعلى نسبة مسؤولية اجتماعية للمصرف الأردني الكويتي في سنة 2019 وكانت (0.046), اذ قام المصرف خلال هذه السنة بجهود ملموسة في خدمة المجتمع المحلي والخارجي وكذلك الموظفين داخل المصرف وعلى الصعيد البيئي والاجتماعي والاقتصادي من خلال مبادرات المصرف في خدمة المجتمع وكذلك في مجال التعليم والتأهيل والتدريب للملاكات الشابة من الايتام وطلاب الجامعات كذلك مبادراته في مجال الصحة ورعاية العينة الصحي في المملكة وكذلك دعم الأنشطة البيئية وذوي الاحتياجات الخاصة وكذلك دعم الثقافة والفنون والرياضة وكذلك تطوير مهارات الموظفين ودعمهم وتوفير الضمان لهم من خلال توفير الضمان الاجتماعي وتوفير الخدمات الطبية والتقاعد وغيرها. وقد انخفضت النسبة الى ادنى مستوى في سنة 2009 اذ بلغت (0.021) اذ كانت مبالغ الإعانات والتبرعات منخفضة نسبة الى الإيرادات المتحققة في هذه السنة اذ كانت مساهمة المصرف في خدمة المجتمع منخفضة نوعاً ما خلال هذه السنة مما تسبب في انخفاض النسبة الى هذا المستوى.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري الاردني ومناقشتها

نلاحظ من الجدول (6) التغيرات في نسبة المسؤولية الاجتماعية للمصرف الاستثماري الأردني اذ اتخذت مساراً متذبذباً خلال سنوات الدراسة اذ بدأت النسبة منخفضة في سنة 2005 واخذت بالتزايد ثم تراجع وتبدأت تنخفض في سنة 2010 و2011 ومن ثم عادت للارتفاع مرة أخرى في السنوات ما

بعد 2011 الى نهاية مدة الدراسة اذ كانت اعلى نسبة (0.049) في سنة 2018 بسبب قيام المصرف بتوسيع برامج المسؤولية الاجتماعية وتنوعها منها برامج دعم المزارعين والفلاحين وبرامج دعم وتدريب السيدات كذلك برامج تقليل نسبة ثاني أوكسيد الكربون في الجو وكذلك مبادرة العجلات الخضراء فضلا عن الصحة والتعليم ودعم الموظفين خلال هذه السنة كل هذا جعل من مبلغ النفقات على المسؤولية الاجتماعية يكون جيد نوعا كجزء من إيرادات المصرف في حين ادنى نسبة كانت في عام 2005 اذ كانت (0.012) اذ ان نشاطات المصرف الاجتماعية في هذه المدة ضعيفة ومساهماته قليلة في خدمة المجتمع والبيئة وحتى مساهماته في دعم موظفيه لم تكن بالمستوى المطلوب .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

من الجدول(6) يتبين ان نسبة المسؤولية الاجتماعية للمصرف التجاري خلال مدة الدراسة كانت متفاوتة بين الارتفاع والانخفاض اذ كانت في بداية مدة الدراسة النسبة مرتفعة في 2005 اذ تحصل هذه السنة على اعلى نسبة مسؤولية اجتماعية مقارنة مع بقية السنوات التي تلتها اذ كانت (0.100) ويعود ذلك الى ارتفاع نفقات الموظفين خلال هذه السنة والمتمثلة بالنفقات الطبية والتأمين ومكافأة نهاية الخدمة والالبسة والضمان الاجتماعي والمساهمة في صندوق الادخار والتقاعد وخدمة المجتمع المحلي أيضا فضلا عن ان الإيرادات المتحققة في هذه السنة كانت جيدة نوعا ما مما يعطي المصرف إمكانية وقدرة على دعم المجتمع والبيئة والصحة والتعليم وغيرها, اما ادنى نسبة كانت (0.039) في سنة 2015 اذ كانت نفقات المسؤولية الاجتماعية سواءا كانت داخلية تخص الموظفين او خارجية تخص المجتمع في هذه السنة منخفضة نسبة الى الإيرادات المتحققة مما تسبب في ان تكون النسبة منخفضة في هذه السنة.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

في ضوء الجدول(6) نلاحظ ان قيم مؤشر نسبة المسؤولية الاجتماعية خلال مدة الدراسة البالغة خمس عشرة سنة متفاوتة بين الارتفاع والانخفاض ولم تكن على وتيره واحدة ويعود سبب هذا التفاوت الى الارتفاع ومن ثم الانخفاض في نفقات المسؤولية الاجتماعية الخارجية المتمثلة بالمبالغ المنفقة على البيئة والصحة والتعليم والمجتمع المحلي ككل اذ كانت اعلى نسبة في سنة 2018 والتي بلغت (0.058) بسبب ارتفاع نسبة المبالغ المنفقة على الموظفين من تدريب وتعليم ورعاية صحية وضمان اجتماعي وتقاعد وكذلك الاهتمام بدراسة أبناء الموظفين وارسال المتفوقين منهم بعثات الى الخارج وكذلك الاهتمام بالجانب النسوي من الموظفين فضلا عن المبالغ المنفقة على المجتمع المحلي, في حين كانت ادنى نسبة

في عام 2007 اذ كانت (0.037) ويعود سبب الانخفاض في نسبة المسؤولية الاجتماعية الى انخفاض قيمة المسؤولية الاجتماعية الخارجية أي المبالغ المنفقة على المجتمع المحلي في كافة جوانبه من صحة وتعليم و رعاية الايتام ورعاية دور المسنين وتقليل الفقر.

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان الاردني ومناقشتها

تبين من الجدول(6) ان مؤشر نسبة المسؤولية الاجتماعية متذبذب بين الارتفاع تارة والانخفاض تارة أخرى خلال مدة الدراسة من (2005-2019) اذ كانت ادنى نسبة في عام 2006 والبالغة (0.031) ويعود سبب هذا الانخفاض الى ان المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية الداخلية المتمثلة بتدريب وتطوير مهارات الموظفين ونفقات الضمان الاجتماعي وغيرها كانت اقل من بقية السنوات بسبب تركيز إدارة المصرف على تطوير جوانب أخرى من اجل زيادة ربحيته واستثماراته واستغلال هذه المبالغ مما أدى الى ان يكون هناك قصور نوعا ما على نفقات المسؤولية الاجتماعية الداخلية والخارجية خلال هذه السنة في حين اخذت هذه النسبة بالتزايد في السنوات اللاحقة وكانت اعلى نسبة (0.065) في سنة 2014 وذلك اذ لتنوع وتعدد اشكال الدعم ولمختلف الفعاليات الاجتماعية اذ شارك المصرف في دعم عدة منتديات فكرية وثقافية وفنية وطبية ودعم مراكز معالجة الامراض السرطانية ودعم دور الايتام والمسنين مما أدى الى ارتفاع نسبة مؤشر المسؤولية الاجتماعية خلال هذه السنة.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

ان قيم مؤشر نسبة المسؤولية الاجتماعية لمصرف القاهرة عمان والمبينة في الجدول (6) اذ كانت اعلى نسبتيين في عام 2007 و2008 والتي بلغت (0.061, 0.061) وذلك من خلال دعم المصرف للنشاطات الاجتماعية كرعاية الأسرة والطفل وبرامج مكافحة المخدرات وكذلك رعاية المهرجانات مثل مهرجان الربيع وكذلك المشاركة في مجموعه من المعارض فضلا عن دعمه للجمعيات والمراكز الخيرية والجامعات والمستشفيات فضلا عن الصحة والمدارس خلال هذه السنتين اكثر من السنوات السابقة والتي كانت بداية لالتفات إدارة المصرف للاهتمام بهكذا جوانب والتي ترجمت بارتفاع النسب للسنوات التي تلت 2008 , في حين كانت ادنى نسبة في 2005 والتي بلغت (0.042) اذ كانت إدارة المصرف في حينها تولي اهتمام كبير للجانب الاجتماعي فكانت مساهماتها قليلة في خدمة المجتمع خاصة المجتمع الخارجي والمحلي اذ كانت قيم التبرعات والاعانات الخارجية قليلة مما اثر على انخفاض النسبة بصورة عامة خلال هذه السنة.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

يلاحظ من الجدول (6) ان اعلى قيمة لمؤشر المسؤولية الاجتماعية لمصرف المؤسسة العربية خلال مدة الدراسة كانت في 2005 والتي بلغت (0.170) ويعود ارتفاع هذه النسبة خلال العام لكبر نفقات المسؤولية الاجتماعية الداخلية المتمثلة بتوفير الضمان الاجتماعي للموظف والتقاعد ومصاريف السفر والنفقات الطبية والصحية اذ كانت إدارة المصرف تولي اهتمام كبير لموظفيها اكثر من اهتمامها بالمجتمع الخارجي او المحلي , في حين كانت ادنى نسبة في 2010 اذ كانت (0.061) وسبب الانخفاض هو صغر حجم نفقات المسؤولية الاجتماعية الخارجية فضلا عن انخفاض مستوى المبالغ المنفقة لخدمة الموظفين والعاملين في المصرف نسبة الى الإيرادات المتحققة خلال هذه السنة مما انعكس بالانخفاض على مؤشر نسبة المسؤولية الاجتماعية الاجمالية.

ب- تحليل مؤشر نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول(7) نتائج تحليل مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف الكندية عينه الدراسة وخلال المدة الزمنية من (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما ياتي:-

الجدول(7) نسبة اجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.132	0.006	0.189	0.190	0.143	2005
0.136	0.005	0.200	0.202	0.139	2006
0.149	0.051	0.212	0.200	0.133	2007
0.148	0.051	0.212	0.195	0.132	2008
0.142	0.056	0.216	0.170	0.124	2009
0.134	0.057	0.191	0.173	0.116	2010
0.131	0.059	0.181	0.171	0.114	2011
0.123	0.051	0.157	0.171	0.115	2012
0.131	0.069	0.160	0.186	0.109	2013
0.134	0.067	0.174	0.184	0.112	2014
0.133	0.065	0.166	0.184	0.117	2015
0.123	0.053	0.159	0.167	0.111	2016
0.128	0.050	0.159	0.183	0.119	2017

0.120	0.038	0.145	0.184	0.112	2018
0.117	0.036	0.146	0.177	0.109	2019
0.132	0.048	0.178	0.182	0.120	المتوسط
0.149	0.069	0.216	0.202	0.143	الحد الاقصى
0.117	0.005	0.145	0.167	0.109	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group الكندي ومناقشتها

نلاحظ من الجدول (7) قيم اجمالي المسؤولية الاجتماعية لمصرف TD Bank Group خلال مدة الدراسة ونلاحظ ان المصرف ابتداء بأعلى قيمة في عام 2005 لأجمالي المسؤولية الاجتماعية وبمقدار (0.143) اذ كان اهتمام المصرف في هذه السنة جيد بالمسؤولية الاجتماعية خاصة الداخلية منها رغم ان الإيرادات تحمل اقل رقم في هذه السنة مقارنة بالسنوات التي تلتها حتى نهاية مدة الدراسة وذلك لان رؤية إدارة المصرف ان ما يتم صرفه اليوم يعود في المستقبل بفوائد اكبر لذلك بقيت إدارة المصرف على نفس وتيرة المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية وبالتزايد خلال السنوات التالية لسنة 2005 اذ كلما زاد الايراد زاد انفاقها على المجتمع بصورة اكبر ولكن الإيرادات اخذت بالتزايد بصورة سريعة في حين مبالغ المسؤولية الاجتماعية نموها بقي على نفس الوتيرة يتزايد ببطيء مما أدى الى انخفاض قيم مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية في السنوات التالية لسنة 2005 اذ كانت ادنى نسبة في عام 2013 وبنسبة (0.109) وكذلك بنفس النسبة في سنة 2019 .

2- تحليل نتائج Royal Bank الكندي ومناقشتها

الجدول (7) يوضح قيم مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية لمصرف Royal Bank اذ بدأ بأعلى نسبة في عام 2006 بقيمة (0.202) وذلك بسبب ان المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية كبيرة نسبة الى الإيرادات المتحققة خاصة المسؤولية الاجتماعية الداخلية منها فيما يخص الموظفين من ناحية التدريب والتطوير من خلال ارسالهم دورات الى خارج البلاد وكذلك نفقات التأهيل والتقاعد والتأمين فضلا عن النفقات الطبية والترفيه اذ تركز المصارف الكندية على جانب دعم موظفيها بصورة كبيرة كون الموظف هو اساس نجاح عمل المصرف وبالتالي اخذت هذه النسبة بالانخفاض حتى وصلت الى (0.167) في عام 2016 كون مبالغ الإيرادات اخذت بالتزايد بصورة كبيرة وان مبالغ المسؤولية الاجتماعية أيضا تتزايد معها وكجزء بسيط من قيمة الإيرادات لأنه كلما زاد المصرف من نشاطه الاجتماعي كلما اصبح عالمي وذو سمعة جيدة بالتالي يجذب زبائن اكبر ومستثمرين اكثر بالتالي ينعكس

إيجابيا على إيراداته وأرباحه والمصرف بدوره يزيد من مصاريف المسؤولية الاجتماعية ولكن تبقى جزء بسيط من الإيراد لذلك كلما زادت الإيرادات انخفضت نسبة المسؤولية الاجتماعية وفق النتائج المستخرجة في الجدول أعلاه.

3- تحليل نتائج مصرف BMO Financial Group الكندي ومناقشتها

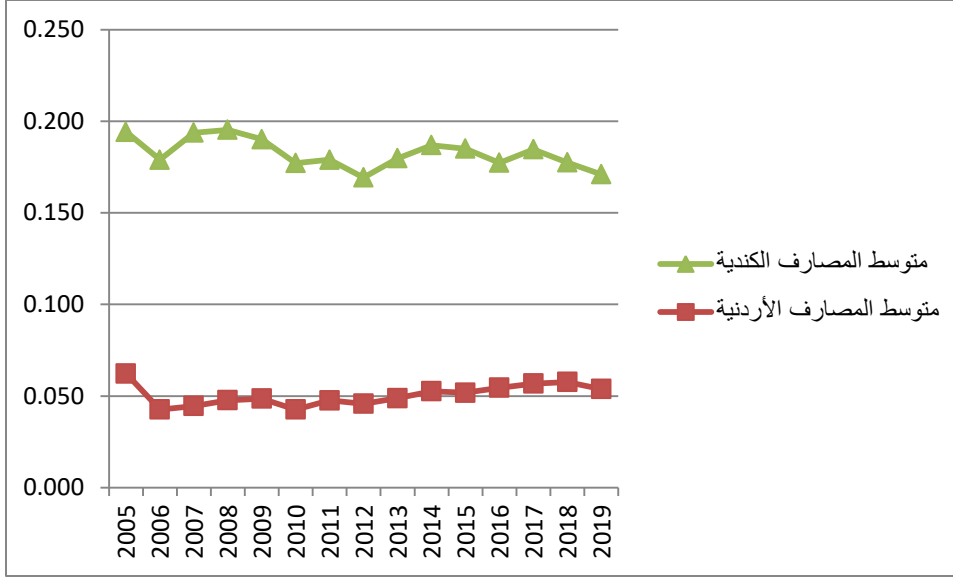
نلاحظ من الجدول (7) قيم مؤشر إجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصرف الكندي BMO Financial Group على مدى مدة الدراسة البالغة خمسة عشر سنة إذ يتبين من الجدول أن أعلى نسبة كانت في 2009 و تبلغ (0.216) وذلك بسبب أن مبالغ الإيرادات متقاربة بفارق بسيط فضلا عن أن المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية بشقيها الداخلي والخارجي أيضا مقاربه لبعضها خلال هذه السنتين والتي توضح مدى اهتمام إدارة المصارف بخدمة المجتمع المحلي والخارجي ومدى اهتمام المصرف بموظفيه من خلال توفير الدعم لهم في المجالات كافة , أما أدنى نسبة فكانت في سنة 2018 وبنسبة (0.145) ولا يعزى انخفاض النسبة إلى قصور المصرف في دعم المجتمع والبيئة والموظف وإنما يعود إلى كبر مبلغ الإيرادات وأن المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية أيضا أخذت بالتزايد على مدى مدة الدراسة ولكن تبقى جزء من الإيرادات المتحققة.

4- تحليل نتائج Scotia bank الكندي ومناقشتها

نلاحظ قيم مؤشر إجمالي المسؤولية الاجتماعية لـ Scotia bank خلال مدة الدراسة (2005-2019) في الجدول (7) والذي يوضح أن أعلى نسبة كانت في 2013 و بقيمة (0.069) ويعود سبب ذلك إلى مقدار المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية الداخلية المتمثلة بالموظفين وبرامج الدعم المخصصة لهم كانت أكبر من باقي السنوات السابقة لـ 2013 والتالية لها فضلا عن مبلغ المسؤولية الاجتماعية الخارجية مما انعكس إيجابيا على قيمة المؤشر في هذه السنة , أما أدنى نسبة كانت في السنوات الأولى من فترة الدراسة إذ أن في سنة 2006 كانت النسبة (0.005) و يعكس ذلك على أن إدارة المصرف في هذه المدة كان توجهها لخدمة المجتمع سواء داخليا أو خارجيا أقل من السنوات التي تلت 2006 .

ج- مقارنة متوسط مؤشر إجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (3) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر إجمالي المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين أدناه:



الشكل (3) متوسطات مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

أظهرت نتائج التحليل في الشكل (3) ان المصارف عينه الدراسة تتفاوت في نسبة المسؤولية الاجتماعية من سنة الى أخرى والذي عكس أيضا تفاوت وتباين المصارف عينه الدراسة في رغبتها وقدرتها في دعم الأنشطة الاجتماعية فيما يخص المجتمع الخارجي والبيئة والصحة والتعليم , وكذلك المجتمع الداخلي المتمثل بالموظفين والعاملين داخل المصرف بكافة مستوياتهم الإدارية ففي المصارف الأردنية كان المتوسط الأعلى للمصارف الأردنية في سنة 2005 اذ بلغ (0.062) والمتوسط الأدنى كان في سنة 2010 والبالغ (0.043) .

وتعد هذه المعدلات مؤشرا على اهتمام المصارف بالمسؤولية الاجتماعية ودليل حرص إدارة هذه المصارف على تنمية ودعم المجتمع وحماية البيئة والاهتمام بالملاك الوظيفي والذي ظهرت من خلال النسب والمعدلات المتحققة الامر الذي يعكس قدرة عالية لدى تلك المصارف مواصلة اهتمامها بالأنشطة الاجتماعية خاصة بعد ملاحظتها لمدى تأثير هذه الأنشطة في زيادة الإيرادات والارباح المتحققة من خلال زيادة سمعة المصرف وبالتالي زيادة حصته السوقية .

ونلاحظ أيضا تفاوت وتباين متوسط اجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف الكندية اذ حققت اعلى متوسط والبالغ (0.149) في 2007 وهو اعلى متوسط مقارنة بمتوسطات جميع المصارف عينه الدراسة مما يشير الى ان إدارة المصارف في هذه السنة لديها قدرة وإمكانية في خدمة المجتمع ومراعاته في كفه

الأنشطة اما ادنى متوسط كان (0.117) في 2019 مما يشير الى ان المصارف في هذه السنة رغم مشاركتها في خدمة المجتمع لكن تبقى اقل من بقيه السنوات الأخرى ليس تقصيرا منها اتجاه المجتمع ولكن كلما زادت مشاركة المصارف في خدمة المجتمع انعكس ذلك على ربحيتها اذ تزداد أيضا وبنفس الوقت تزداد المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية ولكن تبقى الزيادة بوتيرة اقل مهما زادت.

وبصورة عامة ان المصارف الكندية افضل بكثير من ناحية مساهماتها في خدمة ورعاية المجتمع مقارنة بالمصارف الأردنية من ناحية المبالغ المنفقة وكذلك تنوع الأنشطة المجتمعية وتنوع المناطق الجغرافية التي تخدمها أيضا ومن ناحية الاهتمام بالعاملين داخل المصرف .

ثانيا:- مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية

تعد المسؤولية الاجتماعية الداخلية مقياس لرغبة وقدرة المصرف في دعم موظفيه ومدى مساهمته في تطوير امكاناتهم وقدراتهم ويقاس هذا المؤشر من خلال قسمة الاعانات والتبرعات الداخلية على اجمالي الإيرادات وكلما كانت النسبة اكبر كلما تبين ان المصرف يملك توجه اجتماعي افضل وكما يأتي:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الداخلية} = \frac{\text{التبرعات والاعانات الداخلية}}{\text{الإيرادات}}$$

أ- تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (8) نتائج تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الأردنية عينة الدراسة وفق السلسلة الزمنية (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل مصرف في سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(8) المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الاردنية

السنة	البنك الأردني الكويتي	البنك الاستثماري	البنك التجاري الأردني	بنك الأردن	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	بنك المؤسسة العربية	المتوسط
2005	0.021	0.011	0.093	0.038	0.037	0.041	0.168	0.059
2006	0.021	0.021	0.047	0.036	0.030	0.051	0.065	0.039
2007	0.022	0.021	0.038	0.035	0.038	0.057	0.077	0.041
2008	0.024	0.025	0.047	0.040	0.041	0.057	0.072	0.044
2009	0.020	0.033	0.054	0.050	0.039	0.055	0.071	0.046
2010	0.021	0.019	0.048	0.041	0.039	0.047	0.059	0.039

0.044	0.085	0.048	0.043	0.039	0.044	0.025	0.022	2011
0.042	0.066	0.048	0.038	0.046	0.047	0.027	0.022	2012
0.045	0.072	0.048	0.042	0.046	0.045	0.039	0.024	2013
0.046	0.074	0.048	0.045	0.045	0.040	0.044	0.027	2014
0.047	0.081	0.052	0.045	0.045	0.033	0.043	0.030	2015
0.050	0.085	0.050	0.046	0.048	0.048	0.043	0.030	2016
0.052	0.090	0.050	0.053	0.044	0.048	0.043	0.036	2017
0.053	0.085	0.049	0.048	0.053	0.051	0.046	0.036	2018
0.049	0.062	0.047	0.058	0.043	0.050	0.045	0.039	2019
0.046	0.081	0.050	0.043	0.043	0.049	0.032	0.026	المتوسط
0.059	0.168	0.057	0.058	0.053	0.093	0.046	0.039	الحد الاقصى
0.039	0.059	0.041	0.030	0.035	0.033	0.011	0.020	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

يعرض الجدول (8) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصرف الأردني الكويتي اذ حقق اعلى نسبة عام 2019 وبقيمة مقدارها (0.039) اذ تمثل هذه النسبة مدى الدعم المقدم من قبل إدارة المصرف لموظفيه من خلال القيام بإيفاد عدد من الموظفين الى بريطانيا لمدة أسبوعين وتقديم منح دراسية لهم في بريطانيا من اجل مساعدتهم على اكمال الدراسات العليا في جامعات بريطانيا وغيرها من المجالات والأنشطة المجتمعية لدعم فريق العمل في الصحة والترفيه والفنون والثقافة وغيرها في حين ادنى نسبة كانت في عام 2009 والبالغة (0.020) اذ كانت الإعانات الداخلية قليلة نوعا ما مقارنة بباقي السنوات السابقة واللاحقة لسنة 2009 مما اثر سلبيا على انخفاض نسبة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية خلال العام اذ ربما كان لدى إدارة المصرف توجهات أخرى لانفاق الأموال بمجالات أخرى بدل من انفاقها على نشاطات موظفيها .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري الأردني ومناقشتها

عبر الجدول (8) نشاهد قيم نسبة المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصرف الاستثماري الأردني اذ سجلت اعلى نسبة في عام 2018 بقيمة (0.046) وذلك بسبب حرص إدارة المصرف على تأهيل الملاكات الوظيفية وتدريبها من اجل الارتقاء بمستوى العمل من خلال فتح العديد من الدورات التدريبية وورش العمل وكذلك توفير الخدمات الطبية اذ قام المصرف بالتعاون مع مصرف الدم الوطني بتأسيس مصرف خاص لموظفيه لحفظ تبرعاتهم بالدم لإفادتهم منها او لأقاربهم كذلك قام المصرف بإنشاء العيادات الطبية لموظفيه في مبنى الإدارة العامة فضلا عن توفير الضمان الاجتماعي للموظف والتأمين

بكافة انواعه خاصة ان مبلغ الإيرادات المتحقق جيد نوعا ما , أما ادنى نسبة كانت في عام 2005 والبالغة (0.011) وان انخفاض النسبة يعود الى كبر حجم مبلغ الإيرادات المتحققة وان المبالغ المنفقة كمسؤولية اجتماعية داخلية قليلة وذلك بسبب قلة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية من قبل إدارة المصرف في تلك المدة وعدم الالتفات الى أهميتها في استمراره عمل المصرف وزيادة أرباحه مما دفع ان تكون قيمة المؤشر منخفضة في هذه السنة.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الأردني ومناقشتها

يبين الجدول(8) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصرف التجاري الأردني خلال مدة الدراسة الممتدة لخمس عشرة سنة والتي تبدو متذبذبة بين الارتفاع والانخفاض اذ اعلى نسبة حققت في عام 2005 والتي تبلغ (0.093) اذ تعتمد إدارة المصرف الى اجتذاب نخبة من الموظفين من ذوي الخبرات العالية وتدريب موظفي المستوى الثاني على البرامج والنظم التطبيقية فضلا عن الدورات المكثفة البالغة 39 دورة والتي استفاد منها 360 موظف وكذلك المشاركة في الفعاليات التي أقامها معهد الدراسات المصرفية وعددها 61 دورة والتي شارك فيها 208 موظف متدرب فضلا عن ايفاد 18 متدرب الى دول اجنبية وعربية فضلا عن ايفاد الموظفين الى الدراسات العليا في دول الخارج فضلا عن استخدام بطاقة الأداء المتوازن في التدريب وعمليات الموارد البشرية وإعادة هيكلة برنامج الموظف المثالي لتتناسب مع تطورات المرحلة الحالية كل هذه النشاطات دفعت نفقات المسؤولية الاجتماعية الداخلية الى الارتفاع في هذه السنة والسنوات التي تلتها بسبب اهتمام إدارة المصرف بصورة جيدة في ملاك العمل, اما ادنى نسبة كانت في 2015 والبالغة (0.033) وذلك بسبب ان حجم الإيرادات المتحققة في هذه السنة تفوق السنوات الأخرى لكن مبلغ الإعانات والتبرعات فيما يخص الموظفين ازداد زيادة بسيطة على نفس الوتيرة السابقة مما أدى الى انخفاض قيمة المؤشر في هذه السنة.

4- تحليل نتائج مصرف الأردن ومناقشتها

يظهر في الجدول(8) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لمصرف الأردن للمدة (2005-2019) والذي بدأت بقيم منخفضة في اول ثلاث سنوات واخذت بعدها بالتزايد تدريجيا مما يدل على التفات إدارة المصرف الى أهمية الموظف ودوره الكبير في نجاح سير العمل في المصرف اذ كانت ادنى نسبة في سنة 2007 والبالغة (0.035) ويعود سبب الانخفاض في هذه السنة الى ان إدارة المصرف في السنوات الأولى لم تكن تولي اهتمام كبير بنشاطات خدمة الموظف بالمستوى المطلوب فضلا عن مبلغ

ان الإيرادات المتحققة جيد نوعا ما مما دفع ان تكون قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية منخفض خلال هذه السنة, اما اعلى نسبة كانت في سنة 2018 وبقيمة (0.053) مما يبين التفاته إدارة المصرف الى دور الملاك الوظيفي في نجاح العمل المصرفي وجذب اكبر عدد ممكن من الزبائن والمحافظة على الزبائن الحاليين مما أدى الى الاهتمام بالجانب العلمي والترفيهي والصحي للموظف خلال السنوات الأخيرة وسيما هذه السنة.

5- تحليل نتائج مصرف الإسكان ومناقشتها

من خلال الجدول(8) الموضح أعلاه يمكننا الاستدلال على قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لمصرف الإسكان خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) والتي يوضح الارتفاع والانخفاض في هذه النسبة وفق إمكانات المصرف والاخت نظر الاعتبار أهمية الملاك الوظيفي اذ بدأت هذه قيم هذه النسبة منخفضة ثم اخذت تتصاعد بصورة مستمرة حتى وصلت في عام 2019 الى (0.058) وذلك لكون المصرف لديه ايمان تام بأهمية الملاك البشري في نجاح العمل مما دفع إدارة المصرف الى توفير بيئة عمل صحية ومناسبة للموظف من خلال تحسين المستوى المعيشي وإيجاد العديد من المبادرات التي تساهم في توليد الرضا الوظيفي لدى الموظف وخلق روح المنافسة فيما بين الموظفين واستحداث برامج المكافآت الفورية للموظف الكفوء ووضع سياسة حوافز للموظفين ومبادرات تكريم الفرع المتميز من فروع المصرف كل هذه المبادرات تشعر الموظف بقيمته ومكانته في مكان عمله و يزيد من ابداعه وبالتالي يعود بالفائدة على المصرف من خلال تحسين سمعة المصرف و زيادة عدد الزبائن وزيادة ارباحه مما دفع المصرف الى زيادة الانفاق على ملاكه الوظيفي بصورة مستمرة ,اما ادنى نسبة كانت في سنة 2006 والبالغة (0.030) ويعود سبب الانخفاض الى ان مبلغ الإيرادات كبير نوعا ما خلال هذه السنة لكن الزيادة في النفقات على الموظفين كانت بزيادة قليلة عن السنة السابقة مما تسبب في انخفاض قيمة المؤشر في هذه السنة.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

عبر الجدول(8) يمكننا ملاحظة مدى التغيرات الحاصلة في قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية خلال سنوات الدراسة البالغة خمسة عشر سنة لمصرف القاهرة عمان والتي بدأت بقيمة منخفضة في سنة 2005 وكانت اقل قيمة للمؤشر والتي تبلغ (0.041) وبدأت تتصاعد قيمة المؤشر في السنوات التالية لل2005 ففي 2007 كانت اعلى قيمة والبالغة (0.057) واخذت فيما بعد بالانخفاض

حتى نهاية مدة الدراسة ويعود السبب في ذلك ليس الى انخفاض المبالغ المنفقة على خدمة الموظفين وانما استمرت مبالغ الإعانات والتبرعات بالتزايد بنفس الوتيرة للوقت نفسه الإيرادات أيضا تتزايد بصورة اكبر بالتالي صغر حجم مبالغ النفقات نسبة الى الإيرادات أدى الى انخفاض قيم المؤشر خلال السنوات التالية لعام 2007 وليس لقصور المصرف في خدمة موظفيه.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

بالعودة الى الجدول (8) نلاحظ مدى التذبذب الحاصل في قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية على مدى سنوات الدراسة لمصرف المؤسسة العربية اذ بدأت بنسبة مرتفعة في عام 2005 وبقيمة تصل الى (0.168) كون مبلغ النفقات على الموظفين من تأمين ورعاية وتدريب وتأهيل اعلى من كل السنوات التالية لعام 2005 اذ استمرت بالانخفاض حتى وصلت في عام 2010 (0.059) واخذت ترتفع في بعض السنوات وذلك بسبب زيادة مبلغ الإيرادات بصورة كبيرة بالمقابل نفقات الموظفين زيادتها بوتيرة ابطئ مما تسبب في انخفاض قيمة المؤشر فيما بعد 2005.

ب- تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (9) نتائج تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية لعينة المصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل مصرف في سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول (9) المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.110	0.002	0.185	0.187	0.141	2005
0.133	0.002	0.196	0.198	0.136	2006
0.146	0.049	0.207	0.196	0.131	2007
0.144	0.049	0.206	0.190	0.129	2008
0.138	0.054	0.210	0.167	0.121	2009
0.131	0.055	0.186	0.169	0.113	2010
0.128	0.057	0.176	0.167	0.111	2011
0.120	0.049	0.152	0.168	0.112	2012
0.128	0.067	0.156	0.182	0.106	2013
0.131	0.065	0.171	0.181	0.109	2014

0.131	0.063	0.164	0.181	0.114	2015
0.120	0.051	0.156	0.165	0.108	2016
0.125	0.048	0.156	0.181	0.116	2017
0.117	0.036	0.143	0.181	0.109	2018
0.114	0.034	0.144	0.174	0.106	2019
0.128	0.046	0.173	0.179	0.118	المتوسط
0.146	0.067	0.210	0.198	0.141	الحد الاقصى
0.110	0.002	0.143	0.165	0.106	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

يتضح من الجدول (9) مدى الاهتمام الكبير من قبل المصارف الكندية في الملاك الوظيفي خلال مدة الدراسة في TD Bank Group تبدأ المدة بقيمة مرتفعة للمؤشر تصل الى (0.141) في عام 2005 اذ تولي إدارة المصرف جانب كبير من الاهتمام بالملاك الوظيفي اذ يتم شغل ما يقرب من 50% من فرص العمل من قبل الموظفين مما يدل على دعم TD للتقدم الوظيفي والنمو اذ ترى إدارة المصرف بان أساس عملها واستمرار بقائها وتزايد ربحيتها وسمعتها مرهون بملاكها الوظيفي اذ كلما كان الموظف مرتاح في عمله ويشعر بأهميته وثقله وانه عنصر مؤثر في خطة العمل كلما اصبح مبدع اكثر واصبح لديه ولاء كبير لذلك اخذت النفقات على الملاك الوظيفي بالتزايد خلال السنوات اللاحقة لل2005 لكن في الوقت نفسه ثمارها بدأت تظهر من خلال تزايد الإيرادات بصورة مستمرة وملحوظة مما ادى الى انخفاض نسبة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية حتى وصلت الى (0.106) في عام 2019.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

ان الجدول (9) يوضح قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لRoyal Bank خلال مدة الدراسة (2005-2019) اذ بدأت المدة بقيمة مرتفعة للمؤشر والتي تبلغ (0.198) في عام 2006 وذلك بسبب تنوع الانشطة الداعمة للموظف والتي تعمل إدارة المصرف على ابتكارها لتطوير مهاراته وجعله مبدع اكثر من خلال توفير السفريات الترفيهية للعاملين والاهتمام بتوفير بيئة صحية ونظيفة وكذلك ارسالهم في دورات تدريبية سواء خارج المصرف او تدريبهم داخل المصرف والاهتمام بالجانب الصحي وتوفير الضمان الاجتماعي والتقاعد وغيرها مما أدى الى تزايد نفقات المسؤولية الاجتماعية المتمثلة بالنفقات على الموظفين خلال السنوات التالية ل2006 الى نهاية 2019 بالمقابل أيضا اخذت

الإيرادات تتزايد بصورة مستمرة بالمقابل النفقات اخذت بالتزايد بنفس الوتيرة السابقة ولكن ابطئ من تزايد الإيرادات مما أدى الى انخفاض نسبة المؤشر حتى وصلت الى (0.165) في عام 2016.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

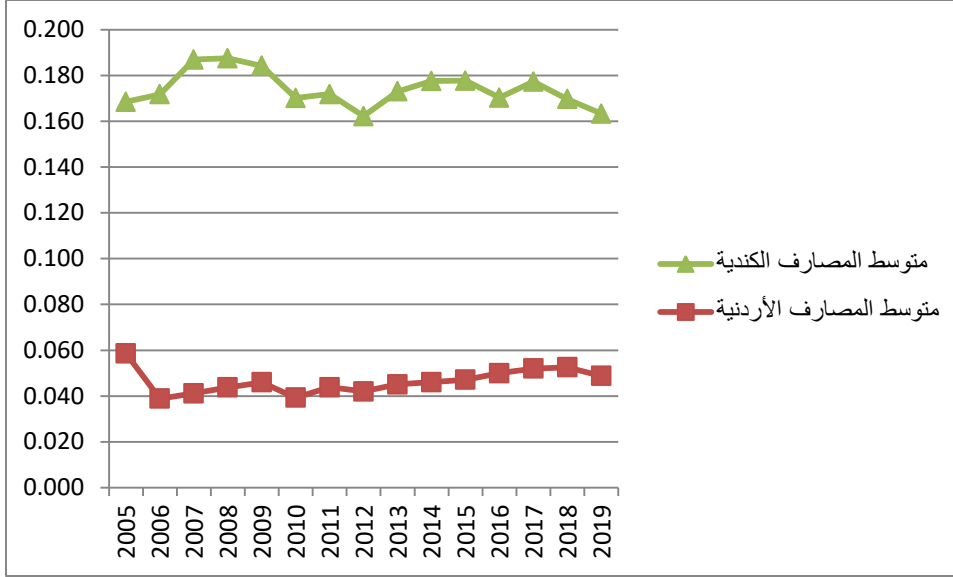
يتضح من الجدول(9) المبين أعلاه ان اعلى قيمة لمؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لمصرف BMO Financial Group كانت في سنة 2009 والبالغة (0.210) وذلك بسبب كبر مبلغ النفقات على الملاك الوظيفي للمصرف خلال هذه السنة نسبة الى الإيرادات المتحققة مما أدى الى ان قيمة المؤشر تصبح مرتفعة قياسا بباقي السنوات اذ ان ادنى نسبة تحققت فيها في سنة 2019 وبلغت (0.143) نتيجة لكبر مبلغ الإيرادات المتحققة قياسا بالمبالغ المنفقة على الموظفين كانت تتزايد ولكن بوتيرة متباطئة مما تسبب في انخفاض قيمة المؤشر في السنوات التالية ل2009 وليس قصورا من المصرف في دعم الملاك الوظيفي.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

ان الجدول(9) يوضح درجة اهتمام إدارة المصرف بالموظفين ومراعاتهم من خلال قيم المؤشر الموضحة فيه من (2005- 2019) والتي اخذت بالتفاوت بين الارتفاع تارة والانخفاض تارة أخرى حسب الوضع الخاص بالمصرف ومدى امكانيته في الانفاق من عدمه اذ كانت اعلى نسبة في سنة 2013 والتي تبلغ (0.067) وهي نسبة مرتفعه من الإيرادات قياسا بباقي سنوات الدراسة مما أدى الى ظهور قيمة المؤشر بهذا الرقم في حين ادنى نسبة كانت في سنة 2005 و2006 على التوالي اذ كانت قيم المؤشر في هذه السنتين (0.002) اذ كانت مبالغ الإيرادات مرتفعة في هذ السنوات وان مبالغ النفقات على الموظفين تعد جزء بسيط منها مما أدى الى ان قيم المؤشر تظهر بصورة منخفضة خلال السنتين الأولى من مدة الدراسة.

ج- مقارنة متوسط مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (4) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة وكما مبين ادناه:



الشكل (4) متوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

أظهرت نتائج التحليل على وفق الشكل(4) لمؤشر المسؤولية الاجتماعية الداخلية ان المصارف عينه الدراسة تتفاوت في نسب المسؤولية الاجتماعية الداخلية من سنة الى أخرى على وفق التفاوت الذي ظهر في نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة خلال سنوات التحليل والذي عكس أيضا تفاوت وتباين المصارف عينه الدراسة في اهتمامها بملاكها العامل .

اذ ظهر على متوسط للمصارف الأردنية (0.059) في سنة 2005 مما يدل على ان إدارة المصارف لديها ميل كبير لدعم الموظف وتطوير إمكاناته واكتشاف مواهبه ودعمه من اجل الحصول على افضل ما لديه من قدرات اما ادنى متوسط بعدها مباشرة اذ كان (0.039) في 2006 والذي يبين ان التفات إدارة المصارف للموظف واهتماماته اقل من بقية السنوات وذلك بسبب انخفاض النشاط الاقتصادي للمصارف في هذه السنة.

اما بالنسبة للمصارف الكندية بلغ اعلى متوسط (0.146) كان في 2007 يدل ذلك على رغبة إدارة المصارف لدعم الموظف وتطوير إمكاناته ودعمه من اجل الحصول على افضل ما لديه من قدرات وان ادنى متوسط كان (0.110) في 2005 وان انخفاض النسبة يعود الى كبر حجم مبلغ الإيرادات المتحققة وان المبالغ المنفقة كمسؤولية اجتماعية داخلية قليلة وذلك بسبب قلة الاهتمام بالجوانب الاجتماعية من قبل

إدارة المصارف في تلك المدة وعدم الالتفات الى أهميتها في استمراره عمل المصرف وزيادة أرباحه مما دفع ان تكون متوسط قيمة المؤشر منخفضة في هذه السنة.

وبصورة عامة فان المصارف الكندية كانت افضل بكثير من المصارف الاردنية في هذا المجال اذ تعطي اهتمام كبير لاهتمامات الملاك الوظيفي ومتطلباته وان نفسية الموظف وشعوره بالأمان والانتماء داخل فريق العمل هو من أولويات إدارة المصرف واساس عمل ونجاح المصرف وسمعته واستمراره. وتعد هذه المعدلات مؤشرا على اهتمام المصارف بالمسؤولية الاجتماعية الداخلية متمثلة بالموظفين والعاملين داخل المصرف وفروعه والتي ظهرت عبر النسب والمتوسطات المتحققة الامر الذي يعكس قدرة عالية لدى تلك المصارف على توفير الدعم والعناية بموظفيها.

ثالثاً:- مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية

تتكون هذه النسبة من قسمة الاعانات والتبرعات الخارجية على اجمالي الإيرادات وكلما كانت النسبة اكبر كلما تبين ان المصرف يملك توجه اجتماعي افضل وكما يأتي:

$$\text{المسؤولية الاجتماعية الخارجية} = \frac{\text{التبرعات والاعانات الخارجية}}{\text{الإيرادات}}$$

أ- تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الأردنية

يظهر في الجدول(10) نتائج تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الأردنية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(10) المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.004	0.002	0.001	0.008	0.005	0.007	0.001	0.002	2005
0.004	0.006	0.003	0.001	0.007	0.007	0.001	0.002	2006
0.003	0.003	0.004	0.004	0.002	0.007	0.002	0.002	2007
0.004	0.002	0.005	0.001	0.006	0.008	0.004	0.002	2008
0.003	0.002	0.004	0.001	0.002	0.006	0.001	0.002	2009
0.003	0.001	0.004	0.002	0.003	0.010	0.001	0.003	2010
0.004	0.003	0.004	0.001	0.003	0.009	0.002	0.003	2011

0.004	0.003	0.004	0.001	0.002	0.010	0.003	0.004	2012
0.004	0.003	0.004	0.002	0.002	0.009	0.003	0.004	2013
0.007	0.003	0.004	0.020	0.002	0.010	0.003	0.004	2014
0.005	0.004	0.006	0.003	0.004	0.006	0.004	0.006	2015
0.005	0.004	0.005	0.002	0.004	0.008	0.003	0.006	2016
0.005	0.004	0.006	0.003	0.004	0.009	0.002	0.006	2017
0.005	0.004	0.005	0.006	0.005	0.007	0.003	0.007	2018
0.005	0.003	0.006	0.003	0.005	0.007	0.004	0.007	2019
0.004	0.003	0.004	0.004	0.004	0.008	0.002	0.004	المتوسط
0.007	0.006	0.006	0.020	0.007	0.010	0.004	0.007	الحد الأقصى
0.003	0.001	0.001	0.001	0.002	0.006	0.001	0.002	الحد الأدنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

يعرض الجدول (10) نتائج المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمصرف الأردني الكويتي خلال مدة الدراسة اذ بلغت اعلى نسبة (0.007) في عام 2018 وذلك بسبب كبر حجم مبلغ النفقات المتمثلة بالإعانات والتبرعات نسبة الى الإيرادات المتحققة في هذه السنة تحديدا بسبب توجيهات الحكومة الاردنية بضرورة الاهتمام بالبيئة ورعايتها والذي اسفر عن هذه التوجيهات إقرار قانون لحماية البيئة في عام 2017 وانطلاقا من هذه التوجيهات قامت إدارة المصرف الأردني الكويتي بإيلاء اهتمام كبير لقضايا البيئة ومنها تمويل مشاريع الطاقة المتجددة وإنجاز مشروع محطة لتوليد الطاقة الكهربائية والانضمام الى جمعيات حماية البيئة من التلوث والمشاركة في جمعية أصدقاء البحر الميت للحفاظ على نظافة البيئة والمشاركة بحملات التبرع بالدم وتوفير أجهزة الصراف الآلي للمعوقين والمكفوفين فكانت مبادرة المصرف واثره في حمايه البيئة واضحا خلال هذه السنه مما دفع قيمة المؤشر الى الارتفاع نسبة الى السنوات الأخرى, اما ادنى نسبة كانت في 2009 والتي تبلغ (0.002) ويعود ذلك الى ان الإيرادات المتحققة في هذه السنة هي جيدة نوعا ما اذ تزايدت عن السنوات السابقة بصورة ملحوظة ولكن الزيادة في مبلغ الإعانات والتبرعات للمجتمع كانت قليلة مما أدى الى ان تكون قيمة المؤشر منخفضه مقارنة بباقي سنوات الدراسة.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

من خلال الجدول(10) تتضح قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمصرف الاستثماري الأردني خلال المدة الممتدة من (2005-2019) والتي توضح مدى التفاوت في الارتفاع تارة والانخفاض تارة أخرى في قيمة المؤشر حسب كمية المبالغ المنفقة من قبل إدارة المصرف لخدمة

المجتمع والبيئة المحيطة بالمصرف اذ كانت اعلى نسبة للمؤشر في سنة 2008 وبقيمة (0.004) ويظهر ذلك واضحا في مساهمات المصرف في حماية البيئة ودعم المجتمع المحلي من خلال المشاركة في انشاء مشروع الطاقة النظيفة وكذلك تجديد المشاركة مع الجمعية الملكية لحماية الطبيعة وكذلك قام المصرف بالتعاون مع شركة التأمين الوطنية بأنشاء العيادات الطبية في أماكن متفرقة من البلاد وكذلك انشاء المرافق الترفيهية للأطفال في القرى البعيدة عن مراكز المدن وكذلك نشاطات للتقليل من محو الامية ونشر التوعية حول الامراض والابوئة وتعميم الثقافة الصحية في عموم المملكة الأردنية الهاشمية وبأشراف فرق خاصه, في حين اقل نسبة للمؤشر كانت (0.001) في 2005 اذ كان المبلغ المنفق على المجتمع المحلي بسيط جدا نسبة الى الإيرادات المتحققة في تلك السنة ربما السبب يعود الى قله الوعي لدى إدارة المصرف بأهمية وضرورة ودور البيئة في دعم ونجاح سير العمل المصرفي وعدم الالتفات لهكذا جوانب والتدقيق فيها مما أدى ان تظهر النسبة بهذه الكيفية المنخفضة في بداية مدة الدراسة.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الأردني ومناقشتها

ان التفاوت في قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية الموضح في الجدول(10) للمصرف التجاري الأردني خلال مدة الدراسة البالغة خمس عشرة سنة يعكس قدرة إدارة المصرف في دعم البيئة والصحة والرياضة ومكافحة الفقر والتعليم والاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة حسب الإمكانيات المتاحة وحسب الرغبات والدوافع المتوفرة وكذلك الإحساس بالمسؤولية اتجاه المجتمع باعتباره المؤثر الأول في خطط المصرف واستراتيجياته وسير العمل فيه لذلك عمدت إدارة المصرف انطلاقا من مبدأ الإحساس بالمسؤولية الى المساهمة في حمايه المجتمع المحلي وتوفير الدعم له ويتجلى ذلك في سنة 2010 بقيمة المؤشر البالغة (0.010) من خلال تدريب 85 طالب وطالبة من منتسبي الجامعات الأردنية بهدف ردف المجتمع المحلي بجيل واعى ومعد علميا لتطورات الصناعة المصرفية وكذلك الاستمرار بعمليات دعم الاسر المحتاجة وانشاء صندوق الايمان لدعم الايتام وانشاء نادي الكرمل الرياضي وغيرها من الفعاليات في مجال الفن والثقافة ,وان ادنى نسبة لهذا المؤشر كانت في عام 2009 و2015 والبالغة (0.006) يعود سبب هذا الانخفاض الى التزايد المتسارع للإيرادات والذي يعكس سمعة المصرف الجيدة وان المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية الخارجية تتزايد أيضا ولكن بوتيرة ابطأ مما أدى الى انخفاض قيمة المؤشر في هذه السنتين.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

يمكننا الاطلاع على مشاركات مصرف الأردن في دعم وحماية المجتمع المحلي من خلال قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية وكما موضح في الجدول (10) اذ يتبين ان اعلى قيمة كانت في سنة 2006 وبقيمة (0.007) اذ كانت المبالغ المنفقة على الإعانات والتبرعات كجزء من الإيرادات المتحققة رغم كونها اقل من باقي سنوات الدراسة الا انها كانت اعلى نسبة للمؤشر بسبب ان الإيرادات كانت في هذه السنة اقل من السنوات التالية لها وعند تقسيم الإعانات والتبرعات الخارجية على الإيرادات ظهرت النسبة مرتفعة في حين الاستمرارية في زيادة مبلغ الإيرادات المتحققة أدى الى انخفاض قيمة قيمة المؤشر في السنوات التالية لسنة 2005 اذ كلما زادت الإيرادات تصبح زيادة مبلغ الإعانات والتبرعات امامها قليله حتى وصلت الى اقل قيمة للمؤشر في عام 2012 وبقيمة (0.002).

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

يوضح الجدول(10) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لمصرف الإسكان الأردني خلال مدة الدراسة البالغة خمسة عشر سنة ممتدة من (2005-2019) اذ كانت اعلى نسبة في سنة 2014 والبالغة (0.020) اذ كانت التبرعات العينية والنقدية ذات قيمة كبيرة في هذه السنة مقارنة بباقي السنوات اذ تم التبرع فيها الى امانه عمان الكبرى ومؤسسة الحسين للسرطان ومؤسسة نهر الأردن وصندوق الأمان لمستقبل الايتام ومعهد الاعلام الأردني وبلدية زرقاء وبلدية الحسينية ومدرسة بلقيس ومدرسة جعفر الطيار ونادي اتحاد الطالبة ونادي عجلون الرياضي وجمعية سما الروسان للتعليم الجامعي وجمعية الاخوة لرعاية المسنين وجمعيات ذوي الاحتياجات الخاصة وغيرها الكثير من المؤسسات والجمعيات الخيرية في حين ادنى نسبة كانت في سنة 2009 وبقيمة بالغة (0.001) اذ كانت قيمة التبرعات والاعانات في هذه السنة منخفضة نسبة الى الإيرادات المتحققة مما أدى الى ظهور قيمة المؤشر بهذا القدر.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

عبر الجدول (10) يمكننا ملاحظة مدى التذبذب الحاصل في قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لمصرف القاهرة عمان اذ كانت اعلى نسبة في عام 2019 وبقيمة مؤشر بالغه (0.006) اذ استمر المصرف في رفع وتيرة نشاطاته في خدمة المجتمع خلال العام خاصة في المجال الصحي من خلال دعم مراكز الامراض السرطانية والفعاليات لتحسين حياة المواطن الأردني والمشاركة بدعم

المؤتمر السياحي الأول لتطوير السياحة في الأردن وكذلك دعم الكفاءات الأردنية من خلال جامعة الاميرة سميه لتجسير العلاقة بين التعليم الجامعي وسوق العمل ودعم برامج الأطفال والمسرح والفن والثقافة وغيرها العديد من النشاطات التي تم ترويضها لخدمة المجتمع والتي تسببت في ارتفاع قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية خلال العام , اما ادنى نسبة كانت في عام 2005 وبقيمة تصل الى (0.001) وذلك بسبب صغر حجم مبالغ الإعانات والتبرعات المنفقة خلال هذه السنة اقل من باقي السنوات التي تلتها نسبة الى الإيرادات المتحققة ربما يعود السبب في ذلك قلة النفقات إدارة المصرف لأهمية والدور الكبير الذي يلعبه المجتمع المحلي في دعم وزيادة سمعة المصرف وادائه المالي وان كان ليس في نفس السنه وانما تظهر نتائجه في المستقبل بالشكل أرباح مرتفعة او حصة سوقيه عالية او زبون ذو ولاء مرتفع .

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

ان الجدول (10) يبين مدى مساهمة مصرف المؤسسة العربية في تطوير المجتمع اذ كانت اعلى نسبة لمساهمة المصرف في دعم المجتمع المحلي والخارجي في عام 2006 وكانت (0.006) ومن ثم بدأت بالانخفاض تدريجيا حتى وصلت الى (0.001) في عام 2010 ومن ثم عادت الى الارتفاع مرة أخرى وبصورة مستمرة حتى نهاية مدة الدراسة ويعود سبب الارتفاع في قيمة المؤشر الى قيام المصرف بتوفير الدعم للشعبين اللبناني والفلسطيني ومركز الشابات المسلمات والصندوق الهاشمي ووزارة الأوقاف ودعم عدد من الأنشطة المتعلقة بالصحة والتعليم والثقافة والتعليم ومراكز السرطان والكلية والقلب ورعاية دور المسنين مثل جمعية العون الطبي للفلسطينيين ووزارة التنمية والاعمار ودور الايتام وغيرها الكثير من الأنشطة داخل المملكة وخارجها ومن ثم اخذت قيمة المؤشر بالانخفاض نتيجة لكبر حجم ثمره هذه الأنشطة الاجتماعية المتمثلة بكبر مبالغ الإيرادات المتحققة نتيجة السمعة الجيدة التي خلفتها على المصرف وان هذه الزيادة في الإيرادات جعلت الزيادة في الإعانات والتبرعات مهما كانت جيدة نوعا ما فهي تكون غير ظاهرة وتكون صغيره امام الزيادة المستمرة في الإيرادات .

ب- تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول(11) نتائج تحليل مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الكندية عينه الدراسة وخلال المدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة

والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(11) المسؤولية الاجتماعية الخارجية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.003	0.003	0.004	0.003	0.002	2005
0.003	0.003	0.004	0.004	0.003	2006
0.003	0.002	0.006	0.004	0.002	2007
0.004	0.002	0.006	0.005	0.003	2008
0.003	0.002	0.006	0.004	0.003	2009
0.004	0.002	0.005	0.005	0.003	2010
0.003	0.002	0.005	0.004	0.003	2011
0.003	0.002	0.006	0.003	0.003	2012
0.003	0.002	0.003	0.003	0.003	2013
0.003	0.002	0.003	0.003	0.003	2014
0.003	0.002	0.003	0.003	0.003	2015
0.002	0.002	0.003	0.002	0.003	2016
0.003	0.002	0.003	0.002	0.003	2017
0.003	0.002	0.003	0.003	0.003	2018
0.003	0.002	0.003	0.003	0.003	2019
0.003	0.002	0.004	0.003	0.003	المتوسط
0.004	0.003	0.006	0.005	0.003	الحد الأقصى
0.002	0.002	0.003	0.002	0.002	الحد الأدنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

يلاحظ من الجدول(11) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية TD Bank Group وخلال مدة الدراسة (2005-2019) اذ ان اعلى نسبة كانت في سنة 2008 والبالغة (0.003) ويعود سبب الارتفاع في النسبة الى مساهمات المصرف في خدمة المجتمع المحلي من خلال دعم الجانب البيئي عن طريق العمل على الانتقال الى اقتصاد منخفض الكربون بحلول عام 2030 وكذلك العمل على الانتقال الى التعامل بالسندات الخضراء ضمن اطار البيئة الصحية منخفضة الكربون كذلك يشارك TD بنشاط في الحوار العالمي لمعالجة قضايا تغير المناخ من خلال جمعية المعايير الكندية ومجموعات المؤسسات المالية التابعة لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة التي تركز على مخاطر المناخ في الإقراض والاستثمار والتأمين وكذلك يعمل المصرف على توفير الإعانات والتبرعات ليس فقط الى المجتمع المحلي وانما

لدول الخارج مثل الولايات المتحدة وغيرها من الدول التي تكون بحاجة للتبرعات لمعالجة الفقر او اللاجئين وبالنتيجة كل هذه المساهمات تعود بالفائدة على تحسين سمعة المصرف اذ تصبح سمعته عالمية بدل ان تكون محلية وبالتالي زيادة الإيرادات المتحققة وان هذه الزيادة في الإيرادات بصورة متسارعة ومستمرة أدت الى ان تكون قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية مرتفعة تارة و منخفضة تارة أخرى ففي عام 2007 كانت ادنى نسبة (0.002) اذ كانت المبالغ المخصصة للإعانات والتبرعات في هذه السنة اقل من السنوات اللاحقة والسابقة لها مما اثر على قيمة المؤشر بالانخفاض .

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

يوضح الجدول(11) مدى التغيرات الحاصلة في قيمة مؤشر المسؤولية الاجتماعية ل Royal Bank خلال مدة الدراسة البالغة خمس عشرة سنة والتي تعكس مدى مساهمة إدارة المصرف في دعم الأنشطة الاجتماعية والبيئة والصحة والتعليم ومكافحة الامراض والابوئة اذ ان اعلى نسبة توصل اليها المصرف هي (0.005) في 2008 و 2010 وسبب الارتفاع في النسبة يعود الى كبر مبلغ الإعانات والتبرعات المنفقة خلال هذه السنوات نسبة الى الإيرادات المتحققة فيهما والتي ظهرت ثمرتها في كبر حجم المبالغ المتحصلة كإيرادات خلال السنوات التالية لعام 2010 حتى نهاية مدة الدراسة وان مبالغ الإعانات والتبرعات أيضا هي الأخرى اخذت تتزايد مع تزايد الإيرادات ولكن بوتيرة ابطأ اذ انها مهما تزايدت تبقى جزء معين من الإيرادات مما اثر على ان قيمة المؤشر اخذت بالانخفاض حتى وصلت في عام 2016 لقيمة (0.002) وهذا لا يعكس ضعف مساهمة المصرف في خدمة المجتمع وانما بسبب تزايد الإيرادات بصورة مستمرة ومتسارعة.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

يعرض الجدول (11) قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية لBMO Financial Group خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) والتي تبين انها بدأت بأعلى نسبة في عام 2008 والبالغة (0.006) وبدأت تنخفض تدريجيا حتى انتهت باقل قيمة في عام 2019 والبالغة (0.003) والتي تظهر مدى اهتمام إدارة المصرف بحماية البيئة من التلوث ودعم الأنشطة الاجتماعية من رعاية الايتام ودور المسنين والاهتمام بالجانب الصحي ودعم مراكز معالجة الامراض المزمنة كالقالب والكلى والامراض السرطانية وكذلك الاهتمام بالجانب التعليمي للطلاب وتوفير البعثات لهم لغرض اكمال الدراسات في الخارج وتنمية مواهب أبناء المجتمع وتطويرها ودعم المزارعين وأصحاب الحرف والمهن الحرة مما

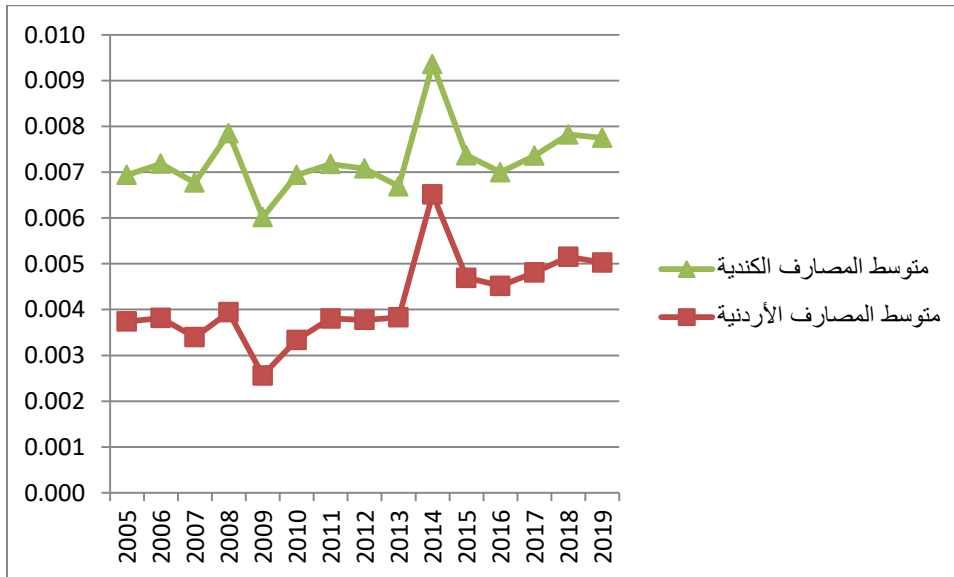
أدى الى تطور سمعة المصرف وهذا التطور في السمعة دفع اعداد كبيرة من الافراد الى التعامل مع المصرف مما زاد من حصته السوقية وبالتالي زادت ربحيته أيضا مما أدى الى انخفاض قيمة المؤشر في سنة 2019 اذ انه كلما زادت الإيرادات زادت معها الإعانات والتبرعات ولكن بوتيرة ابطأ و تبقى جزء منها.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

من الجدول (11) نلاحظ مدى التفاوت الحاصل في قيم مؤشر المسؤولية الاجتماعية ل Scotia bank خلال مدة الدراسة والتي تبدأ بأعلى قيمة في عام 2005 وبنسبه (0.003) وتأخذ بالانخفاض حتى تصل الى (0.002) في 2009 ثم تستمر في الانخفاض ولكن بنسب اقل وتعود الى الارتفاع مرة أخرى وأيضا بنسب اقل هذا التفاوت في القيمة يعود الى ان مبالغ الإعانات والتبرعات كانت مرتفعة نسبة الى الإيرادات خلال عام 2005 ولكن باستمرارية تزايد الإيرادات بصورة متسارعة أدى الى انخفاض قيمة المؤشر في السنوات التالية لعام 2005 وان مبالغ الإعانات والتبرعات أيضا اخذت بالتزايد ولكن بوتيرة ابطأ منها مما أدى الى ان تعود قيم المؤشر الى الارتفاع في السنوات الأخيرة من مدة الدراسة.

ج- مقارنة مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمصارف عينة الدراسة

يعرض الشكل (5) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية مرتبه تنازليا لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينة الدراسة وكما مبين ادناه:



الشكل (5) متوسطات مؤشر المسؤولية الاجتماعية الخارجية للمصارف عينة الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

تشير هذه المعدلات الى إمكانية المصارف ورغبتها في دعم الأنشطة الاجتماعية بكافة أنواعها سواء كانت صحية او بيئية او اجتماعية او أنشطة ضمان اجتماعي وتقاعد او رعاية الايتام او مساعد اللاجئين في دول أخرى ومحو الامية والمشاركة في المهرجانات العلمية والتوعوية سواء في داخل المجتمع المحلي المحيط بالمصرف او المجتمع خارج حدود البلد الام للمصرف من خلال حملة الإعانات والتبرعات التي تقوم بها إدارة كل مصرف وتستمر وبصورة متزايدة خلال السنوات بهدف توفير بيئة حية ملائمة للعيش بسلام .

ومن خلال المعدلات التي حققتها المصارف نلاحظ خلال سنوات الدراسة يمكن معرفة مدى اهتمام كل مصرف بخدمة المجتمع فيما اذا كانت منخفضة او مرتفعة حسب إمكانيات المصرف ورغبته بذلك.

وبالرجوع الى الشكل(5) نجد ان اعلى متوسط تحقق للمصارف الأردنية والذي يبلغ (0.007) كان في 2014 ويدل ذلك على مدى الوعي الموجود لدى إدارة المصارف بأهمية الأنشطة الاجتماعية التي تساهم بها والفوائد التي تجنيها منها فضلا عن الفائدة التي يحصل عليها أبناء المجتمع الأردني بينما اقل متوسط كان في سنة 2009 وبقيمة بالغة (0.003) ويدل ذلك ان مساهمة المصارف في خدمة المجتمع خلال هذه السنة كانت اقل من بقيه السنوات في العينة الأردني عينه الدراسة .

اما بالنسبة لعينة المصارف الكندية بلغ اعلى متوسط (0.004) وكان في 2010 ويدل ذلك على كبر حجم المبالغ المنفقة على الإعانات والتبرعات من قبل إدارة المصارف نسبة الى باقي السنوات خلال مدة الدراسة في حين كان ادنى متوسط في 2016 وبقيمة (0.002) ويعني ذلك ان مشاركة المصارف في هذه السنة كانت اقل من باقي سنوات مدة الدراسة .

وبالتالي ان المصارف الكندية افضل بكثير من المصارف الأردنية في مجال الأنشطة المجتمعية من ناحية هذا المؤشر.

- مقارنة متوسط مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينة الدراسة

يعرض الجدول (12) المتوسطات لمؤشرات المسؤولية الاجتماعية (مرتبة تنازليا) للمصارف الأردنية والكندية عينة الدراسة وكما مبين أدناه:



الجدول (12) الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف عينة الدراسة

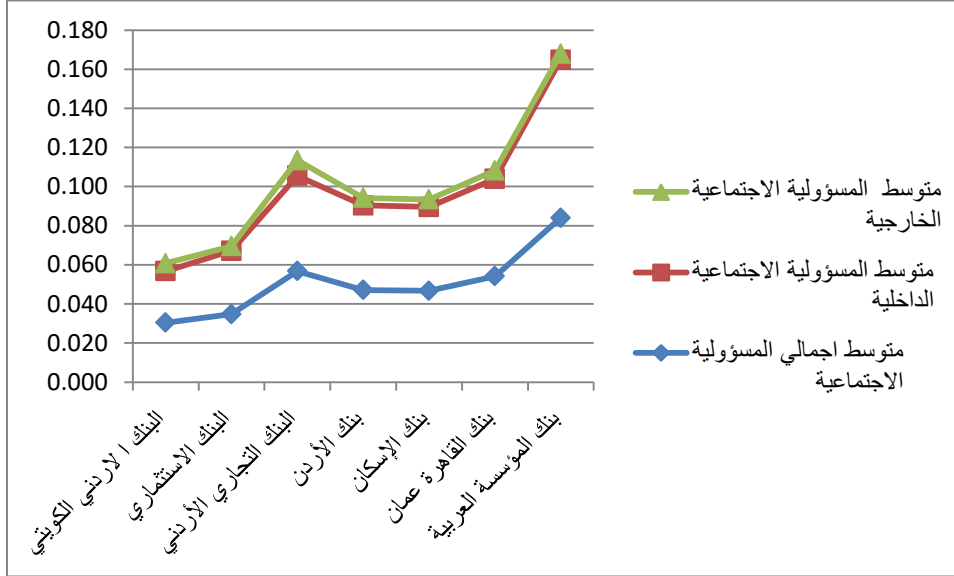
المصارف الكندية				المصارف الاردنية				المؤشرات
الأدنى		الأقصى		الأدنى		الأقصى		
Scotiabank	0.048	Royal Bank	0.182	البنك الأردني الكويتي	0.030	بنك المؤسسة العربية	0.084	اجمالي المسؤولية الاجتماعية
Scotiabank	0.046	Royal Bank	0.179	البنك الأردني الكويتي	0.026	بنك المؤسسة العربية	0.081	المسؤولية الاجتماعية الداخلية
Scotiabank	0.002	BMO Financial Group	0.004	البنك الاستثماري	0.002	البنك التجاري الاردني	0.008	المسؤولية الاجتماعية الخارجية

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

بالنسبة للمصارف الاردنية عينة الدراسة وبعد ترتيبها تنازليا من اعلى قيمة للمتوسط الى ادنى قيمة و حسب كل مؤشر , يظهر من الجدول (12) ان اعلى قيمة كانت لمصرف المؤسسة العربية من ناحية مؤشر اجمالي المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية الداخلية والتي بلغت (0.084, 0.081) على التوالي , والتي تبين مدى اهتمام مصرف المؤسسة العربية بالأنشطة الاجتماعية والمتمثلة بالإعانات والتبرعات وتقديم الدعم المادي والعيني للعديد من النشاطات في مختلف مجالات التعليم والبيئة والرياضة والصحة ومعالجة الفقر , بالإضافة إلى مساهماته في خدمة المجتمع الداخلي المتمثل بالموظفين والعاملين داخل المصرف من اجل تمكين الموظفين من اكتساب مهارات واكتشاف وتوظيف المواهب الرائدة التي تساعد على تغيير طريقة العمل وتمكين القوى العاملة من الازدهار الآن وفي المستقبل, اما ادنى قيمة للمؤشرين كانت للبنك الأردني الكويتي والتي بلغت (0.030) لأجمالي المسؤولية الاجتماعية و(0.026) للمسؤولية الاجتماعية الداخلية والتي تبين مدى الانخفاض في دعم المجتمع من قبل المصرف الأردني الكويتي نسبة الى باقي المصارف عينة الدراسة .

في حين مساهمات المصارف الأردنية في المسؤولية الاجتماعية الخارجية كانت الأفضل لدى المصرف التجاري الأردني والتي بلغت (0.008) , إذ اخذ المصرف على عاتقه دعم وتكثيف النشاطات والفعاليات في الاعمال والثقافة والفنون ومن اهم المجالات التي اهتم بها هو المجال البيئي , كذلك دوره في نمو سوق السندات الخضراء حيث ساعد المزارعين على تحويل الأجزاء غير الاقتصادية أو الحساسة من أراضيهم الزراعية إلى مشاريع صديقة للبيئة, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت للمصرف الاستثماري وبلغت

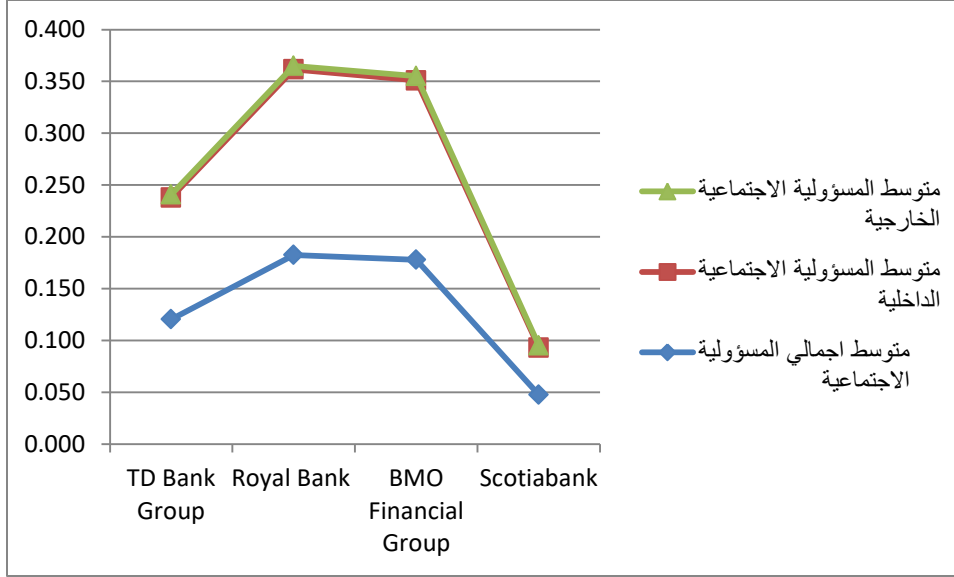
(0.002) والتي تعكس ضعف مساهمة المصرف في الأنشطة الاجتماعية ورعاية البيئة وخدمة المجتمع. والشكل (6) يوضح ذلك :



الشكل (6) متوسط مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الأردنية عينة الدراسة

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

أما بالنسبة للمصارف الكندية عينة الدراسة بعد ترتيبها تنازليا تبين من الجدول (12) أعلاه ان افضل المصارف مساهماتاً في الأنشطة الاجتماعية هو Royal Bank , اذ كان متوسط اجمالي المسؤولية الاجتماعية (0.182) اما متوسط المسؤولية الاجتماعية الداخلية بلغ (0.179) , ويعد الأفضل نسبة الى باقي المصارف الكندية عينة الدراسة من ناحية المشاركة بخدمة المجتمع والبيئة , اما ادنى متوسط كان لمصرف Scotiabank والبالغ (0.048, 0.046) لأجمالي المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية الداخلية على التوالي , اما المسؤولية الاجتماعية الخارجية كان الأفضل مساهمة فيها هو BMO Financial Group وبقيمة بالغة 0.004 , في حين ادنى قيمة كانت للمصرف Scotiabank والبالغة 0.002. وكما موضح في الشكل (7) :-



الشكل (7) متوسط مؤشرات المسؤولية الاجتماعية للمصارف الكندية عينة الدراسة

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

وبصورة عامة وعند المقارنة بين المصارف الأردنية والكندية عينة الدراسة اجمالاً تبين ان المصارف الكندية افضل بكثير من مصارف الأردنية في مجال الأنشطة المجتمعية من ناحية المبالغ المنفقة على الإعانات والتبرعات فهي اكبر من المصارف الأردنية, وكذلك التنوع والابتكار في الأنشطة الاجتماعية وكذلك نطاق انفاق هذه المبالغ يكون أوسع اذ يصل الى اكثر من دوله اجنبية وليس الاقتصار على المجتمع الكندي فقط .

المبحث الثاني

تحليل مؤشرات سمعة المصرف

توطئة

أن قياس الموجودات غير الملموسة يمثل تحديًا جوهريًا للأوساط العلمية المالية, إذ يعد تحديد قيمة لسمعة المصرف او أي منظمة اخرى أمرًا يربك الباحثين حول العالم, على الرغم من البحث الغزير في هذه القضية لا يزال قياسه يحير العلماء والممارسين, و على الرغم من العدد الكبير من طرق المسح وجمع الآراء مثل الاستبانة وغيرها التي تم استخدامها على نطاق واسع الا انها لم تكن بالدقة المطلوبة ولكنها مهدت الطريق للأدوات الكمية لقياس سمعة المصرف, لذلك كان لابد من إيجاد طرق كمية تعتمد على بيانات حقيقية ملموسة لقياس ومعرفة سمعة المصرف وان الرؤية الاجتماعية تجعل المصرف او أي منظمة أخرى مرئية للجمهور من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات, وبالتالي ينعكس ايجابيا على سمعة المصرف وسيتناول هذا المبحث ما يأتي:-

أولا :- عائد المساهمين

ويحسب عائد المساهمين من خلال المعادلة الآتية:-

عائد المساهمين = (التغيير في سعر السهم + توزيعات الأرباح) / سعر إغلاق السهم للسنة السابقة

اذ ان:

التغيير في سعر السهم = (سعر إغلاق السهم للسنة الحالية - سعر إغلاق السهم للسنة السابقة) / سعر الإغلاق للسنة السابقة.

أن السمعة تعزز القيمة السوقية للمصارف اذ ان عائد حامل الأسهم هو محرك أساسي للسمعة وهذا العائد يمكن استخدامه كبديل لسمعة المصرف فعائد المساهمين هو مقياس لرضا المستثمر الذي يقدم سببًا لأصحاب المصلحة الآخرين لتقنتهم في المصرف.

أ- تحليل مؤشر عائد المساهمين كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (13) نتائج تحليل مؤشر عائد المساهمين لعينة المصارف الاردنية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول (13) عائد المساهمين كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الأردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.243	0.120	0.139	0.282	0.101	0.273	0.449	0.337	2005
0.001	-0.042	-0.035	0.006	-0.039	-0.075	-0.046	0.240	2006
0.162	-0.002	0.055	0.119	0.082	0.265	0.000	0.615	2007
0.003	-0.057	0.010	0.146	0.011	-0.018	-0.057	-0.016	2008
-0.006	-0.106	0.055	0.008	0.097	-0.102	-0.076	0.079	2009
0.224	0.144	0.318	0.056	0.291	0.354	0.142	0.260	2010
-0.012	-0.008	0.076	0.047	-0.007	-0.300	0.027	0.082	2011
0.049	0.081	0.120	0.051	0.124	-0.106	-0.054	0.125	2012
0.177	0.199	0.181	0.055	0.180	0.136	0.115	0.375	2013
0.145	0.122	0.115	0.060	0.148	0.191	0.158	0.220	2014
0.097	0.198	0.013	0.057	0.062	0.123	0.106	0.119	2015
0.156	0.204	0.017	0.050	0.137	0.233	0.244	0.205	2016
0.069	0.026	-0.022	0.031	0.092	-0.071	0.098	0.331	2017
-0.008	-0.088	0.063	0.034	-0.019	-0.220	0.059	0.113	2018
0.174	-0.144	-0.065	-0.009	0.083	1.029	0.083	0.241	2019
0.098	0.043	0.069	0.066	0.090	0.114	0.083	0.222	المتوسط
0.243	0.204	0.318	0.282	0.291	1.029	0.449	0.615	الحد الاقصى
-0.012	-0.144	-0.065	-0.009	-0.039	-0.300	-0.076	-0.016	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

يعرض الجدول (13) أعلاه قيم عائد المساهمين للمصرف الأردني الكويتي للمدة الممتدة (2005-2019) ويتضح ان اعلى قيمة للعائد كانت في سنة 2007 والذي يبلغ (0.615) وسبب هذه الزيادة يعود الى ان قيمة التغير في سعر السهم اكبر من السنوات السابقة واللاحقة لسنة 2007 فضلا عن ان توزيعات الأرباح كانت مرتفعة نوعا ما في هذه السنة والذي يبين مدى اهتمام المصرف بمساهمييه اذ يقوم المصرف بتطوير علاقة إيجابية مع المساهمين قائمة على الشفافية وتوفير المعلومات لهم من خلال التقارير المالية والقوائم المالية الموحدة بالتالي تتولد ثقة واطمئنان لديهم بإدارة المصرف لأموالهم بصورة جيدة وان نتيجة ذلك يعود على المصرف بالسمعة الجيدة وزيادة الزبائن والمستثمرين المتعاملين مع المصرف و زيادة تعاملاته المالية ونتيجة هذا التطور في عمله زادت ربحيته وان زيادة الربحية تنعكس على زيادة العائد اذ كلما زادت الربحية زاد العائد الذي يحصل عليه المساهم في نهاية السنة المالية اما ادنى عائد الذي حصل عليه المساهمين كان في سنة 2008 ويبلغ (-0.016) وان سبب

الانخفاض يعود الى ان التغير في سعر السهم كان منخفض وبالقيمة السالبة وسبب ذلك لان سعر الاغلاق للسنة الحالية اصغر من سعر اغلاق السنة السابقة وذلك بسبب الاحداث السياسية التي عانت منها الدول المجاورة للمملكة والتي اثرت على وتيره النشاط الاقتصادي فيها عموما ونشاط السياحة وتحويلات العاملين على وجه الخصوص وارتفاع أسعار النفط عالميا والغاز الطبيعي وأسعار المواد الغذائية وبطئ تعافي الاقتصاد العالمي من ازمة الديون السيادية لمنطقة اليورو وخفض التصنيفات الائتمانية لعدد من الدول بما فيها الأردن بسبب الازمة المالية العالمية التي حدثت في 2008 اذ انخفض الرقم القياسي العام لأسعار الأسهم المرجح بالقيمة السوقية .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

ان الجدول (13) أعلاه يعرض قيم عائد المساهمين للمصرف الاستثماري الأردني خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) اذ يتبين ان اعلى قيمة للعائد كانت في سنة 2005 والتي تبلغ (0.449) وذلك بسبب ان سعر الاغلاق للسهم للسنة الحالية اكبر من سعر اغلاق السنة السابقة وبالتالي ان التغير في قيمة السهم كان كبير فضلا عن ان توزيعات الأرباح في هذه السنة كانت مرتفعة قياسا بباقي سنوات الدراسة .مما يبين مدى نشاط المصرف في تعاملاته وقدرته على توليد الأرباح من خلال استثمار أموال المودعين بصورة جيدة وبالتالي كانت نتيجة هذا النشاط تحقيق ربحية جيدة و عائد المساهمين جيد أيضا وانعكس ذلك على سعر السهم بسبب السمعة الجيدة للمصرف التي تظهر في سعر السهم اما ادنى عائد يحصل عليه المساهم كان في سنة 2009 والبالغة (-0.076) ويعود سبب هذا الانخفاض الى ان سعر اغلاق السهم للسنة الحالية اصغر من سعر اغلاق السنة السابقة أي ان سعر السهم انخفض في هذه السنة بسبب انخفاض توزيعات الأرباح لهذه السنة اذ كانت اقل بكثير نسبة الى كل سنوات الدراسة السابقة واللاحقة لها مما انعكس ذلك على عائد المساهم وبالتالي انخفضت سمعة المصرف أيضا.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

يبين الجدول(13) الموضح أعلاه ان اعلى قيمة لعائد المساهمين في المصرف التجاري الأردني خلال مدة الدراسة كانت في 2019 والتي تبلغ (1.029) وذلك بسبب كون سعر اغلاق السهم للسنة الحالية اكبر من سعر اغلاق السنة السابقة فضلا عن ان توزيعات الأرباح لهذه السنة أيضا مرتفعة قياسا بباقي سنوات الدراسة أي ان المصرف في هذه السنة حقق ربحية جيدة نتيجة لنشاطاته المتنوعة والخطط الاستثمارية الجيدة التي يعمل بها فضلا عن اهتمامه بزبائنه المودعين والمستثمرين من اجل المحافظة

عليهم وجذب زبائن جدد من خلال السمعة التي يبنونها لنفسه بالتالي تزداد حصته السوقية وينعكس ذلك على زيادة الأموال المودعة والمستثمرة للمصرف , اما ادنى نسبة للعائد كانت في سنة 2011 والتي تبلغ (-0.300) اذ مر البلد خلال هذا العام بتقلبات جيوسياسية أدت الى تذبذب أسعار النفط والسياسة النقدية الميسرة المصحوبة بغلق الحدود الأردنية العراقية والأردنية السورية بوجه الصادرات , وتراجع الاستثمارات الخارجية وتذبذب أسعار الطاقة فضلا عن أزمة اللاجئين السوريين كذلك تفاقم الصراع الإقليمي والتوقعات الاقتصادية السلبية لمجلس التعاون الخليجي فهي أيضا تؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني, مما أدى الى انخفاض العائد المتحقق في هذه السنة مما دفع سعر السهم في هذه السنة اصبح منخفض اقل من السنة السابقة والتي تبين ان نشاط المصرف انخفض في هذه السنة وانعكس ذلك على الربحية المنخفضة التي حققها المصرف اذ اثرت على سمعته بصورة كبيرة والتي انعكست في توزيعات الأرباح المنخفضة التي حصل عليها كل سهم كحصه من الربحية المتحققة خلال العام الحالي.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

من خلال الجدول (13) يمكننا الاطلاع على كمية العوائد المتحققة لكل مساهم خلال كل سنة من سنوات الدراسة لمصرف الأردن والتي تبين مدى اهتمام المصرف بمساهميه اذ ان اعلى عائد كان (0.291) في 2010 وذلك بسبب ان سعر اغلاق السنة الحالية اكبر من سعر اغلاق السهم للسنة السابقة وبالتالي فان قيمة التغير في سعر السهم أصبحت مرتفعة قياسا بباقي السنوات فضلا عن ان حصة السهم من الربحية المتحققة خلال هذا العام مرتفعة مقارنة بباقي سنوات الدراسة السابقة واللاحقة لسنة 2010 مما انعكس بصورة جيدة على قيمة عائد السهم التي حصل عليها كل مساهم من مساهمي المصرف خلال العام اذ انه كلما كانت ربحية السهم مرتفعة كلما زاد سعره وانعكس ذلك بصورة جيدة على سمعته اذ تصبح افضل بكثير ولكن سرعان ما انخفضت قيمة العائد المتحققة مباشرة في سنة 2006 اذ أصبحت (-0.039) وذلك بسبب الاحداث السياسية التي عانت منها الدول المجاورة للمملكة والتي اثرت على وتيره النشاط الاقتصادي فيها عموما ونشاط السياحة وتحويلات العاملين على وجه الخصوص وارتفاع أسعار النفط عالميا والغاز الطبيعي وأسعار المواد الغذائية وبطء تعافي الاقتصاد العالمي من أزمة الديون السيادية لمنطقة اليورو وخفض التصنيفات الائتمانية لعدد من الدول بما فيها الأردن كذلك انخفاض الرقم القياسي العام لأسعار الأسهم المرجح بالقيمة السوقية مقارنة بعام 2010.

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

نلاحظ من الجدول(13) العوائد التي حققها مصرف الإسكان خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) والتي يتبين منها ان اعلى عائد كان (0.282) في عام 2005 ويرجع ذلك الى نشاط المصرف الواضح في هذه السنة والذي ينعكس في مضاعفة الودائع والمدخرات بمختلف أنواعها ومصادر نتائجها للجهود المبذولة في مجال حشد الودائع والمدخرات وتطوير الحوافز والمزايا والجوائز التي يمنحها لأصحاب حسابات التوفير تشجيعا لهم وتوفير التسهيلات الائتمانية لأصحاب المشاريع الهادفة الى تشجيع الاستثمار ونتيجة لذلك وصلت محفظة ائتمان المصرف الى مستوى جيد مما أدى ذلك الى ارتفاع ربحية المصرف بالتالي انعكس ذلك على سعر السهم في هذه السنة ارتفع أيضا فضلا عن حصة السهم من الربحية أيضا ارتفعت مما أدى الى تحسين سمعة المصرف, في حين ادنى معدل عائد متحقق كان (-0.009) في عام 2006 وذلك بسبب الظروف الاستثنائية التي يمر بها البلد خلال المدى المنظور وما خلفتها من اثار سلبية ناجمة عن استمرار الأوضاع السياسية المضطربة وتأثيرها على الاقتصاد الوطني بصورة عامة وعلى المصرف بصورة خاصة فقد انخفض الدخل المتحقق خلال العام لذلك تقرر توزيع أرباح على المساهمين بنسبه 20% من القيمة الاسمية للسهم على المساهمين مما أدى الى انخفاض سعر السهم في هذه السنة اقل من السنة السابقة مما اثر على سمعة المصرف سلبيا وكانت نتيجة هذه الظروف هو انخفاض العائد المتحقق للمساهم.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

تبين من الجدول(13) ان اعلى عائد لمساهمي مصرف القاهرة عمان كان في سنة 2010 بقيمة (0.318) اذ شهد المصرف احتفالا بمرور خمسين عام على تأسيسه حقق خلالها عدة إنجازات متميزة ونمو ملحوظ في كافة الأنشطة التشغيلية والمالية توجت خلال العام بتحقيق نتائج مالية هي الأعلى منذ تأسيسه وذلك لثقة ودعم العملاء له اذ شهد هذا العام بؤادر الخروج من اسوء ازمة تعرض لها الاقتصاد كذلك تحسن اقتصادات الدول العربية نتيجة تعافي الاقتصاد وارتفاع أسعار النفط فضلا عن تحسن اقتصاد المملكة الملحوظ كذلك مساهمة المصرف المركزي الأردني بإعادة النشاط الاقتصادي اذ اتبع سياسة نقدية رامية الى المحافظة على الاستقرار النقدي اذ قام بتخفيض أسعار الفائدة من اجل التشجيع الائتماني وكذلك تحسن في المؤشرات المالية والتشغيلية والأداء والربحية المتحققة, مما انعكس على سعر اغلاق السنة الحالية للسهم كانت اعلى من سعر السنة السابقة وبالتالي زاد العائد المتحقق لكل سهم نتيجة لذلك مما انعكس إيجابيا على سمعة المصرف , اما ادنى عائد متحقق في عام 2019 بمعدل قدرة (-)

0.065) إذ مر البلد خلال هذا العام بتقلبات جيوسياسية أدت الى تذبذب أسعار النفط والسياسة النقدية الميسرة المصحوبة بغلق الحدود الأردنية العراقية والأردنية السورية بوجه الصادرات وتراجع الاستثمارات الخارجية وتذبذب أسعار الطاقة فضلا عن أزمة اللاجئين السوريين فضلا عن تقادم الصراع الإقليمي والتوقعات الاقتصادية السلبية لمجلس التعاون الخليجي فهي أيضا تؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني مما أدى الى انخفاض العائد المتحقق في هذه السنة.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

يلاحظ من الجدول(13) ان اعلى قيمة للعائد المتحقق لمصرف المؤسسة العربية كان (0.204) في عام 2016 وبالرغم من التحديات التي تواجه الاقتصاد الأردني بصورة خاصة والاقتصاد العربي بصورة عامة الا ان المصرف بقي مستمر في تحقيق نسب نمو مقبولة مع بقاء نسب التعثر ضمن المحفظة الائتمانية لتسهيلات المصرف وقروض التجزئة ضمن الحدود المقبولة وان النتائج التي تحققت تبين متانه وضع المصرف وقدرته على مواصلة تحقيق الأرباح رغم تأثره بالمناخ الاقتصادي بالمملكة وفي المنطقة بصورة عامة وتعكس هذه النتائج الكبيرة الجهود المبذولة من قبل مجلس إدارة المصرف والإدارة التنفيذية والعاملين لتنفيذ خطة المصرف الاستثمارية والاستراتيجية وسياسة المصرف التي تعني التحكم بالمخاطر والاعباء المصرفية وبالنتيجة كان انعكاسها واضحا في الأرباح المتحققة وبالتالي عوائد المساهمين وما ينتج عنها من سمعة جيدة للمصرف , اما ادنى عائد كان قد تحقق في عام 2019 وبقيمة بالغة (-0.144) وذلك بسبب كون الظروف الاقتصادية وظروف السوق كانت غير مواتية وان هيئة الأوراق المالية اثرت حسابيا على الربحية اذ قللتها بمقدار مليون دينار فضلا عن الظروف الاقتصادية التي يمر بها الاقتصاد العربي بصورة عامة في تلك المدة اثرت على سعر الاغلاق لسهم المصرف وبالتالي على ربحية السهم وسمعته فيما بعد .

ب- تحليل مؤشر عائد المساهمين لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول(14) نتائج تحليل مؤشر عائد المساهمين لعينة المصارف الكندية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما ياتي:

الجدول(14) عائد المساهمين كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.218	0.053	0.164	0.335	0.321	2005
0.257	0.053	0.161	0.324	0.488	2006
0.210	0.046	0.118	0.302	0.373	2007
0.145	0.057	0.129	0.128	0.265	2008
0.229	0.114	0.215	0.159	0.430	2009
0.174	0.069	0.171	0.122	0.332	2010
0.224	0.056	0.169	0.323	0.348	2011
0.264	0.067	0.238	0.384	0.366	2012
0.177	0.061	0.109	0.371	0.166	2013
0.187	0.051	0.184	0.339	0.176	2014
0.136	0.046	0.160	0.167	0.173	2015
0.171	0.071	0.181	0.186	0.245	2016
0.153	0.054	0.165	0.168	0.227	2017
0.147	0.048	0.162	0.162	0.216	2018
0.145	0.063	0.196	0.189	0.132	2019
0.189	0.060	0.168	0.244	0.284	المتوسط
0.264	0.114	0.238	0.384	0.488	الحد الاقصى
0.136	0.046	0.109	0.122	0.132	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من خلال الجدول(14) والذي يبين قيم عوائد المساهمين خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) للمصرف الكندي TD Bank Group اذ يتضح ان اعلى قيمة للعائد كانت (0.488) في عام 2006 وذلك بسبب ارتفاع سعر اغلاق السهم في هذه السنة بقيمة اكبر من سعر اغلاق السنة السابقة لكون ربحية السهم ازدادت عن السنة السابقة تقريبا ضعف قيمة الربحية مما أدى الى ارتفاع قيمة السهم في هذه السنة مما أدى الى ارتفاع راس المال المستثمر في هذه السنة بالتالي قاد الى هذه النتيجة وهي زيادة اجمالي الإيرادات المتحققة والأرباح والذي انعكس على حصة السهم من الربحية وسعر السهم مما أدى الى زيادة قيمة المساهمين وولد ثقة كبيره لدى المساهمين بإدارة المصرف والاطمئنان على أموالهم بانها تدار بصورة جيدة بالتالي سوف يتحول كل مستثمر الى أداة إعلامية للمصرف لتحسين سمعته اذ اصبح عائد المساهمين هو مؤشر لسمعة المصرف, اما ادنى قيمة للعائد كانت في سنة 2019 بقيمة تبلغ (0.132) اذ انخفض سعر اغلاق السنة الحالية عن السنة السابقة بصورة كبيرة بسبب تراجع الوضع

المالي للمصرف في هذه السنة أدى الى انخفاض في قيمة اجمالي الأرباح عن السنة السابقة والتي أدت الى انخفاض سعر السهم اذ اثر هذا الانخفاض على سمعة المصرف وتراجع الطلب عليه في السوق المالي نتيجة لانخفاض ربحية و نتيجة لانخفاض الأرباح انخفضت قيمة العائد الذي حصل عليه كل مساهم في هذه السنة.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

يبين الجدول (14) العوائد التي يحصل عليها كل مساهم كحصة ممن الأرباح المتحققة خلال مدة الدراسة اذ بدأت العوائد منخفضة ثم اخذت تتزايد حتى وصلت في عام 2012 الى (0.384) وهو اعلى عائد حصل عليه المساهمون للمدة (2005-2019) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة, اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي , اما ادنى معدل عائد حصل عليه المساهمون كان في سنة 2010 اذ بلغ (0.122) نتيجة لتراجع الأداء المالي للمصرف خلال هذه السنة اثر على سعر السهم اذ انخفض عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح والايادات المتحققة خلال العام والذي انعكست على ربحية السهم من العوائد أيضا انخفضت مما اثر سلبا على سمعة السهم .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

الجدول (14) أعلاه يبين قيم العوائد التي حققها المصرف وحصل عليها المساهمون خلال مدة الدراسة (2005-2019) لمصرف BMO Financial Group والذي يعكس الأداء المالي للمصرف سواء كان جيد ام لا اذ ان اعلى عائد تحقق في عام 2012 والذي يبلغ (0.238) ويرجع ذلك الى نشاط المصرف الواضح في هذه السنة والذي ينعكس في مضاعفة الودائع والمدخرات بمختلف أنواعها ومصادرنا نتيجة للجهود المبذولة في مجال حشد الودائع والمدخرات وتطوير الحوافز والمزايا والجوائز التي يمنحها لأصحاب حسابات التوفير تشجيعا لهم وتوفير التسهيلات الائتمانية لأصحاب المشاريع الهادفة الى تشجيع الاستثمار ونتيجة لذلك وصلت محفظة ائتمان المصرف الى مستوى جيد اذ أدى ذلك الى ارتفاع ربحية المصرف وبالتالي انعكس ذلك على سعر السهم في هذه السنة ارتفع أيضا فضلا عن

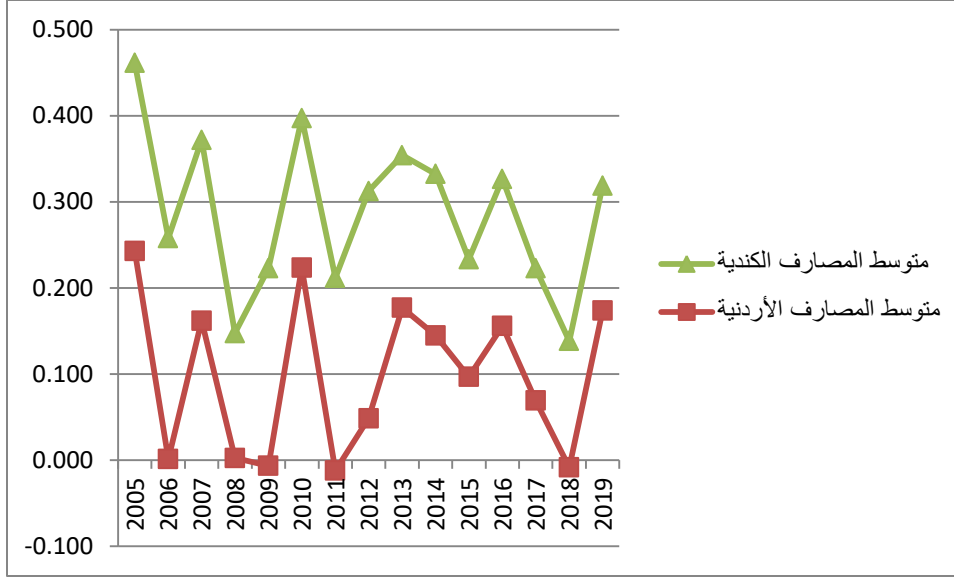
حصة السهم من الربحية أيضا ارتفعت مما أدى الى تحسين سمعة المصرف, في حين أدنى قيمة لعائد المساهم كانت في سنة 2013 وبلغت (0.109) نتيجة لتراجع أداء المصرف في هذه السنة فانخفض سعر السهم في هذه السنة بصورة كبيرة عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح المتحققة مما أدى الى انخفاض ربحية السهم خلال العام والذي اثر سلبا على سمعة المصرف اذ بقيت الأرباح منخفضة في السنوات التالية لعام 2013 حتى نهاية المدة.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

يوضح الجدول(14) العوائد التي يحصل عليها المساهمين خلال مدة الدراسة لل Scotia bank اذ يتضح من الجدول ان اعلى عائد حققه المصرف كان في عام 2009 وبلغ (0.114) وذلك بسبب ان سعر اغلاق السنة الحالية اكبر من سعر اغلاق السهم للسنة السابقة وبالتالي فان قيمة التغير في سعر السهم أصبحت مرتفعة قياسا بباقي السنوات فضلا عن ان حصة السهم من الربحية المتحققة خلال هذا العام مرتفعة مقارنة بباقي سنوات الدراسة السابقة واللاحقة لسنة 2009 مما انعكس بصورة جيدة على قيمة عائد السهم التي حصل عليها كل مساهم من مساهمي المصرف خلال العام بالتالي كلما كانت ربحية السهم مرتفعة كلما زاد سعره وانعكس ذلك بصورة جيدة على سمعته اذ تصبح افضل بكثير في حين اقل عائد متحقق خلال المدة كان في سنة 2007 اذ كانت بقيمة (0.046) وذلك بسبب تراجع الوضع الاقتصادي والمالي للمصرف خلال هذا العام مما أدى الى انخفاض سعر السهم عن العام الماضي نتيجة لتراجع اجمالي الأرباح المتحققة خلال العام والذي اثرت سلبيا على حصة السهم من الربح للمساهمين بالتالي انخفضت سمعة المصرف ولكن سرعان ما نهض المصرف من هذه الانتكاسة وأعاد نشاطه وارتفعت معدلات العائد في 2009.

ج- مقارنة متوسط مؤشر عائد المساهمين للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل(8) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر عائد المساهمين لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (8) متوسطات مؤشر عائد المساهمين للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

أظهرت نتائج التحليل في الشكل (8) ان المصارف عينه الدراسة تتفاوت في متوسطات عائد المساهمين من سنة الى أخرى والذي عكس أيضا تفاوت وتباين المصارف عينه الدراسة في قدرتها على ادارتها لأموالها ففي بعض السنوات كان الأداء المالي للمصارف جيد مما أدى الى ان تكون مستويات الربحية جيدة بالتالي انعكس ذلك إيجابيا على ربحية السهم و على سعر السهم اذ يأخذ بالارتفاع كلما زادت ربحيته وسمعته تحسنت في السوق المالي وفي سنوات أخرى نجد الأداء المالي للمصارف منخفض مما ينعكس سلبا على اجمالي ربحية المصرف وبالتالي تتراجع حصة السهم من اجمالي الأرباح أيضا مما يؤثر على عائد المساهمين اذ يصبح أيضا منخفض نتيجة التأثير السلبي لهذا الانخفاض على سمعة المصرف .

بالنسبة للمصارف الأردنية عينه الدراسة كان اعلى متوسط عائد حصل عليه المساهمون في سنة 2005 والذي يبلغ (0.243) والذي يبين الأداء المالي الجيد لمجموعه المصارف خلال هذه السنة مما أدى الى زيادة الإيرادات والارباح المتحققة مما انعكس إيجابيا على عائد السهم ومن ثم على سمعته اذ أصبحت افضل مما زاد ثقة جمهور المودعين والمستثمرين فيه, في حين ادنى معدل عائد كان في سنة 2011 اذ بلغ (-0.012) وذلك نتيجة لتردي الأوضاع الاقتصادية في عموم المنطقة العربيه والعالمية نتيجة الازمة المالية التي حدثت في عام 2008 واستمر تأثيرها لسنة 2011 اذ اثر على نشاط المصارف بسبب تراجع

السياحة والصناعة وتأثيرها على أسعار النفط والغاز كل ذلك اربك الوضع الاقتصادي بصورة عامة وتأثرت به المصارف أيضا.

ونلاحظ أيضا تفاوت وتباين متوسط عائد المساهمين للمصارف الكندية اذ حققت اعلى متوسط والبالغ (0.264) في عام 2012 وهو اعلى متوسط مقارنة بجميع السنوات ضمن مدة الدراسة مما يشير الى ان إدارة المصارف عينة الدراسة كانت حريصة على ان يكون اداءها المالي عالي من خلال الخطط الاستراتيجية الموضوعية وكيفية تنفيذها واهتمامها أيضا بالملاك الوظيفي الذي ينعكس بتعاملهم مع الزبائن وبالتالي كسب زبائن جدد فضلا عن الاحتفاظ بالزبون الحالي مما أدى الى زيادة الحصة السوقية للمصارف عينة الدراسة وازدياد نشاطاتها الاستثمارية خلال السنة بالتالي زادت الأرباح المتحققة والتي انعكست إيجابيا على ربحية السهم العائدة للمساهم وأصبحت هذه المصارف ذا سمعة افضل في حين اقل عائد للمساهم كان في سنة 2015 والذي يبلغ (0.136) نتيجة لتراجع الأداء المالي لبعض المصارف بسبب تردي الظروف الاقتصادية في هذه السنة مما اثر على متوسط ربحية السهم الواحد وبالتالي انخفاض متوسط عائد المساهم خلال السنة .

لكن بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات عوائد المساهمين في المصارف الكندية افضل من متوسط عوائد المساهمين في المصارف الأردنية بسبب تنوع الأنشطة الاستثمارية فضلا عن ان مبالغ راس المال اكبر في المصارف الكندية ويعود ذلك الى اهم عامل وهو الوعي المصرفي لدى الجمهور الكندي افضل من الجمهور الأردني بصورة خاصة والعربي بصورة عامة مما يدفع المواطن الى إيداع أمواله لدى المصرف بدل من الاحتفاظ بها في منزله وتجميدها وذلك بسبب توفر الثقة الكبيرة في النظام المصرفي والحكومة بصورة أساسية افضل من الشعوب العربية والأمان وعدم توفر النزاعات السياسية .

رابعاً:- مؤشر رسملة السوق او القيمة السوقية

يتم استخراج القيمة السوقية من خلال ضرب عدد الأسهم القائمة بسعر السوق الحالي لسهم واحد كما في المعادلة الآتية:-

$$\text{القيمة السوقية} = \text{عدد الأسهم القائمة} * \text{سعر السوق للسهم.}$$

أ- تحليل مؤشر رسملة السوق لعينة المصارف الأردنية

يظهر في الجدول (15) نتائج تحليل مؤشر رسملة السوق كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الأردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول (15) رسملة السوق لعينة المصارف الأردنية (المبالغ بالدينار الاردني)

السنة	المصرف الأردني الكويتي	المصرف الاستثماري	المصرف التجاري	مصرف الأردن	مصرف الإسكان	مصرف القاهرة	مصرف المؤسسة العربية	المتوسط
2005	279000000.00	282920000	234025000	434280000	2023000000	506700000	164910000	560690714.29
2006	320000000.00	136400000	129662500	293000000	1679028725	270000000	149126250	425316782.13
2007	760000000.00	170483500	174570000	292000000	1719916743	252750000	123898125	499088338.32
2008	313000000.00	118970500	165832012.5	230000000	2175177663	231440000	112761310.2	478168783.72
2009	253000000.00	113925000	114694387.5	220000000	1809360000	198000000	80847731.82	398546731.33
2010	288000000.00	121675000	133259535.8	374517000	1975680000	308000000	105728000	472408505.11
2011	241000000.00	124465000	90219188.82	302706958.1	2010960000	267000000	91392000	446820449.56
2012	202000000.00	117003105.3	87741648.26	338118000	2079000000	258000000	97692248.61	454222143.17
2013	259000000.00	120000000	103000000	381546000	2192400000	341250000	108000000	500742285.71
2014	286000000.00	128000000	118650000	404811000	2293200000	353750000	119900000	529187285.71
2015	273000000.00	127000000	118650000	387750000	2381400000	397800000	128700000	544900000.00
2016	263000000.00	147000000	160800000	568000000	2929500000	334800000	143000000	649442857.14
2017	350000000.00	146000000	140400000	584000000	2636550000	264600000	130900000	607492857.14
2018	193000000.00	136000000	98400000	430000000	2636550000	244800000	105600000	549192857.14
2019	167000000.00	130000000	94800000	420000000	1726200000	183600000	89100000	401528571.43
المتوسط	296466666.67	141322807.02	130980284.86	377381930.54	2151194875.44	294166000.00	116770377.71	501183277.46

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

ان الجدول (15) أعلاه يبين القيمة السوقية لاسهم المصرف الأردني الكويتي خلال المدة الزمنية (2005-2019) والتي تعكس قيمة السهم في السوق المالي اذ يتبين ان اعلى قيمة سوقية للاسهم القائمة كانت في سنة 2007 بقيمة (760000000 دينار) كون سعر السهم في هذه السنة وصل الى اعلى سعر خلال عمر المصرف اذ اثمرت اعمال المصرف المتميزة خلال العام الحالي واعطت نتائج هي الأفضل منذ تأسيسه اذ ارتفعت الارباح وحقوق ملكية المساهمين عن الأعوام السابقة وبالتالي حافظ المصرف على أسهمه في بورصة عمان خاصة وان القيمة السوقية المرتفعة تمثل رأياً عاماً إيجابياً حول المصرف

ويعبر كذلك عن قدرته على مواجهة تقلبات السوق ويُنظر إليها على أنها استثمار أقل خطورة مما يجذب المستثمرين لان القيمة السوقية تولد سمعة جيدة عن المصرف بين المصارف المنافسة وبالتالي تزداد حصته السوقية وتزداد الأرباح التي يحققها مما تنعكس على سعر السهم اذ كلما ارتفعت الربحية للسهم ارتفع سعره في سوق المال, اما ادنى قيمة سوقية كانت في عام 2019 وبقيمة (167000000 دينار) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطوا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفاض الربحية وبالتالي تراجع القيمة السوقية للسهم مما اثر على عائد المساهمين و سعره في السوق المالي نتيجة تلك سمعته المصرفية في سوق المال.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

نلاحظ من الجدول (15) أعلاه القيمة السوقية لاسهم المصرف الاستثماري خلال مدة الدراسة والتي بدأت بأعلى قيمة في عام 2005 اذ بلغت (282920000) واخذت بالانخفاض فيما بعد حتى نهاية المدة وكان الارتفاع بسبب انه ساد المنطقة في سنة 2005 نشاط اقتصادي متميز بسبب ارتفاع أسعار النفط ورافق ذلك ارتفاع أسعار الموجودات بما في ذلك أسعار الأسهم والعقارات والتوسع في تدفق الأموال من دول الخليج الى المملكة واستمرار الاقتصاد الأردني في تحقيق نسب ملحوظة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي ورافق ذلك توسع في عجز موازنه الدولة والعجز في الميزان التجاري وساد الاستقرار في سعر الصرف الأردني كل هذه الظروف اثرت إيجابيا على نشاط المصرف, اذ نمت الأرباح الصافية المتحققة و صافي الدخل بالتالي زادت ودائع المصرف مما دفع الأرباح باتجاه النمو مما أدى الى ارتفاع أسعار الأسهم نتيجة لزيادة أرباحه اذ أصبحت سمعة المصرف جيدة , اما ادنى قيمة سوقية تحقق للاسهم كانت في سنة 2009 وبلغت (113925000) وذلك نتيجة لتردي الأوضاع الاقتصادية في عموم المنطقة العربية والعالمية نتيجة الازمة المالية التي حدثت في عام 2008 واستمر تأثيرها لسنة 2009 اذ اثر على نشاط المصارف بسبب تراجع السياحة والصناعة وتأثيرها على أسعار النفط والغاز كل ذلك اربك الوضع الاقتصادي بصورة عامة وتأثرت به المصارف أيضا .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

من خلال الجدول (15) يمكننا الاطلاع على القيم السوقية للمصرف التجاري خلال مدة الدراسة والتي يتضح منه ان اعلى قيمة سوقيه كانت في سنة 2005 وبقيمة (234025000) وكان الارتفاع بسبب انه ساد المنطقة في سنة 2005 نشاط اقتصادي متميز بسبب ارتفاع أسعار النفط ورافق ذلك ارتفاع أسعار الموجودات بما في ذلك أسعار الأسهم والعقارات والتوسع في تدفق الأموال من دول الخليج الى المملكة واستمرار الاقتصاد الأردني في تحقيق نسب ملحوظة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي ورافق ذلك توسع في عجز موازنه الدولة والعجز في الميزان التجاري, وساد الاستقرار في سعر الصرف الأردني كل هذه الظروف اثرت إيجابيا على نشاط المصرف اذ نمت الأرباح الصافية المتحققة و صافي الدخل بالتالي زادت ودائع المصرف مما دفع الأرباح باتجاه النمو مما أدى الى ارتفاع أسعار الأسهم نتيجة لزيادة أرباحه وبالتالي أصبحت سمعة المصرف جيدة , اما اقل قيمة سوقية تحققت في سنة 2012 وبقيمة بالغة (87741648.26) وذلك بسبب تراجع الأداء المالي للمصرف في هذه المدة بسبب الظروف السياسية والاقتصادية التي عانت منها المنطقة العربية مما اثر على نشاط المصارف ومنها المصرف التجاري اذ انخفضت القيمة السوقية للمصرف نتيجة لانخفاض سعر السهم الى ادنى مستوى منذ تأسيس المصرف نتيجة لانخفاض الربحية المتحققة مما اثر سلبا على ربحيته وكان بالنتيجة له تأثير على سمعة المصرف أيضا.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

يتضح من الجدول (15) ان اعلى قيمة سوقيه حققها مصرف الأردن خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) كانت في 2017 وبقيمة بالغة (584000000) وذلك كون مصرف الأردن حقق نتائج جيدة فضلا عن سجل إنجازاته المتواصلة فيما يتعلق بالنمو والتطور في كافة مجالاته المالية والإدارية مما عزز من مركزه التنافسي اذ يقدم المصرف حلولاً مالية ومصرفية شاملة تلبي احتياجات العملاء بأعلى مستويات الجودة والتميز رغم الظروف السلبية المحيطة به وذلك أدى الى ارتفاع الأرباح المتحققة للمصرف نتيجة اداءه المالي الجيد مما انعكس إيجابيا على ربحية السهم بالتالي ارتفعت قيمته السوقية نتيجة لارتفاع سعره اذ تحسنت سمعة المصرف بين المصارف المنافسة مما أدى الى زيادة ثقة الجمهور فيه سواء كانوا مودعين او مستثمرين , اما ادنى قيمة سوقية وصل اليها سهم المصرف هي (220000000) و كانت في سنة 2009 اذ لازالت الازمة المالية العالمية تلقي ضلالها على الاقتصاد

العالمي رغم الإجراءات والتدابير التي تتخذها المصارف لمواجهة الازمة الا ان مؤشرات الأداء لازالت تعكس ضعف النشاط الاقتصادي اذ تراجع أداء سوق راس المال وارتفاع فوائض السيولة لدى الجهاز المصرفي وتباطؤ نمو التسهيلات الائتمانية مما اثر سلبا على ربحية المصرف وبالتالي انخفاض سعر السهم مما أدى الى ظهور القيمة السوقية بهذا المستوى المنخفض.

5- تحليل نتائج مصرف الإسكان ومناقشتها

يلاحظ من الجدول (15) مدى التذبذب الحاصل في القيمة السوقية لسهم مصرف الإسكان خلال مدة الدراسة اذ يتضح ان القيمة السوقية في بداية المدة كانت مرتفعة ثم بدأت بالانخفاض فيما بعد ثم عادت للارتفاع مره أخرى وان اعلى قيمة توصلت لها هي (2929500000 دينار) في 2016 اذ ان سعر السهم في هذه السنة وصل الى اعلى قيمة حققها المصرف خلال المدة اذ تمكن المصرف رغم الأوضاع غير المستقرة في تلك المدة ان يحقق إنجازات ونتائج متميزة من ناحية الأرباح المتحققة وزيادة الموجودات وكذلك نمو محفظة المصرف من التسهيلات الائتمانية وارتفاع اجمالي الدخل, أيضا شهدت اجمالي الودائع زيادة ملحوظة بسبب زيادة قاعدة العملاء المتعاملين مع المصرف وزادت الحسابات الجارية وتحت الطلب وبهذا حافظ المصرف على المركز الأول منذ أربعين عام بنجاحه كوعاء ادخاري انعكس ذلك على القيمة السوقية لسهمه وبالتالي أصبحت سمعته جيدة والمصرف الأول بين المصارف, اما ادنى قيمة سوقية توصل لها المصرف هي (1679028724.9 دينار) في 2006 وكان سبب الانخفاض في هذه السنة ان سعر السهم انخفض الى ادنى قيمة حققها المصرف خلال مدة الدراسة وذلك بسبب الوضع الاقتصادي المتأزم والتي تعاني منه كل دول الإقليم والذي اثر على سير اعمال النظام المصرفي ومنها المصارف الأردنية مما اثر على نشاطات المصرف واداءه المالي وانخفضت الربحية وبالتالي تراجع حصة السهم من الربح مما اثر سلبيا على سمعته في سوق المال ولكن هذا الوضع لم يستمر طويلا فسرعان ماعاود المصرف نشاطه وتعديل خطط العمل فيه مما أدى الى ارتفاع القيمة السوقية فيما بعد في السنوات ما بعد 2006.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

الجدول (15) يوضح ان اعلى قيمة سوقية توصل لها المصرف خلال مدة الدراسة الممتدة (2005-2019) كانت في 2005 وبلغت (506700000 دينار) ثم اخذت تتراجع حتى نهاية المدة ففي 2005 كانت حصة السهم من الأرباح مرتفعة وذلك يعكس ما حققه الأردن من نجاح ونمو اقتصادي ونجاح نمو

على مستوى أداء المصرف اذ ارتفعت صافي أرباح المصرف وارتفعت أيضا معظم مؤشرات التشغيلية والربحية نتيجة لنمو النشاط الاقتصادي العالمي والاقتصاد العربي ودول الخليج على وجه الخصوص وأيضا الاقتصاد الأردني حقق نجاح كبير فقد ارتفع مستوى الناتج المحلي الإجمالي فضلا عن اتباع المصرف لسياسة اقتصادية رامية الى المحافظة على الاستقرار الاقتصادي وبناء احتياطات مريحة من العملات الأجنبية كذلك فيما يتعلق بميزان المدفوعات نمت الصادرات الوطنية بصورة كبيرة وجاء هذا الارتفاع مدفوعا بارتفاع أسعار النفط العالمية والمشتقات البترولية اذ ان كل هذه التطورات الايجابية انعكست على نشاط المصرف واداءه بالتالي حقق قيمة سوقية مرتفعة واصبح ذا سمعة جيدة بين المصارف , اما ادنى قيمة سوقية حققها المصرف كانت في 2019 وبلغت (183600000دينار) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطؤا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيرة نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفاض الربحية وبالتالي تراجعت القيمة السوقية للسهم مما اثر على القيمة السوقية وبالتالي سعره في السوق المالي نتيجة تركز سمعته المصرفية في سوق المال.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

يبين الجدول(15) القيمة السوقية لاسهم مصرف المؤسسة العربية خلال مدة الدراسة والتي يتضح منه ان اعلى قيمة سوقية توصل لها السهم كانت في 2005 وبقيمة بالغة (164910000دينار) اذ تتميز 2005 بنشاط اقتصادي متميز بسبب ارتفاع أسعار النفط ورافق ذلك ارتفاع أسعار الموجودات بما في ذلك أسعار الأسهم والعقارات والتوسع في تدفق الأموال من دول الخليج الى المملكة واستمرار الاقتصاد الأردني في تحقيق نسب ملحوظة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي ورافق ذلك توسع في عجز موازنه الدولة والعجز في الميزان التجاري وساد الاستقرار في سعر الصرف الأردني كل هذه الظروف اثرت إيجابيا على نشاط المصرف اذ نمت الأرباح الصافية المتحققة و صافي الدخل بالتالي زادت ودائع المصرف مما دفع الأرباح باتجاه النمو مما أدى الى ارتفاع أسعار الأسهم نتيجة لزيادة أرباحه مما دفع القيمة السوقية للسهم في هذه السنة ان تكون اعلى من بقية سنوات مدة الدراسة بالتالي أصبحت سمعة المصرف جيدة بين المصارف المنافسة , اما ادنى قيمة سوقية توصل لها المصرف كانت في 2009 وبلغت (80847731.82دينار) اذ ان الازمة المالية لعام 2008 اثرت على الاقتصاد الأردني وامتدت

لعام 2009 اذ انخفض معدل نمو الاقتصاد وأيضاً أثرت على أداء عدد من القطاعات منها سوق العقارات وسوق الاستثمارات وبالأخص سوق عمان المالي وبظل هكذا ظروف اقتصادية متراجعة تأثر أيضاً أداء المصارف ومنها مصرف المؤسسة العربية اذ حقق عوائد وارباح منخفضة بالتالي انعكس ذلك سلباً على ربحية السهم الواحد بالتالي انخفض سعر السهم وبالنتيجة تحقيق اقل قيمة سوقية خلال عمر المصرف نتيجة لانخفاض سمعته بين المصارف.

ب- تحليل مؤشر رسملة السوق لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (16) نتائج تحليل مؤشر رسملة السوق كمؤشر لسمعة المصرف لعينة المصارف الكندية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول (16) رسملة السوق لعينة المصارف الكندية (المبالغ بالدولار الكندي)

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
22709005418750.00	46047720000	32503900000000.00	58267858200000.00	18215755000	2005
26374169326000.00	51435280000	34386230200000.00	71037558000000.00	21453824000	2006
23076561210500.00	47472000000	27632236500000.00	64601406900000.00	25129442000	2007
15830979079500.00	32837490000	16141293300000.00	47135986600000.00	13798928000	2008
27284278704000.00	49859860000	30175419900000.00	78885270000000.00	26565056000	2009
26650431651250.00	58927200000	32178568560000.00	74332018080000.00	32212765000	2010
26876036035000.00	54489760000	33047599640000.00	74368929560000.00	33125180000	2011
39279917075500.00	65249470000	70659227550000.00	86356959960000.00	38231322000	2012
37299995684500.00	78224700000	45938039840000.00	103097116350000.00	86601848000	2013
42248666319500.00	79565560000	53076774800000.00	115750452720000.00	87872198000	2014
39372207098500.00	67723700000	50355041280000.00	106993630250000.00	72433164000	2015
49349705461500.00	90011040000	62195811930000.00	135021552120000.00	91446756000	2016
54035566837000.00	99247500000	65348293500000.00	150586318200000.00	108408148000.00	2017
48129348607000.00	83163280000	57342926700000.00	134917455360000.00	173849088000.00	2018
52978460505500.00	90294930000	64296983840000.00	147423542250000.00	103021002000.00	2019
35433021934266.70	66303299333.33	45018556502666.70	96585070303333.30	62157631733.33	المتوسط

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

يتضح من الجدول (16) القيمة السوقية لسهم TD Bank Group خلال المدة الممتدة (2005-2019) والذي توضح ان القيمة سوقية بدأت منخفضة في بداية المدة واخذت بالارتفاع حتى وصلت الى اعلى قيمة في عام 2018 اذ بلغت (173849088000 دولار) اذ أثبت TD قوة نموذج أعماله من خلال تقديم أداء مالي قوي هذا العام اذ ارتفعت أرباحه مما أدى الى ارتفاع سعر السهم الى اعلى قيمة خلال عمر المصرف ليعكس الأداء المالي المتميز للمصرف خلال العام الحالي مما يعكس تزايد ثقة الجمهور فيه وسمعته الجيدة التي دفعت الزبائن للتعامل معه سواء كانوا مودعين او مستثمرين بالتالي زادت حصته السوقية بين المصارف مما قاد الى هذه النتيجة وهي زيادة اجمالي الإيرادات المتحققة والأرباح والذي انعكس على حصة السهم من الربحية وسعر السهم مما أدى الى زيادة قيمة المساهمين وولد ثقة كبيره لدى المساهمين بإدارة المصرف والاطمئنان على أموالهم بانها تدار بصورة جيدة بالتالي سوف يتحول كل مستثمر الى أداة إعلامية للمصرف لتحسين سمعته اذ أصبحت القيمة السوقية هي مؤشر لسمعة المصرف, اما ادنى قيمة سوقيه حققها المصرف كانت في سنة 2008 وبلغت (13798928000 دولار) وذلك نتيجة الازمة المالية العالمية التي حدثت هذا العام وما خلفته من اثار اقتصادية سلبية على اقتصاديات كل دول العالم وعلى كل القطاعات ومنها المصرفية TD Bank Group اذ انخفض اداءه المالي بصورة ملحوظة مما اثر على اجمالي ربحيته المتحققة وكذلك سعر السهم وحصة السهم من الربحية أيضا انخفضت لذلك تأثرت سمعته المصرف وأصبحت منخفضة أيضا.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

يبين الجدول (16) أعلاه ان اعلى قيمة سوقيه حققها Royal Bank خلال مدة الدراسة البالغة خمسة عشر عام كانت في سنة 2017 اذ بلغت (150586318200000 دولار) والتي تبين النشاط المصرفي الجيد خلال هذا العام والتي ترجم في سعر السهم اذ اصبح بأعلى قيمة نتيجة للأرباح العالية و نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي , اما ادنى معدل حصة سوقية حصل عليها المساهمون كان في سنة 2008 اذ بلغت (47135986600000 دولار) نتيجة

لتراجع الأداء المالي للمصرف خلال هذه السنة وذلك نتيجة الازمة المالية العالمية التي حدثت هذا العام وما خلفته من اثار اقتصادية سلبية على اقتصاديات كل دول العالم وعلى كل القطاعات ومنها المصرفية اذ اثر على سعر السهم اذ انخفض عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح والايادات المتحققة خلال العام والذي انعكست على ربحية السهم من العوائد أيضا انخفضت مما اثر سلبا على سمعة السهم وبالتالي سعره السوقي انخفض ايضا.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

يعرض الجدول (16) نتائج مؤشر القيمة السوقية لمصرف BMO Financial Group خلال مدة الدراسة والذي يبين ان اعلى قيمة سوقية حققها المصرف كانت في 2012 وبقيمة بالغة (70659227550000 دولار) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي , اما ادنى حصة سوقية حصل عليها المساهمون كان في سنة 2008 اذ بلغت (16141293300000 دولار) نتيجة لتراجع الأداء المالي للمصرف خلال هذه السنة وذلك نتيجة الازمة المالية العالمية التي حدثت هذا العام وما خلفته من اثار اقتصادية سلبية على اقتصاديات كل دول العالم وعلى كل القطاعات ومنها المصرفية اثر على سعر السهم اذ انخفض عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح والايادات المتحققة خلال العام والذي انعكست على ربحية السهم من العوائد أيضا انخفضت مما اثر سلبا على سمعة السهم.

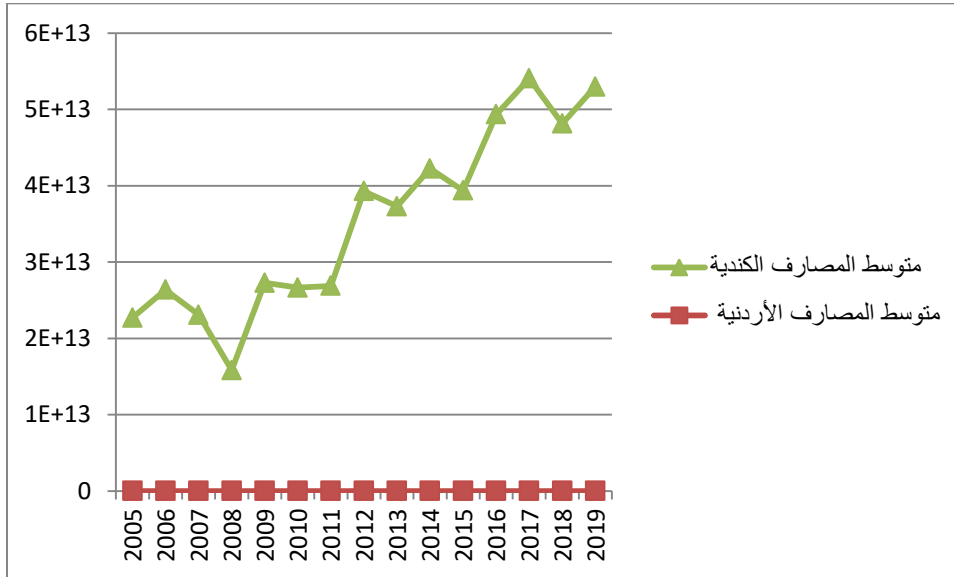
4- تحليل نتائج bank Scotia ومناقشتها

يتضح من الجدول(16) أعلاه مدى التفاوت الحاصل في القيمة السوقية لسهم bank Scotia خلال مدة الدراسة اذ ان اعلى قيمة اسمية كانت في 2017 وبقيمة (99247500000 دولار) وذلك كون المصرف حقق نتائج جيدة فضلا عن سجل إنجازاته المتواصلة فيما يتعلق بالنمو والتطور في كافة مجالاته المالية والإدارية مما عزز من مركزه التنافسي اذ يقدم المصرف حلولاً مالية ومصرفية شاملة تلبي احتياجات العملاء بأعلى مستويات الجودة والتميز رغم الظروف السلبية المحيطة به وذلك أدى الى

ارتفاع الأرباح المتحققة للمصرف نتيجة ادائه المالي الجيد مما انعكس إيجابيا على ربحية السهم بالتالي ارتفعت قيمته السوقية نتيجة لارتفاع سعره بالتالي تحسنت سمعة المصرف بين المصارف المنافسة مما أدى الى زيادة ثقة الجمهور فيه سواء كانوا مودعين او مستثمرين , اما ادنى قيمة سوقية وصل اليها سهم المصرف هي (32837490000 دولار) و كانت في سنة 2008 اذ لازالت الازمة المالية العالمية تلقي ضلالها على الاقتصاد العالمي رغم الإجراءات والتدابير التي تتخذها المصارف لمواجهة الازمة الا ان مؤشرات الأداء لازالت تعكس ضعف النشاط الاقتصادي اذ تراجع أداء سوق راس المال وارتفاع فوائض السيولة لدى الجهاز المصرفي وتباطؤ نمو التسهيلات الائتمانية مما اثر سلبا على ربحية المصرف وبالتالي انخفاض سعر السهم مما أدى الى ظهور القيمة السوقية بهذا المستوى المنخفض.

ج - مقارنة متوسط مؤشر عائد المساهمين للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل(9) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر القيمة السوقية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل(9) متوسطات مؤشر القيمة السوقية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

الشكل (9) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتفاوت في متوسطات القيمة السوقية من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين المصارف عينه الدراسة في امكانياتها

لأدارتها لأموالها ففي بعض السنوات كان الأداء المالي للمصارف جيد مما أدى الى ان تكون مستويات الربحية المتحققة جيدة ايضا بالتالي ينعكس ذلك إيجابيا على ربحية السهم وبالتالي على سعر السهم اذ يأخذ بالارتفاع كلما زادت ربحيته وسمعته تحسنت في السوق المالي وبالتالي ترتفع قيمته السوقية وفي سنوات أخرى نجد ان الأداء المالي للمصارف منخفض مما ينعكس سلبا على اجمالي ربحية المصرف وبالتالي تتراجع ربحية السهم كحصة من اجمالي الأرباح أيضا مما يؤثر على القيمة السوقية اذ تصبح أيضا منخفضة نتيجة التأثير السلبي لهذا الانخفاض على سمعة المصرف .

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط قيمة سوقيه حققتها كانت في 2016 والتي تبلغ (649,442,857.14) وبالرغم من التحديات التي تواجه الاقتصاد الأردني بصورة خاصة والاقتصاد العربي بصورة عامة الا ان المصارف بقيت مستمرة في تحقيق نسب نمو مقبولة مع بقاء نسب التعثر ضمن الحدود المقبولة وان النتائج التي تحققت تبين متانه وضع النظام المصرفي وقدرته على مواصلة تحقيق الأرباح رغم تأثره بالمناخ الاقتصادي بالمملكة وفي المنطقة بصورة عامة وتعكس هذه النتائج الكبيرة الجهود المبذولة من قبل مجلس إدارة المصارف لتنفيذ سياسة المصارف وبالنتيجة كان انعكاسها واضحا في الارباح المتحققة وبالتالي القيمة السوقية وما ينتج عنها من سمعة جيدة للمصارف, اما ادنى متوسط قيمة سوقية كان في 2009 بقيمة (398,546,731.33) وذلك بسبب تأثر الاقتصاد العالمي وسيما العربي وخاصة الأردني بالأزمة المالية العالمية التي حدثت في عام 2008 وبقيت تعاني منها كافة القطاعات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف وبالتالي تراجع نسب الربحية المتحققة مما اثر على ربحية السهم بالتالي انخفاض سعره.

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط قيمة سوقية تحققت في 2017 والتي تبلغ (54,035,566,837,000.00) وذلك نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية في هذه السنة قياسا ببقية السنوات مما أدى الى ارتفاع ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعر السهم مما أدى الى زيادة القيمة السوقية لتصل الى اعلى قيمة خلال الخمسة عشر سنة , اما ادنى متوسط قيمة سوقية كانت في سنة 2008 والتي تبلغ (15,830,979,079,500.00) وكان الانخفاض بسبب الازمة المالية التي حدثت واثرت سلبا على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الكندي وسيما النظام المصرفي له نصيب من هذا التأثير مما أدى الى انخفاض ربحية المصارف وبالتالي انخفاض القيمة السوقية لها.

و بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات القيمة السوقية في المصارف الكندية افضل من متوسط القيمة السوقية في المصارف الأردنية .

ثانياً:- نسبة السعر إلى الربح

الصيغة المستخدمة في الدراسة الحالية هي:

$$\text{السعر الى الربح} = \frac{\text{سعر اغلاق السهم للسنة الحالية}}{\text{توزيعات الارباح}}$$

فإذا كانت نسبة السعر إلى الربح عالية يشعر المستثمرون بالتفاؤل ومستعدون لإيداع أموالهم في مثل هذا المصرف اذ أن سمعة المصرف ستكون عاملاً مهماً في تفسير التباين في نسبة السعر إلى الربح ومن ثم استنتج أن التقييم المرتفع للسمعة يؤدي إلى ارتفاع نسبة السعر إلى الربح وبالتالي تتمتع بسمعة جيدة وتظهر هذه السمعة في صورة تقييم عالية وان نسبة السعر إلى الربح المرتفعة هي السمعة غير المرئية لذلك المصرف.

أ- تحليل مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الأردنية

ظهر في الجدول(17) نتائج تحليل مؤشر السعر الى الربح للمصارف الاردنية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:-

الجدول(17) مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
19.521	18.106	24.111	30.745	24.370	24.667	10.272	4.373	2005
10.670	10.857	12.632	9.114	9.865	12.130	13.964	6.130	2006
14.289	13.476	12.912	8.016	11.967	14.082	26.731	12.838	2007
11.328	10.325	10.354	11.332	9.426	17.734	13.379	6.746	2008
14.020	9.913	7.759	30.168	8.240	20.658	15.638	5.763	2009
10.282	9.147	8.876	25.048	9.180	3.038	11.135	5.549	2010
8.419	8.095	7.295	22.865	8.413	-6.813	13.036	6.040	2011
15.015	8.839	7.309	22.118	9.316	42.727	10.442	4.353	2012
13.704	10.189	6.691	21.970	9.354	32.188	10.084	5.453	2013
10.662	8.934	10.180	19.078	8.586	11.300	10.407	6.151	2014

10.392	8.239	8.599	19.565	12.255	8.129	8.881	7.073	2015
11.935	10.156	9.538	18.941	13.720	17.179	9.608	4.405	2016
15.086	10.085	8.698	21.628	12.479	36.563	9.669	6.481	2017
12.734	10.909	8.144	29.164	10.337	19.524	8.774	2.289	2018
13.468	45.000	6.335	20.524	10.448	0.898	8.280	2.788	2019
12.768	12.818	9.962	20.685	11.197	16.934	12.020	5.762	المتوسط
19.521	45.000	24.111	30.745	24.370	42.727	26.731	12.838	الحد الاقصى
8.419	8.095	6.335	8.016	8.240	-6.813	8.280	2.289	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

الجدول (17) أعلاه يبين قيم مؤشر السعر الى الربح للمصرف الأردني الكويتي للمدة الممتدة (2005-2019) والذي يتضح منه ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2007 اذ بلغت (12.838) اذ كان سعر السهم مرتفع في هذه السنة اذ اثمرت اعمال المصرف خلال العام واعطت نتاج هو الأول منذ تأسيسه فقد ارتفع اجمالي الموجودات وصافي الأرباح المتحققة وارتفعت أيضا حقوق الملكية لمساهمي المصرف اذ تمكن من تحقيق نمو متوازن في كافة عملياته و ارتفعت ودائع العملاء والتأمينات النقدية وكذلك واصل المصرف السيطرة على محفظة التسهيلات والقروض غير العاملة كل هذه التطورات في أنشطة المصرف دفعت الأداء المالي له باتجاه الارتفاع مما انعكس على ربحية السهم اذ ارتفع سعر السهم بالموازاة مع ارتفاع الأسعار, بالتالي تكونت فكرة جيدة لدى المستثمرين عن سهم المصرف اذ بدأوا يفكرون بمستوى الربحية التي من الممكن ان يحصلون عليها عند استثمار أموالهم في هذا المصرف نتيجة لارتفاع مؤشر السعر الى الربح, اما ادنى قيمة للمؤشر حققها المصرف كانت في 2018 وبلغت (2.289) وذلك بسبب التباطؤ في النمو الذي أصاب الاقتصاد الوطني نتيجة تأثره بمعاناة الاقتصاد العالمي خلال هذه المدة اذ تراجعت الصادرات الوطنية للمملكة فضلا عن انخفاض التدفقات الاستثمارية للمملكة والتغيرات التي حصلت في أسعار النفط والغاز وبالتالي كل هذه التغيرات والتقلبات في الأوضاع الاقتصادية العالمية وسيما في المنطقة العربية ودول الخليج اثرت بصورة كبيرة على نشاط النظام المصرفي ومنها المصرف الأردني الكويتي اذ انخفض ادائه المالي مما أدى الى انخفاض الربحية المتحققة ونتيجة لانخفاض الربحية انخفض سعر السهم في سوق المال مما أدى الى انخفاض قيمة مؤشر السعر الى الربح وبالنتيجة سمعة المصرف أيضا انخفضت .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

عبر الجدول (17) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر السعر الى الربح للمصرف الاستثماري الأردني خلال المدة الممتدة (2005-2019) والتي تبين التذبذب الحاصل في قيم المؤشر خلال المدة اذ ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2007 والتي بلغت (26.731) اذ ان المصرف خلال هذا العام اظهر نموا كبيرا في اجمالي الدخل نتيجة لعمليات المصرف ونشاطاته المتنوعة ورافق ذلك ارتفاع في حجم الودائع وارتفع حجم التسهيلات الائتمانية أيضا واستمراريه المصرف في منح قروض التجزئة وحافظ المصرف على نسبة عالية لكفاية راس المال اذ قام المصرف بزيادة راس ماله في النصف الأول من 2007 عن طريق منح اسهم مجانيه للمساهمين وزيادة حقوق المساهمين كل هذه التطورات التي حققتها المصرف في ادائه المالي أدت الى زيادة سمعة المصرف وزيادة حصته السوقية وقاعدة زبائنه اخذت تكبر أيضا نتيجة سمعته المتميزة بين المصارف مما أدى الى زيادة سعر السهم نتيجة للربحية الجيدة وبالنتيجة ارتفاع قيمة مؤشر السعر الى الربح نتيجة لهذه السمعة الجيدة للمصرف , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2019 والتي تبلغ (8.280) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطؤا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض سعر السهم.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

يظهر من الجدول(17) أعلاه ان اعلى قيمة لمؤشر السعر الى الربح خلال مدة الدراسة للمصرف التجاري الأردني كانت في عام 2012 والتي تبلغ (42.727) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي مما أدى الى ارتفاع قيمة مؤشر السعر الى الربح

خلال العام الحالي , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت (-6.813) في 2011 اذ ان انخفاض النشاط المالي والاقتصادي للمصرف في هذه السنة نتيجة للظروف غير المواتية التي اصابت الاقتصاد العالمي ومنه الاقتصاد الخليجي أدى الى نتيجة سلبية من خلال انخفاض اجمالي الربحية المتحققة بالتالي قلت ربحية السهم الى ادنى حد ممكن مما اثر سلبا على سمعة المصرف وبالتالي انخفاض سعر السهم في سوق المال والنتيجة كانت انخفاض قيمة مؤشر السعر الى الربح.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

يعرض الجدول (17) نتائج مؤشر السعر الى الربح لمصرف الأردن خلال مدة الخمسة عشر عام ومدى التقلبات التي حصلت في هذه القيمة خلال مدة الدراسة اذ بدأت بأعلى قيمة (24.370) في 2005 واخذت بالانخفاض فيما بعد وكان سبب الارتفاع في هذه السنة يعود الى تحقيق المصرف أداء متقدم ونتائج اعمال قياسية فقد حقق نمو في صافي الربح نتيجة لنمو الإيرادات وكذلك صافي الفوائد والعمولات كذلك ارتفعت التسهيلات المقدمة لشراء الأسهم وارتفاع حجم الاستثمار في الأوراق المالية وحجم الأرصدة النقدية والتسهيلات المقدمة للعينة السياحي وارتفاع حجم ودائع العملاء وتركز الارتفاع في حسابات الطلب والتوفير بالتالي حافظ المصرف على مستوى تنافسي متقدم في هذا العام بين المصارف المنافسة من اذ مؤشرات الملاءة المالية والربحية والسيولة وحقوق المساهمين والعائد على الموجودات والمطلوبات , اما ادنى قيمة لمؤشر السعر الى الربح كانت في عام 2009 وبلغت (8.240) وذلك بسبب تأثر الاقتصاد الأردني كغيره من الاقتصادات بالأزمة المالية العالمية ومن الآثار السلبية لازمة ارتفاع معدل البطالة وتأثر حجم التداول في سوق العقار بالانخفاض وأيضا انخفاض حجم التجارة الخارجية وذلك باثر انخفاض الصادرات الوطنية والاستيرادات وتراجع حجم التداول في بورصة عمان وأيضا تفاقم العجز المالي كل هذه الظروف اثرت على أداء العينة المصرفي ودفع اداءه الى الانخفاض مما اثر على ربحية المصارف منها مصرف الأردن بالتالي انخفض سعر السهم وربحيته وسمعته أيضا تأثرت سلبا.

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

من خلال الجدول(17) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر السعر الى الربح لمصرف الإسكان للمدة (2005-2019) والتي تبين ان اعلى قيمة كانت في 2005 وتبلغ (30.745) اذ يبدو ان نشاط المصرف خلال هذا العام هو الأفضل اذ ارتفعت حجم الودائع بسبب مضاعفة جهوده في مجال استقطاب المدخرات

والودائع بكافة أنواعها وتطوير الحوافز والمكافآت الممنوحة خاصة لأصحاب حساب التوفير كذلك واصل المصرف مساعيه لزيادة الاستثمارات وتشجيع المستثمرين وتوفير التمويل اللازم للأفراد والمؤسسات للاستثمار في العينة العام والخاص اذ زاد رصيد التسهيلات الائتمانية وكذلك ارتفعت حقوق المساهمين وكذلك ارتفع ايراد الفوائد والعمولات كل هذا التحسن في الوضع المالي للمصرف نتيجته ارتفاع نسب الربحية للمصرف والتي انعكست على زيادة ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعره في سوق المال , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في عام 2007 اذ بلغت (8.016) وكان سبب الانخفاض في هذه السنة ان سعر السهم انخفض الى ادنى قيمة حققها المصرف خلال مدة الدراسة وذلك بسبب الوضع الاقتصادي المتأزم والتي تعاني منه كل دول الإقليم والذي اثر على سير اعمال النظام المصرف ومنها المصارف الأردنية مما اثر على نشاطات المصرف واداءه المالي وانخفضت الربحية بالتالي تراجعت حصة السهم من الربح مما اثر سلبيا على سمعته في سوق المال ولكن هذا الوضع لم يستمر طويلا فسرعان ماعاود المصرف نشاطه وتعديل خطط العمل فيه مما أدى الى ارتفاع سعر السهم فيما بعد.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

يوضح الجدول (17) ان اعلى قيمة لمؤشر السعر الى الربح لمصرف القاهرة عمان كان في 2005 والتي تبلغ (24.111) وذلك كون المصرف استمر في العمل على اجتذاب الأموال والمدخرات من مصادرها المختلفة وبخاصه ودائع العملاء وبالأخص حسابات التوفير وذلك من خلال التوسع في منح الجوائز على هذه الحسابات وزيادة قيمة ودوريه توزيع الجوائز اذ حقق نتائج نمو مرتفعة وكانت انجازاته هي الأفضل منذ تأسيسه وتحقيق نسبة أرباح مرتفعة نتيجة لتوسع نشاطاته المالية والتي انعكست نتيجتها على ربحية السهم وبالتالي سعر السهم أيضا اخذ بالارتفاع اذ حقق اعلى قيمة في هذا العام مما دفع قيمة المؤشر للارتفاع أيضا, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في عام 2019 والتي بلغت (6.335) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطؤا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض سعر السهم.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

اذ يتضح من الجدول(17) ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2019 والتي تبلغ (45) بالرغم من التحديات التي تواجه الاقتصاد والصعوبات التي يمر بها في هذه السنة بقي المصرف محافظ على نشاطه التشغيلي ليضمن نفس المعدل كما استطاع زيادة صافي محفظة التسهيلات الائتمانية وارتفعت ارصدة ودائع العملاء كذلك زاد المصرف من استثماراته في السوق الأردني كذلك زادت حقوق المساهمين وارتفع العائد على الموجودات والعائد على السهم الواحد مما دفع سعر السهم للارتفاع أيضا والنتيجة ارتفاع قيمة مؤشر السعر الى الربح , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2011 والتي بلغت (8.095) وذلك بسبب الاحداث السياسية التي عانت منها الدول المجاورة للمملكة والتي اثرت على وتيره النشاط الاقتصادي فيها عموما ونشاط السياحة وتحويلات العاملين على وجه الخصوص وارتفاع أسعار النفط عالميا والغاز الطبيعي وأسعار المواد الغذائية وبطئ تعافي الاقتصاد العالمي من ازمة الديون السيادية لمنطقة اليورو وخفض التصنيفات الائتمانية لعدد من الدول بما فيها الأردن كذلك انخفاض الرقم القياسي العام لأسعار الأسهم المرجح بالقيمة السوقية مقارنه بعام 2010.

ب- تحليل مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول(18) نتائج تحليل مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الكندية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة ويظهر كذلك المتوسط العام خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(18) مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
9.597	22.955	6.944	4.382	4.104	2005
8.805	22.440	6.596	3.833	2.351	2006
8.052	19.355	6.667	3.009	3.176	2007
5.607	11.017	4.258	5.317	1.835	2008
9.851	14.915	9.052	10.930	4.506	2009
8.717	17.678	6.031	7.528	3.631	2010
6.801	15.497	5.737	3.079	2.892	2011
8.172	17.666	8.893	3.021	3.108	2012
8.806	19.424	5.731	3.240	6.829	2013

8.750	19.506	6.395	3.335	5.764	2014
8.406	17.545	5.933	5.501	4.647	2015
9.883	20.595	6.968	6.691	5.277	2016
9.884	21.100	6.338	6.776	5.321	2017
8.906	16.722	5.452	5.579	7.874	2018
8.378	17.356	5.804	5.861	4.490	2019
8.574	18.251	6.453	5.206	4.387	المتوسط
9.884	22.955	9.052	10.930	7.874	الحد الاقصى
5.607	11.017	4.258	3.009	1.835	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

يتضح من الجدول (18) ان اعلى قيمة حققها المصرف خلال مدة الدراسة البالغة خمسة عشر عام كانت في 2018 والتي بلغت (7.874) اذ ارتفعت أرباحه مما أدى الى ارتفاع سعر السهم الى اعلى قيمة خلال عمر المصرف ليعكس الأداء المالي المتميز للمصرف خلال العام الحالي مما يعكس تزايد ثقة الجمهور فيه وسمعته الجيدة التي دفعت الزبائن للتعامل معه سواء كانوا مودعين او مستثمرين بالتالي زادت حصته السوقية بين المصارف مما قاد الى هذه النتيجة وهي زيادة اجمالي الإيرادات المتحققة والأرباح والذي انعكس على حصة السهم من الربحية وسعر السهم مما أدى الى زيادة قيمة المساهمين وولد ثقة كبيره لدى المساهمين بإدارة المصرف والاطمئنان على أموالهم بانها تدار بصورة جيدة بالتالي تحسين سمعته اذ أصبحت السعر الى الربح هو مؤشر لسمعة المصرف, اما ادنى قيمة حققها المصرف للمؤشر كانت 2008 وبلغت (1.835) نتيجة الازمة المالية العالمية التي القت ضلالها على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الكندي حيث تأثرت المصارف سلبا بهذه الازمة وانخفض الأداء المالي لها مما تسب بانخفاض ربحية السهم والتي دفع سعر السهم للانخفاض أيضا وبالنتيجة تراجع قيمة مؤشر السعر الى الربح خلال العام الحالي.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

الجدول (18) يوضح قيم مؤشر السعر الى الربح لRoyal Bank خلال مدة الدراسة ويبين ان اعلى قيمة حققها المصرف كانت في عام 2009 والتي بلغت (10.930) ويرجع ذلك الى نشاط المصرف الواضح في هذه السنة والذي ينعكس في مضاعفة الودائع والمدخرات بمختلف أنواعها ومصادرهما نتيجة للجهود المبذولة في مجال حشد الودائع والمدخرات وتوفير التسهيلات الائتمانية

لأصحاب المشاريع الهادفة الى تشجيع الاستثمار ونتيجة لذلك وصلت محفظة ائتمان المصرف الى مستوى جيد مما أدى ذلك الى ارتفاع ربحية المصرف بالتالي انعكس ذلك على سعر السهم في هذه السنة ارتفع أيضا فضلا عن حصة السهم من الربحية أيضا ارتفعت مما أدى الى تحسين سمعة المصرف, في حين أدنى قيمة لمؤشر السعر الى الربح كانت في سنة 2007 وكانت (3.009) نتيجة لتراجع أداء المصرف في هذه السنة فانخفض سعر السهم في هذه السنة بصورة كبيرة عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح المتحققة مما أدى الى انخفاض ربحية السهم خلال العام والذي اثر سلبا على سمعة المصرف ولكن سرعان ما أعاد المصرف نشاطه وارتفعت قيمة المؤشر في 2009.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

يظهر من الجدول (18) ان اعلى قيمة لمؤشر السعر الى الربح لمصرف BMO Financial Group خلال مدة الراسة كانت في سنة 2009 وبقيمة بالغة (9.052) وسبب هذا الارتفاع يعود الى ان قيمة سعر السهم اكبر من بقية السنوات السابقة واللاحقة لسنة 2009 فضلا عن ان توزيعات الأرباح كانت مرتفعة في هذه السنة والذي يبين مدى اهتمام المصرف بمساهميه اذ يقوم المصرف بتطوير علاقة إيجابية مع المساهمين قائمة على الشفافية وتوفير المعلومات لهم من خلال التقارير المالية والقوائم المالية الموحدة بالتالي تتولد ثقة واطمئنان لديهم بإدارة المصرف لأموالهم بصورة جيدة وان نتيجة ذلك يعود على المصرف بالسمعة الجيدة وزيادة الزبائن والمستثمرين المتعاملين مع المصرف وبالتالي زيادة تعاملاته المالية ونتيجة هذا التطور في عمله زادت ربحيته وان زيادة الربحية تنعكس على زيادة العائد اذ كلما زادت الربحية زاد سعر السهم والعائد الذي يحصل عليه المساهم في نهاية السنة المالية, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2008 وبقيمة بالغة (4.258) نتيجة الازمة المالية العالمية التي القت ضلالها على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الكندي حيث تأثرت المصارف سلبا بهذه الازمة وانخفض الأداء المالي لها مما تسب بانخفاض ربحية السهم والتي دفع سعر السهم للانخفاض أيضا وبالنتيجة تراجع قيمة مؤشر السعر الى الربح خلال العام الحالي.

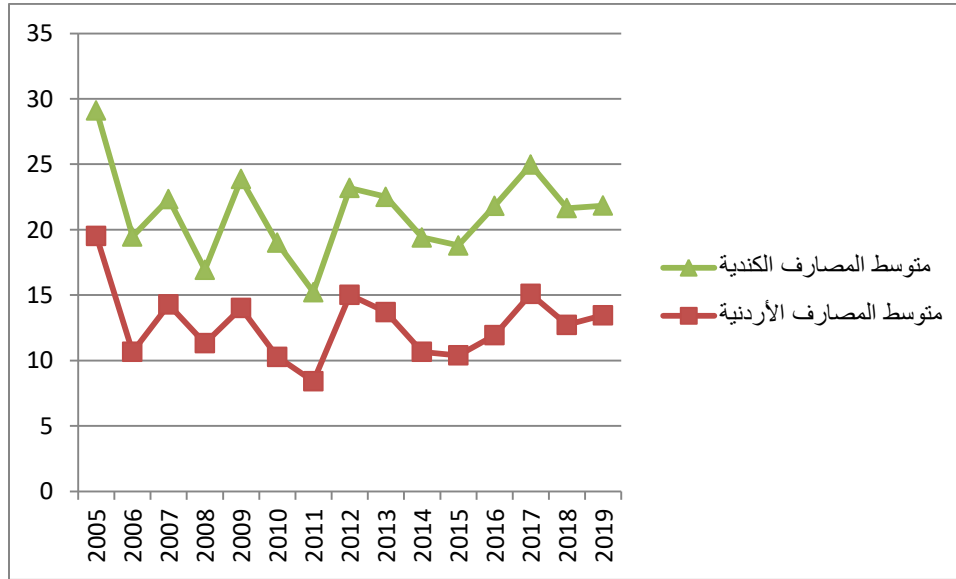
4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

ان الجدول (18) يبين ان اعلى قيمة لمؤشر السعر الى الربح لمصرف Scotia bank خلال مدة الدراسة كانت في سنة 2005 والتي بلغت (22.955) ويعود ذلك الى نشاط المصرف الواضح في هذه السنة والذي ينعكس في مضاعفة الودائع والمدخرات بمختلف أنواعها ومصادر ها نتيجة للجهود المبذولة

في مجال حشد الودائع والمدخرات وتوفير التسهيلات الائتمانية لأصحاب المشاريع الهادفة الى تشجيع الاستثمار ونتيجة لذلك وصلت محفظة ائتمان المصرف الى مستوى جيد مما أدى ذلك الى ارتفاع ربحية و سعر السهم أيضا فضلا عن حصة السهم من الربحية أيضا ارتفعت مما أدى الى تحسين سمعة المصرف , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2008 اذ بلغت (11.017) نتيجة الازمة المالية العالمية التي القت ضلالها على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الكندي حيث تأثرت المصارف سلبا بهذه الازمة وانخفض الأداء المالي لها مما تسبب بانخفاض ربحية السهم والتي دفع سعر السهم للانخفاض أيضا وبالنتيجة تراجع قيمة مؤشر السعر الى الربح خلال العام الحالي.

ج- - مقارنة متوسط مؤشر السعر الى الربح للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (10) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر السعر الى الربح لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية للدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (10) متوسطات مؤشر السعر الى الربح للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (10) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتفاوت في متوسطات مؤشر السعر الى الربح من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارتها لأموال زبائنها واستثماراتها ففي بعض السنوات كان الأداء المالي للمصارف عالي مما أدى الى ان تكون مستويات الربحية المتحققة جيدة ايضا بالتالي ينعكس ذلك إيجابيا على ربحية السهم و على سعر

السهم اذ يأخذ بالارتفاع كلما زادت ربحيته وتحسنت سمعته في السوق المالي ,وبالتالي ترتفع قيمته في السوق وفي سنوات أخرى نجد ان الأداء المالي للمصارف منخفض مما ينعكس سلبياً على اجمالي ربحية المصرف وبالتالي تتراجع حصة السهم من الربحية ومن اجمالي الأرباح أيضاً مما يؤثر على قيمته السوقية اذ تصبح أيضاً منخفضة نتيجة التأثير السلبي لهذا الانخفاض على سمعة المصرف.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر السعر الى الربح كان في 2005 والتي يبلغ (19.521) اذ يبدو ان نشاط المصارف خلال هذا العام هو الأفضل اذ ارتفعت حجم الودائع بسبب مضاعفة جهودها في مجال استقطاب المدخرات والودائع بكافة أنواعها كذلك واصلت المصارف مساعيها لزيادة الاستثمارات وتشجيع المستثمرين وتوفير التمويل اللازم للأفراد والمؤسسات للاستثمار في العينة العام والخاص اذ زاد رصيد التسهيلات الائتمانية لديها وكذلك ارتفعت حقوق المساهمين وكذلك ارتفع ايراد الفوائد والعمولات كل هذا التحسن في الوضع المالي للمصارف نتيجته ارتفاع نسب الربحية للمصارف والتي انعكست على زيادة ربحية اسهما وتعكس هذه النتائج الكبيرة الجهود المبذولة من قبل مجلس إدارة المصارف لتنفيذ سياسة المصارف وبالنتيجة كان انعكاسها واضحاً في الارباح المتحققة وبالتالي القيمة السوقية وما ينتج عنها من سمعة جيدة للمصارف, اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2011 بقيمة (8.419) وذلك بسبب تأثر الاقتصاد العالمي وسيما العربي وخاصة الأردني بالظروف الاقتصادية والسياسية في المنطقة العربية التي حدثت في تلك المدة وبقيت تعاني منها كافة القطاعات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف بالتالي تراجع نسب الربحية المتحققة مما اثر على ربحية السهم وانخفض سعره.

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر السعر الى الربح تحققت في 2017 والذي يبلغ (9.884) وذلك نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية في هذه السنة قياساً ببقية السنوات مما أدى الى ارتفاع ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعر السهم مما أدى الى زيادة القيمة السوقية لتصل الى اعلى قيمة خلال الخمسة عشر سنة , اما ادنى متوسط للمؤشر كان في سنة 2008 والتي يبلغ (5.607) وكان الانخفاض بسبب الازمة المالية التي حدثت واثرت سلبياً على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الكندي وسيما النظام المصرفي له نصيب من هذا التأثير مما أدى الى انخفاض ربحية المصارف وبالتالي انخفاض سعر الاسهم وبقيت تعاني كافة القطاعات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف بالتالي تراجع نسب الربحية المتحققة مما اثر على ربحية السهم وانخفض سعره.

و بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات مؤشر السعر الى الربح في المصارف الأردنية افضل من متوسط المؤشر للمصارف الأردنية .

ثالثاً:- مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية

ان القيمة الاسمية للسهم هي القيمة التي يتم إصدار السهم بها مثلاً دينار واحد للسهم و هي القيمة التي تمثل سعر السهم في السوق المالية اما القيمة الدفترية للسهم هي قيمة السهم المحاسبية تقارن هذه النسبة سعر سهم المصرف السوقي بقيمة السهم الدفترية P/B وتقاس من خلال المعادلة التالية :-

مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية = القيمة السوقية للسهم / القيمة الدفترية للسهم

ويمكن للمستثمر حساب القيمة الدفترية للسهم الواحد من خلال المعادلة الآتية:-

القيمة الدفترية = اجمالي حقوق المساهمين / اجمالي عدد الأسهم

اذ ان :

حقوق المساهمين = اجمالي الموجودات – اجمالي المطلوبات

أ- تحليل مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الأردنية

ظهر في الجدول(19) نتائج تحليل مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية للمصارف الاردنية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما ياتي:-

الجدول(19) القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الأردنية

السنة	البنك الأردني الكويتي	البنك الاستثماري	البنك التجاري الأردني	بنك الأردن	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	بنك المؤسسة العربية	المتوسط
2005	2.712	0.004	0.350	3.571	5.412	3.102	3.116	2.610
2006	1.705	0.002	0.172	2.087	2.077	1.953	2.267	1.466
2007	3503.160	0.002	0.215	1.811	2.023	1.743	1.602	501.508
2008	1307.446	0.001	0.189	1.281	2.503	1.528	1.325	187.753
2009	882.850	0.001	0.126	1.142	2.030	1.118	0.840	126.873
2010	887.363	0.001	0.141	1.747	2.147	1.496	0.992	127.698

100.088	0.773	1.194	2.143	1.168	0.098	0.001	695.240	2011
77.899	0.747	1.069	2.187	1.223	0.085	0.001	539.984	2012
92.272	0.808	1.292	2.256	1.204	0.090	0.001	640.256	2013
95.556	0.816	1.212	2.329	1.206	0.958	0.001	662.368	2014
87.865	0.842	1.292	2.404	1.070	0.860	0.001	608.588	2015
82.779	0.910	1.026	2.892	1.401	1.103	0.001	572.121	2016
107.654	0.817	0.786	2.480	1.347	0.939	0.001	747.207	2017
62.699	0.659	0.728	2.569	1.044	0.734	0.001	433.161	2018
52.546	0.568	0.525	1.616	1.021	0.681	0.001	363.413	2019
113.818	1.139	1.338	2.471	1.488	0.449	0.001	789.838	المتوسط
501.508	3.116	3.102	5.412	3.571	1.103	0.004	3503.160	الحد الأقصى
1.466	0.568	0.525	1.62	1.021	0.085	0.001	1.705	الحد الأدنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

نلاحظ من الجدول (19) قيم مؤشر القيمة السوقية للسهم الى قيمته الدفترية للمصرف الأردني الكويتي خلال مدة الدراسة ويتبين ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2007 والتي بلغت (3503.160) اذ ان المصرف خلال هذا العام اظهر نموا كبيرا في اجمالي الدخل نتيجة لعمليات المصرف ونشاطاته المتنوعة ورافق ذلك ارتفاع في حجم الودائع وارتفع حجم التسهيلات الائتمانية أيضا واستمراريه المصرف في منح قروض التجزئة وحافظ المصرف على نسبة عالية لكفاية راس المال اذ قام المصرف بزيادة راس ماله وزيادة حقوق المساهمين كل هذه التطورات التي حققها المصرف في اداءه المالي أدت الى زيادة سمعة المصرف وزيادة حصته السوقية وقاعدة زبائنه اخذت تكبر أيضا نتيجة سمعته المتميزة بين المصارف مما أدى الى زيادة سعر السهم نتيجة للربحية الجيدة وبالنتيجة ارتفاع قيمة السهم في السوق اكبر من القيمة الدفترية مما أدى الى ارتفاع قيمة المؤشر بصورة كبيرة , اما اقل قيمة للمؤشر كانت في سنة 2006 وبلغت (1.705) وذلك بسبب انخفاض نشاط المصرف في هذه السنة مما اثر سلبا على ربحية المصرف المتحققة وتزايد المطلوبات نسبة الى الموجودات وبالتالي تراجع ربحية مما خفض من سمعة المصرف بالتالي انخفضت قيمة سعر السهم في السوق المالي .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

من الجدول (19) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية خلال مدة الدراسة للمصرف الاستثماري اذ تبين بان اعلى قيمة كانت في 2005 بلغت (0.004) وذلك كون المصرف استمر في العمل على اجتذاب الأموال والمدخرات من مصادرها المختلفة وبخاصه ودائع العملاء وبالأخص حسابات التوفير وذلك من خلال التوسع في منح الجوائز على هذه الحسابات وزيادة قيمة ودوريه توزيع الجوائز اذ حقق نتائج نمو مرتفعة وانجازات هي الأفضل منذ تأسيسه وتحقيق نسبة أرباح مرتفعة نتيجة لتوسع نشاطاته المالية والتي انعكست نتيجتها على ربحية السهم وبالتالي سعر السهم أيضا اخذ بالارتفاع اذ حقق اعلى قيمة في هذا العام مما دفع قيمة المؤشر للارتفاع أيضا , في حين ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2019 اذ بلغت (0.001) وذلك بسبب تراجع الوضع الاقتصادي لأغلب بلدان العالم بسبب تأثرها بظروف كورونا وما صاحبها من انخفاض في النشاط الاقتصادي والمالي وتأثيرها على سوق المال والبورصة ومنها النظام المصرفي تآثر سلبا بها اذ انخفض اداءها المالي ومنها المصرف الاستثماري اذ انخفضت قيمة سممه السوقية.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

ان الجدول (19) أعلاه يوضح قيم مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية للمصرف التجاري الأردني خلال المدة الممتدة (2005-2019) اذ يتضح ان اعلى قيمة كانت في 2016 وبلغت (1.103) اذ كانت توزيعات الأرباح لهذه السنة مرتفعة قياسا بباقي سنوات الدراسة أي ان المصرف في هذه السنة حقق ربحية جيدة نتيجة لنشاطاته المتنوعة والخطط الاستثمارية الجيدة التي يعمل بها فضلا عن اهتمامه بزبائنه المودعين والمستثمرين من اجل المحافظة عليهم وجذب زبائن جدد من خلال السمعة التي يبنونها لنفسه بالتالي تزداد حصته السوقية ينعكس ذلك على زيادة الأموال المودعة والمستثمرة للمصرف, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت (0.085) في 2012 اذ ان انخفاض النشاط المالي والاقتصادي للمصرف في هذه السنة نتيجة للظروف غير المواتية التي اصابت الاقتصاد العالمي ومنه الاقتصاد الخليجي أدى الى نتيجة سلبية من خلال انخفاض اجمالي الربحية المتحققة بالتالي قلت ربحية السهم الى ادنى حد ممكن مما اثر سلبا على سمعة المصرف وبالتالي انخفاض سعر السهم في سوق المال والنتيجة كانت انخفاض قيمة مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

ان الجدول (19) يوضح ان اعلى قيمة للمؤشر لمصرف الأردن كانت في 2016 وبلغت (3.571) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي مما أدى الى ارتفاع قيمة مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية لسهم المصرف خلال العام الحالي , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2009 والتي بلغت (1.021) وذلك كون الازمة المالية العالمية 2008 لازالت اثارها مستمرة على الاقتصاد العالمي ومنه العربي وخاصة الاقتصاد الأردني مما اثر على أنشطة وأداء المصرف المالي بالتالي انخفضت قيمة الربحية المتحققة وانخفضت قيمة المؤشر فيما بعد.

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

من الجدول (19) يتبين ان اعلى قيمة للمؤشر لمصرف الإسكان الأردني كانت في 2016 والتي بلغت (5.412) نتيجة لنشاط المصرف الواضح خلال هذا العام والتي انعكس إيجابيا على ربحية السهم وبالتالي تحسنت سمعته مما أدى الى ارتفاع سعره في السوق المالي مما أدى الى ارتفاع قيمة مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية في 2016 نتيجة لنشاطاته المتنوعة والخطط الاستثمارية الجيدة التي يعمل بها فضلا عن اهتمامه بزبائنه المودعين والمستثمرين من اجل المحافظة عليهم وجذب زبائن جدد, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2008 وبلغت (1.62) وكان الانخفاض بسبب الازمة المالية التي حدثت واثرت سلبا على الاقتصاد العالمي ومنها الاقتصاد الأردني وسيما النظام المصرفي له نصيب من هذا التأثير مما أدى الى انخفاض ربحية المصارف وبالتالي انخفاض سعر الاسهم وبقيت تعاني كافة العينةات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف بالتالي تراجع نسب الربحية المتحققة مما اثر على ربحية السهم بالتالي سعره أيضا انخفض.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

في الجدول (19) أعلاه نجد ان اعلى قيمة لمؤشر القيمة السوقية الى الدفترية كانت في سنة 2015 والتي بلغت (3.102) اذ ان سعر السهم في هذه السنة وصل الى اعلى قيمة حققها المصرف خلال المدة

اذ تمكن المصرف رغم الأوضاع غير المستقرة في تلك المدة ان يحقق إنجازات ونتائج متميزة من ناحية الأرباح المتحققة وزيادة الموجودات وكذلك نمو محفظة المصرف من التسهيلات الائتمانية وارتفاع اجمالي الدخل أيضا اجمالي الودائع شهدت زيادة ملحوظة بسبب زيادة قاعدة العملاء المتعاملين مع المصرف وزادت الحسابات الجارية وتحت الطلب وبهذا حافظ المصرف على موقعه كوعاء ادخاري انعكس ذلك على القيمة السوقية لسهمه وبالتالي أصبحت سمعته جيدة والمصرف الأول بين المصارف, اما ادنى قيمة كانت في 2019 وبلغت (0.525) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطؤا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجاريه والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض سعر السهم.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

من الجدول (19) أعلاه نجد ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2006 والتي بلغت (3.116) وذلك بسبب ارتفاع سعر السهم في هذه السنة بقيمة اكبر من سعر السنة السابقة لكون ربحية السهم ازدادت عن السنة السابقة مما أدى الى ارتفاع قيمة السهم في هذه السنة اذ ان الأداء المالي للمصرف كان جيد مما أدى الى ارتفاع راس المال المستثمر في هذه السنة بالتالي قاد الى هذه النتيجة وهي زيادة اجمالي الإيرادات المتحققة والأرباح والذي انعكس على حصة السهم من الربحية وسعر السهم مما أدى الى زيادة قيمة المساهمين وولد ثقة كبيره لدى المساهمين بإدارة المصرف والاطمئنان على أموالهم بانها تدار بصورة جيدة بالتالي سوف يتحول كل مستثمر الى أداة إعلامية للمصرف لتحسين سمعته اذ اصبح القيمة السوقية الى الدفترية هو مؤشر لسمعة المصرف, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2009 وبقية تبلغ (0.568) اذ انخفض سعر السنة الحالية عن السنة السابقة بصورة كبيرة بسبب تراجع الوضع المالي للمصرف في هذه السنة أدى الى انخفاض في قيمة اجمالي الأرباح عن السنة السابقة مما أدى الى انخفاض سعر السهم اذ اثر هذا الانخفاض على سمعة المصرف وتراجع الطلب عليه في السوق المالي نتيجة لانخفاض ربحية وبالتالي نتيجة لانخفاض الأرباح انخفضت قيمة العائد الذي حصل عليه كل مساهم في هذه السنة مما اثر سلبا على قيمة المؤشر.

ب- تحليل مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الكندية

ظهر في الجدول(20) نتائج تحليل مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية للمصارف الكندية عينه الدراسة وخلال السلسلة الزمنية الممتدة من (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينه الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنه النتائج الأخرى وكما يأتي:-

الجدول(20) القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
1321.792	1.957	2348.208	2935.852	1.148	2005
1374.282	1.878	2283.131	3211.027	1.093	2006
1113.030	1.307	1806.265	2643.374	1.174	2007
610.322	0.826	901.547	1538.481	0.436	2008
908.378	1.306	1494.055	2137.465	0.686	2009
845.276	1.313	1470.684	1908.347	0.761	2010
782.196	0.864	1254.036	1873.178	0.707	2011
1104.607	0.966	2465.860	1950.820	0.780	2012
922.886	1.079	1525.826	2162.952	1.685	2013
936.555	0.996	1546.842	2196.820	1.563	2014
750.207	0.763	1277.334	1721.650	1.081	2015
843.411	0.943	1470.211	1901.257	1.232	2016
878.852	0.969	1473.335	2039.664	1.442	2017
736.581	0.719	1254.028	1689.404	2.172	2018
756.463	0.764	1258.849	1765.065	1.175	2019
925.656	1.110	1588.681	2111.690	1.142	المتوسط
1374.282	1.957	2465.860	3211.027	2.172	الحد الأقصى
610.322	0.719	901.547	1538.481	0.436	الحد الأدنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

الجدول(20) يبين ان اعلى قيمة لمؤشر القيمة السوقية الى الدفترية لسهم المصرف كانت في 2018 والتي بلغت (2.172) وذلك بسبب ارتفاع سعر السهم في هذه السنة بقيمة اكبر من سعر السنة السابقة لكون ربحية السهم ازدادت عن السنة السابقة تقريبا ضعف قيمة الربحية مما أدى الى ارتفاع قيمة السهم في هذه السنة اذ ان الأداء المالي للمصرف كان جيد مما أدى الى ارتفاع راس المال المستثمر في هذه السنة بالتالي قاد الى هذه النتيجة وهي زيادة اجمالي الإيرادات المتحققة والأرباح والذي انعكس على

حصة السهم من الربحية وسعر السهم مما أدى الى زيادة قيمة المساهمين وولد ثقة كبيره لدى المساهمين بإدارة المصرف والاطمئنان على أموالهم بانها تدار بصورة جيدة بالتالي سوف يتحول كل مستثمر الى أداة إعلامية للمصرف لتحسين سمعته اذ اصبح عائد المساهمين هو مؤشر لسمعة المصرف, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2008 وبقية تبلغ (0.436) اذ انخفض سعر السنة الحالية عن السنة السابقة بصورة كبيرة بسبب تراجع الوضع المالي للمصرف في هذه السنة أدى الى انخفاض في قيمة اجمالي الأرباح عن السنة السابقة مما أدى الى انخفاض سعر السهم اذ اثر هذا الانخفاض على سمعة المصرف وتراجع الطلب عليه في السوق المالي نتيجة لانخفاض ربحيته وبالتالي نتيجة لانخفاض الأرباح انخفضت قيمة العائد الذي حصل عليه كل مساهم في هذه السنة.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من الجدول (20) أعلاه يمكننا الاطلاع على التذبذب الحاصل في قيم مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية خلال المدة الممتدة (2005-2019) اذ ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2006 وبقية بالغة (3211.027) اذ ان المصرف خلال هذا العام اظهر نموا كبيرا في اجمالي الدخل نتيجة لعمليات المصرف ونشاطاته المتنوعة ورافق ذلك ارتفاع في حجم الودائع وارتفع حجم التسهيلات الائتمانية أيضا واستمراريه المصرف في منح قروض التجزئة وحافظ المصرف على نسبة عالية لكفاية راس المال اذ قام المصرف بزيادة راس ماله وزيادة حقوق المساهمين كل هذه التطورات التي حققها المصرف في ادائه المالي أدت الى زيادة سمعة المصرف وزيادة حصته السوقية وقاعدة زبائنه اخذت تكبر أيضا نتيجة سمعته المتميزة بين المصارف مما أدى الى زيادة سعر السهم نتيجة للربحية الجيدة وبالنتيجة ارتفاع قيمة السهم في السوق اكبر من القيمة الدفترية مما أدى الى ارتفاع قيمة المؤشر بصورة كبيرة , اما اقل قيمة للمؤشر كانت في سنة 2008 وبلغت (1538.481) وذلك بسبب انخفاض نشاط المصرف بسبب الازمة المالية في هذه السنة مما اثر سلبا على ربحية المصرف المتحققة وتزايد المطلوبات نسبة الى الموجودات وبالتالي تراجع ربحية مما خفض من سمعة المصرف بالتالي انخفضت قيمة سعر السهم في السوق المالي .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

يتبين من الجدول (20) ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2012 وبقية بالغة (2465.860) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية

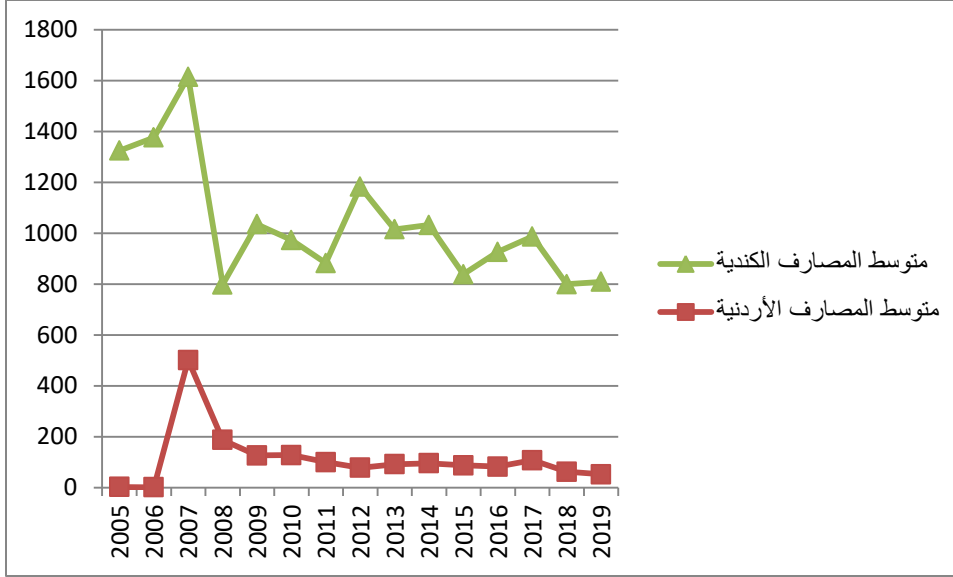
المدرسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على الربحية المتحققة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفع سعر السهم في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة نتيجة لحصته الجيدة من الربحية المتحققة خلال العام الحالي مما أدى الى ارتفاع قيمة مؤشر السعر الى الربح خلال العام الحالي , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت (901.547) في 2011 اذ ان انخفاض النشاط المالي والاقتصادي للمصرف في هذه السنة نتيجة للظروف غير المواتية التي اصابت الاقتصاد العالمي ومنه الاقتصاد الخليجي أدى الى نتيجة سلبية من خلال انخفاض اجمالي الربحية المتحققة بالتالي قلت ربحية السهم الى ادنى حد ممكن مما اثر سلبا على سمعة المصرف وبالتالي انخفاض سعر السهم في سوق المال والنتيجة كانت انخفاض قيمة مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

يتضح من الجدول (20) أعلاه ان قيمة المؤشر تتفاوت بين سنوات الدراسة بالارتفاع تارة والانخفاض تارة أخرى اذ ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2005 والتي بلغت (1.957) اذ ان المصرف خلال هذا العام اظهر نموا كبيرا في اجمالي الدخل نتيجة لعمليات المصرف ونشاطاته المتنوعة ورافق ذلك ارتفاع في حجم الودائع وارتفع حجم التسهيلات الائتمانية أيضا واستمراريه المصرف في منح قروض التجزئة وحافظ المصرف على نسبة عالية لكفاية راس المال اذ قام المصرف بزيادة راس ماله وزيادة حقوق المساهمين كل هذه التطورات التي حققها المصرف في اداءه المالي أدت الى زيادة سمعة المصرف وزيادة حصته السوقية وقاعدة زبائنه اخذت تكبر أيضا نتيجة سمعته المتميزة بين المصارف مما أدى الى زيادة سعر السهم نتيجة للربحية الجيدة وبالنتيجة ارتفاع قيمة السهم في السوق أكبر من القيمة الدفترية مما أدى الى ارتفاع قيمة المؤشر بصورة كبيرة , اما اقل قيمة للمؤشر كانت في سنة 2008 وبلغت (0.719) وذلك بسبب انخفاض نشاط المصرف في هذه السنة بسبب الازمة المالية العالمية مما اثر سلبا على ربحية المصرف المتحققة وتزايد المطلوبات نسبة الى الموجودات وبالتالي تراجعت ربحية مما خفض من سمعة المصرف بالتالي انخفضت قيمة سعر السهم في السوق المالي .

ج- مقارنة متوسط مؤشر القيمة السوقية الى القيمة الدفترية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (11) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل(11) متوسطات مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل(11) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتفاوت في متوسطات مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين المصارف عينه الدراسة في امكانياتها لأدارتها لأموالها ففي بعض السنوات كان الأداء المالي للمصارف جيد مما أدى الى ان تكون مستويات الربحية المتحققة جيدة ايضا بالتالي ينعكس ذلك إيجابيا على ربحية السهم وبالتالي على سعر السهم اذ يأخذ بالارتفاع كلما زادت ربحيته وسمعته تحسنت في السوق المالي وبالتالي ترتفع قيمته السوقية وفي سنوات أخرى نجد ان الأداء المالي للمصارف منخفض مما ينعكس سلبا على اجمالي ربحية المصرف وبالتالي تتراجع ربحية السهم كحصة من اجمالي الأرباح أيضا مما يؤثر على القيمة السوقية اذ تصبح أيضا منخفضة نتيجة التأثير السلبي لهذا الانخفاض على سمعة المصرف .

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط قيمة سوقيه حققتها كانت في 2007 والتي تبلغ (501.508) والذي يبين الأداء المالي الجيد لمجموعه المصارف خلال هذه السنة مما أدى الى زيادة الإيرادات والارباح المتحققة مما انعكس إيجابيا على عائد السهم ومن ثم على سمعته أصبحت افضل مما زاد ثقة جمهور المودعين والمستثمرين فيه, في حين ادنى معدل عائد كان في سنة 2006 اذ بلغ (1.466) اذ ان انخفاض النشاط المالي والاقتصادي للمصارف في هذه السنة نتيجة للظروف غير المواتية التي اصابته الاقتصاد العالمي ومنه الاقتصاد الخليجي أدى الى نتيجة سلبية من خلال انخفاض

اجمالي الربحية المتحققة بالتالي قلت ربحية السهم الى ادنى حد ممكن مما اثر سلبي على سمعة المصارف وبالتالي انخفاض سعر السهم في سوق المال والنتيجة كانت انخفاض قيمة مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية.

ونلاحظ أيضا تفاوت وتباين متوسط قيمة المؤشر للمصارف الكندية اذ حققت اعلى متوسط والبالغ (1374.282) في عام 2006 وهو اعلى متوسط مقارنة بجميع السنوات ضمن مدة الدراسة مما يشير الى ان إدارة المصارف عينة الدراسة كانت حريصة على ان يكون اداءها المالي عالٍ من خلال الخطط الاستراتيجية الموضوعة وكيفية تنفيذها واهتمامها أيضا بالملاك الوظيفي الذي ينعكس بتعاملهم مع الزبائن وبالتالي كسب زبائن جدد فضلا عن الاحتفاظ بالزبون الحالي مما أدى الى زيادة الحصة السوقية للمصارف عينة الدراسة بالتالي زادت نشاطاتها الاستثمارية خلال السنة بالتالي زادت الأرباح المتحققة والتي انعكست إيجابيا على ربيحة السهم العائدة للمساهمين وأصبحت هذه المصارف ذا سمعة افضل في حين اقل قيمة للمؤشر كان في سنة 2008 والذي يبلغ (610.322) نتيجة لتراجع الأداء المالي لبعض المصارف بسبب تردي الظروف الاقتصادية في هذه السنة بسبب الازمة المالية العالمية مما اثر على متوسط ربحية السهم الواحد وبالتالي انخفاض متوسط قيمة المؤشر خلال السنة .

لكن بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات عوائد المساهمين في المصارف الكندية افضل من المصارف الأردنية وذلك نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية .

- مقارنة متوسط مؤشرات السمعة للمصارف عينة الدراسة

يعرض الجدول (21) المتوسطات لمؤشرات السمعة (مرتبة تنازليا) للمصارف الأردنية والكندية عينة الدراسة وكما مبين أدناه:

الجدول (21) الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات السمعة للمصارف عينة الدراسة

المصارف الكندية		المصارف الأردنية		المؤشرات				
الأدنى	الأقصى	الأدنى	الأقصى	الأدنى	الأقصى			
Scotiabank	0.060	TD Bank Group	0.284	بنك المؤسسة العربية	0.043	البنك الأردني الكويتي	0.222	عائد المساهمين
TD Bank Group	62157631733	Royal Bank	9.65851E+13	بنك المؤسسة العربية	116770377.7	بنك الاسكان	2151194875	القيمة السوقية
TD Bank Group	4.387	Scotiabank	18.251	البنك الأردني الكويتي	5.762	بنك الاسكان	20.685	السعر الى الربح
Scotiabank	1.110	Royal Bank	2111.690	البنك الاستثماري	0.001	البنك الأردني	789.838	القيمة السوقية الى الدفترية

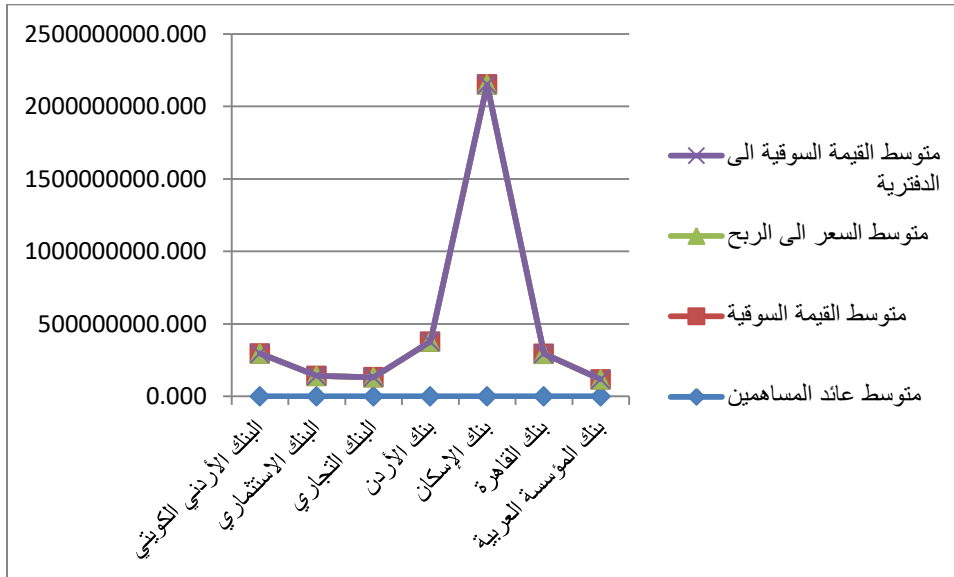
المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

فيما يتعلق بالمصارف الاردنية يتبين من الجدول (21) وبعد ترتيب متوسطات مؤشر عائد المساهمين للمصارف الأردنية عينة الدراسة ان اعلى عائد تحقق خلال المدة كان للمصرف الأردني الكويتي بقيمة (0.222) , اما ادنى عائد الذي حصل عليه المساهمين كان من نصيب مساهمي بنك المؤسسة العربية ويبلغ (0.043) .

اما مؤشر القيمة السوقية للمصارف عينة الدراسة بعد الترتيب تنازليا تبين ان افضل قيمة سوقية كانت لمصرف الإسكان بقيمة (2151194875) في حين ادنى قيمة كانت لمصرف المؤسسة العربية (116770377.7) .

بالنسبة لمؤشر السعر الى الربح كان الأفضل من بين المصارف عينة الدراسة هو مصرف الاسكان بقيمة (20.685) , اما ادنى قيمة كانت لمصرف الاردني الكويتي بقيمة (5.762).

في حين مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية كان الأعلى في مصرف الأردن الكويتي بقيمة (789.838) , في حين كان الأدنى في المصرف الاستثماري بقيمة بالغة (0.001). وكما موضح في الشكل (12) ادناه:



الشكل (12) متوسط مؤشرات السمعة للمصارف الاردنية عينة الدراسة

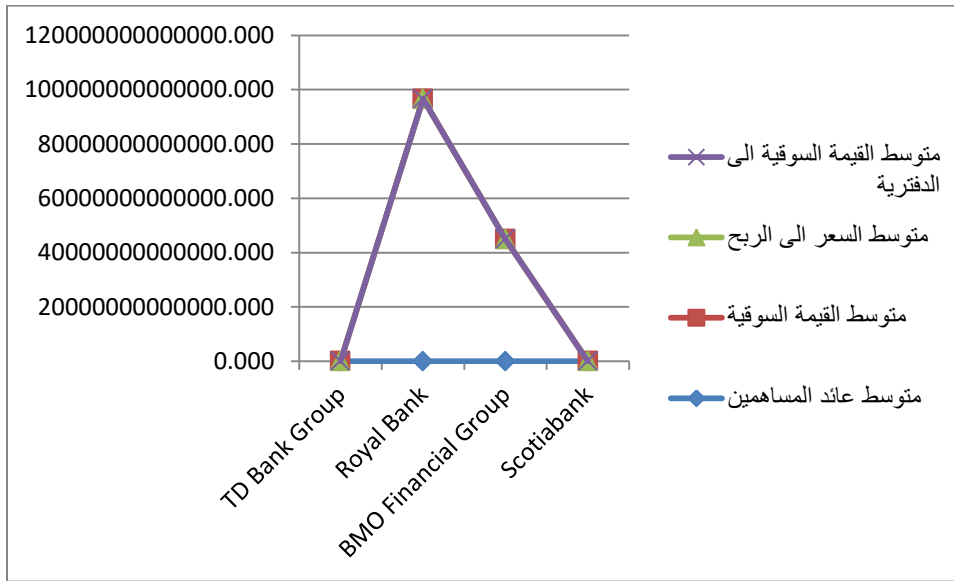
المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

اما فيما يتعلق بالمصارف الكندية تبين من الجدول (21) وبعد ترتيب متوسطات مؤشر عائد المساهمين للمصارف الكندية عينة الدراسة ان اعلى عائد تحقق خلال المدة كان (0.284) لمصرف TD Bank Group, في حين ادنى قيمة للمؤشر كانت (0.060) لمصرف Scotiabank.

في حين القيمة السوقية كانت الأفضل في المصرف Royal Bank بقيمة (9.65851E+13) , اما المصرف الأدنى قيمة سوقية من بين المصارف عينة الدراسة هو TD Bank Group بقيمة (62157631733).

بالنسبة لمؤشر السعر الى الربح حقق Scotiabank اعلى قيمة وكانت (18.251) , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت لـ TD Bank Group بقيمة (4.387).

في حين مؤشر القيمة السوقية الى الدفترية كان الأفضل في Royal Bank بقيمة بالغة (2111.690) , اما ادنى قيمة كانت للـ Scotiabank بقيمة (1.110). كما موضح في الشكل (13) :



الشكل (13) متوسط مؤشرات السمعة للمصارف الكندية عينة الدراسة

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

وبصورة عامة وعند المقارنة بين المصارف الأردنية والكندية نجد ان المصارف الكندية افضل سمعة من المصارف الأردنية بناء على النتائج التي حققتها مؤشرات السمعة خلال المدة ,والذي تبين مدى اهتمام المصارف الكندية بمساهميها ,اذ تقوم بتطوير علاقة إيجابية مع المساهمين قائمة على



الشفافية وتوفير المعلومات ,بالتالي تتولد ثقة واطمئنان لديهم بإدارة المصرف لأموالهم بصورة جيدة ,وان نتيجة ذلك يعود على المصرف بالسمعة الجيدة وزيادة عدد الزبائن والمستثمرين المتعاملين مع المصرف ,وزيادة تعاملاته المالية نتیجتها التطور في عمله وزيادة ربحيته ,وان زيادة الربحية تنعكس على زيادة العائد, اذ كلما زادت الربحية زاد العائد الذي يحصل عليه المساهم في نهاية السنة المالية , بالتالي قيمته السوقية تكون افضل وزيادة سعر السهم فيما بعد.

المبحث الثالث

تحليل مؤشرات الأداء المالي

توطئة:

تمّ اعتماد المؤشرات الخاصة بالأداء المالي وتحليلها لعينه من المصارف التجارية الأردنية والكندية عينة الدراسة وخلال المدة التي أعتمد عليها في التحليل وهي (2005-2019) إذ تم استخدام المؤشرات الخاصة بالسيولة المصرفية (نسبة الرصيد النقدي ونسبة الاحتياطي القانوني ونسبة النقد الى اجمالي الموجودات) اما مؤشرات الربحية تم استخدام منها (العائد على الموجودات و العائد على حق الملكية ونسبة القوة الايرادية) في حين نسب الملاءة المالية او الرافعة المالية تم قياس منها (نسبة المديونية والمضاعف نسبة اجمالي الموجودات الى راس المال المدفوع) وكالاتي:

أولاً:- مؤشرات السيولة

تمّ اعتماد المؤشرات الخاصة بالسيولة المصرفية وتحليلها للمصارف التجارية عينة الدراسة وخلال المدة التي أعتمد عليها في التحليل وتم استخدام المؤشرات الخاصة بالسيولة المصرفية (نسبة الرصيد النقدي ونسبة الاحتياطي القانوني والنقدية الى اجمالي الموجودات) وكالاتي:

1- نسبة الرصيد النقدي

تشير هذه النسبة إلى مدى قدرة الأرصدة النقدية الموجودة في الصندوق ولدى المصرف المركزي ولدى المصارف الأخرى وأية أرصدة أخرى كالعملات الأجنبية والمسكوكات الذهبية الموجودة في المصرف على الوفاء بالالتزامات المالية المترتبة على ذمة المصرف والواجبة التسديد في مواعيدها المحددة ويمكن التعبير عن هذه النسبة بالمعادلة الآتية:

$$\text{نسبة الرصيد النقدي} = \frac{\text{النقد في الصندوق} + \text{النقد لدى المصرف المركزي} + \text{الأرصدة السائلة الأخرى}}{\text{الودائع وما في حكمها}} \times 100$$

أ- تحليل مؤشر نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الأردنية

يظهر في الجدول (22) نتائج تحليل مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصارف عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة



والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(22) نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الأردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة عمان	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري الأردني	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.466	0.477	0.539	0.440	0.451	0.307	0.549	0.501	2005
0.447	0.496	0.446	0.489	0.441	0.399	0.494	0.366	2006
0.436	0.468	0.468	0.515	0.376	0.396	0.417	0.413	2007
0.367	0.419	0.343	0.452	0.309	0.293	0.421	0.329	2008
0.352	0.372	0.380	0.471	0.338	0.284	0.267	0.354	2009
0.325	0.339	0.350	0.470	0.372	0.263	0.197	0.288	2010
0.272	0.189	0.273	0.390	0.296	0.214	0.251	0.288	2011
0.277	0.198	0.280	0.341	0.318	0.262	0.252	0.287	2012
0.268	0.217	0.315	0.309	0.251	0.216	0.247	0.318	2013
0.283	0.278	0.413	0.356	0.272	0.190	0.198	0.274	2014
0.308	0.199	0.450	0.271	0.397	0.293	0.259	0.287	2015
0.323	0.561	0.332	0.265	0.427	0.160	0.273	0.242	2016
0.266	0.187	0.349	0.280	0.345	0.165	0.278	0.259	2017
0.244	0.195	0.236	0.273	0.371	0.152	0.261	0.217	2018
0.236	0.155	0.247	0.248	0.377	0.117	0.238	0.268	2019
0.325	0.317	0.361	0.371	0.356	0.247	0.307	0.313	المتوسط
0.466	0.561	0.539	0.515	0.451	0.399	0.549	0.501	الحد الاقصى
0.236	0.155	0.236	0.248	0.251	0.117	0.197	0.217	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (22) قيم مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصرف الأردني الكويتي خلال مدة الدراسة (2005-2019) والذي يبين ان اعلى قيمة كانت في 2005 والتي تبلغ (0.501) وهذا يعني ان المصرف في هذه السنة لديه قدرة عالية على تسديد التزاماته مع الاخرين والمتمثلة بودائع الجمهور وذلك بسبب ان النقدية المتوفرة لديه والمخزنة في المصرف المركزي بالشكل احتياطي او في الصندوق قادرة على تسديد الودائع عند المطالبة بها فجاه من قبل أصحابها, اما ادنى قيمة لنسبة الرصيد النقدي كانت في

2018 والتي تبلغ (0.217) ويعود هذا الانخفاض الى انخفاض مبالغ النقدية المتوفرة لدى المصرف أي انه غير قادر او ذو قدرة ضعيفة على سداد الالتزامات الخاصة به اتجاه المودعين , لذلك ينبغي على إدارة المصرف ان تتخذ إجراءات احترازية وتتهياً للوضع الطارئ وتعمل على إيجاد طريقة لتوفير السيولة .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

من خلال الجدول (22) تظهر قيم مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصرف الاستثماري الأردني خلال مدة الدراسة والتي يتضح من خلاله ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2005 والتي تبلغ (0.549) وتدل على الامكانية التي يتمتع بها المصرف على سداد ديونه للمودعين خلال عام 2005 بسبب النشاط الجيد للمصرف المتمثل بالأداء المالي والعمليات المالية الجيدة والتي استطاع من خلالها ان يوظف السيولة المتوفرة لديه بطريقة تضمن له سداد المودعين عند طلب أموالهم في أي وقت فضلا عن قدرته على استثمار جزء من هذه الأموال في المجالات الاستثمارية المتنوعة , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2010 والتي تبلغ (0.197) اذ ان انخفاض ارصدة المصرف النقدية في هذه السنة كما في التقارير المالية نتيجة لزيادة استثماراته مما دفع الى ان تكون نسب النقدية لديه منخفضة وبالتالي قدرته على سداد الالتزامات المترتبة عليه أيضا انخفضت مما أدى الى ان تظهر قيمة المؤشر منخفضة لهذا الحد بالتالي يجب على إدارة المصرف تدارك الوضع وإيجاد حل حتى لا تتعرض للأحراج مع الزبائن وبالتالي يخسر المصرف سمعته في السوق المالي وتنخفض قيمة أسهمه.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الأردني ومناقشتها

يتضح من الجدول (22) ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصرف التجاري الأردني خلال مدة الدراسة كانت في عام 2006 والتي تبلغ (0.399) اذ ان الاقتصاد الأردني في هذه السنة حقق نسبة ملحوظة من زيادة النشاط الاقتصادي من ناحية الناتج المحلي الإجمالي ورافق ذلك ارتفاع في أسعار الموجودات بما في ذلك أسعار الأسهم والعقارات والتوسع في تدفق الأموال من دول الخليج الى دول أخرى, سيما المملكة الهاشمية كل هذه التطورات في النشاط الاقتصادي كان لها تأثير كبير على نشاط المصارف من ناحية زيادة الأرباح وتحقيق نسب سيولة عالية مما أدى الى توفر مبالغ نقدية كافية على سداد الالتزامات لدى المصرف في هذه السنة , اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في 2019 والتي تبلغ (0.117) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطؤا التي شهدها العالم منذ نشوء الازمة المالية قبل عقد من الزمن اذ سجل النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها

تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي والتي لم تنجح برامج التصحيح الاقتصادي في معالجتها فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض النشاط الاقتصادي للمصرف.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

ان الجدول(22) أعلاه يبين ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي لدى مصرف الأردن خلال مدة الدراسة كان في سنة 2005 والتي تبلغ (0.456) وذلك بسبب النشاط المتميز للمصرف خلال هذا العام والتي تجسد في نتيجة اعماله والتي أسهمت في تحقيق تطور ملحوظ في مؤشرات الأداء اذ ارتفعت نسبة الرصيد النقدي خلال العام الحالي نتيجة لزيادة مبالغ النقدية المتوفرة في خزائن المصرف , في حين ادنى قيمة لمؤشر الرصيد النقدي كانت في 2013 والتي تبلغ (0.251) وان هذا الانخفاض جاء بسبب التحديات التي عاشها الأردن في سنة 2011 وسنة 2012 والتي استمرت لسنة 2013 والتي زادت من الضغوط على الاقتصاد الأردني مما اثرت سلبيا على نشاط المصارف وادت الى تراجع مبالغ النقدية المتوفرة لديه لسداد التزاماته اتجاه الغير وبالتالي تراجعت نسبة الرصيد النقدي خلال العام الحالي كما جاء في التقارير المالية للمصرف.

5- تحليل نتائج مصرف الإسكان ومناقشتها

يتضح من الجدول(22) أعلاه مدى التذبذب الحاصل في قيمة مؤشر نسبة الرصيد النقدي لمصرف الإسكان الأردني والتي يبين ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2007 والتي تبلغ (0.515) اذ حقق المصرف خلال العام الحالي إنجازات عدة في مجال نشاطه المصرفي والذي انعكس بصورة إيجابية على سعر السهم اذ اخذ بالارتفاع وايضا ارباحه المتحققة وحجم تعاملاته المالية وجذب اكبر عدد ممكن من الزبائن المودعين بسبب السمعة الجيدة التي حققها نتيجة للربحية المتحققة لسهمه مما أدى الى تزايد نسب النقدية المحتفظ بها المصرف لدى المصرف المركزي او لدى المصارف الأخرى والتي يستخدمها لسداد الالتزامات المترتبة عليه عندما يكون بحاجة الى سيولة نقدية , اما ادنى قيمة لمؤشر الرصيد النقدي كانت في سنة 2019 والتي تبلغ (0.248) وذلك كون هذه السنة من اكثر السنوات تباطوا التي شهدها العالم اذ كان النمو العالمي اضعف وتيره نتيجة للتأثيرات المشتركة بين كل دول العالم منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع

العام سيما الوضع المالي فارتفعت المديونية وتراجعت التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض النشاط الاقتصادي للمصرف.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

ان الجدول (22) أعلاه يوضح ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي لمصرف القاهرة عمان خلال المدة الممتدة (2005-2019) كانت في سنة 2005 والتي تبلغ (0.539) اذ حقق المصرف معدلات نمو مرتفعة و صافي ربح مرتفع أدى الى زيادة حصة السهم من الربحية المتحققة بالنتيجة تحسنت سمعة المصرف وادى هذا التحسن في السمعة الى جذب عدد اكبر من الزبائن المتعاملين مع المصرف مما زاد من النقدية المتولدة في خزائن المصرف ولدى المصرف المركزي وايداعات لدى جهات أخرى مما رفع من قيمة مؤشر الرصيد النقدي خلال العام الحالي. اما ادنى قيمة حققها المصرف هي (0.236) في سنة 2018 والتي جاءت نتيجة الانخفاض في النشاط المصرفي والأداء المالي للمصرف خلال هذه المدة اذ عانى الاقتصاد الاردني من العديد من الظروف التي أثرت سلبا على النمو الاقتصادي للمملكة خاصة ازمة اللاجئين السوريين وانحسار المنح الخارجية وتذبذب أسعار الطاقة مما قلل من النقدية المتوفرة لدى المصرف اذ كانت اقل من الودائع ولم تغطي الا جزء قليل منها مما كان لا بد لإدارة المصرف ان تتخذ إجراءات متسارعة للحد من هذه الازمة.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

الجدول(22) أعلاه يوضح مدى التقلبات الحاصلة للمصرف في قيمة مؤشر نسبة الرصيد النقدي خلال مدة الدراسة والذي يبين ان اعلى قيمة كانت في 2016 والتي تبلغ (0.561) اذ شهدت ميزانية المصرف خلال العام الحالي ارتفاع ملحوظ في حقوق المساهمين والعائد على حق الملكية والعائد على الموجودات مما أدى الى ارتفاع حصة السهم من الربحية المتحققة وبالتالي هذه التطورات تؤكد على متانه الوضع المالي للمصرف وقدرته على مواصلة النمو وتحقيق المزيد من الأرباح مما ولد ثقة كبيره لدى الزبائن للتعامل مع المصرف مما أدى الى زيادة النقدية المتوفرة لديه والتي كانت (0.561) اذ تغطي هذه النقدية الودائع بصورة جيدة دون تلكؤ من إدارة المصرف عند طلب المودعين لودائعهم بصورة مفاجئة , اما ادنى قيمة لنسبة الرصيد النقدي كانت في سنة 2019 والتي كانت (0.155) اذ عانى الاقتصاد الأردني من صعوبات وتحديات ناتجة عن عدم الاستقرار والتوترات السياسية والتي كان لها تداعيات سلبية على النشاط الاقتصادي في الأردن وبمختلف القطاعات فارتفعت المديونية وتراجعت

التدفقات النقدية و انخفضت الربحية وبالتالي انخفضت قيمة المؤشر نتيجة لانخفاض النشاط الاقتصادي للمصرف.

ب- تحليل مؤشر نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (23) نتائج تحليل مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2019-2005) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(23) نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.154	0.422	0.107	0.033	0.054	2005
0.147	0.405	0.096	0.043	0.041	2006
0.156	0.421	0.099	0.044	0.060	2007
0.157	0.429	0.082	0.071	0.048	2008
0.144	0.420	0.056	0.043	0.055	2009
0.142	0.383	0.082	0.052	0.050	2010
0.136	0.367	0.085	0.039	0.054	2011
0.127	0.328	0.081	0.045	0.052	2012
0.150	0.408	0.089	0.044	0.059	2013
0.160	0.432	0.088	0.042	0.077	2014
0.212	0.378	0.109	0.046	0.316	2015
0.231	0.428	0.076	0.056	0.365	2016
0.172	0.447	0.081	0.077	0.081	2017
0.175	0.426	0.097	0.080	0.097	2018
0.160	0.431	0.100	0.073	0.034	2019
0.161	0.408	0.089	0.053	0.096	المتوسط
0.231	0.447	0.109	0.080	0.365	الحد الاقصى
0.127	0.328	0.056	0.033	0.034	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من الجدول (23) أعلاه نلاحظ ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي كانت في سنة 2016 والتي تبلغ (0.365) نتيجة لنشاط المصرف الواضح خلال هذا العام والتي انعكس إيجابيا على ربحية السهم وبالتالي تحسنت سمعته مما أدى الى ارتفاع سعره في السوق المالي مما أدى الى ارتفاع عدد الزبائن المودعين المتعاملين مع المصرف نتيجة لنشاطاته المتنوعة والخطط الاستثمارية الجيدة التي يعمل بها فضلا عن اهتمامه بزبائنه المودعين والمستثمرين من اجل المحافظة عليهم, وجذب زبائن جدد اذ تحسنت سمعته خلال العام وبالنتيجة زادت النقدية المتوفرة لدى المصرف مما أدى الى ارتفاع نسبة الرصيد النقدي . اما ادنى نسبة حققها المصرف كانت في 2019 اذ بلغت (0.034) اذ ان انخفاض سيولة المصرف في هذه السنة دفع الى ان تكون نسب النقدية لديه منخفضة وبالتالي قدرته على سداد الالتزامات المترتبة عليه أيضا انخفضت مما أدى الى ان تظهر قيمة المؤشر منخفضة لهذا الحد ربما ان إدارة المصرف ارتأت ان تزيد من استثماراتها والاحتفاظ بنسبة نقدية منخفضة لذلك يجب على إدارة المصرف تدارك الوضع حتى لا تتعرض للأحراج مع الزبائن وبالتالي يخسر المصرف سمعته في السوق المالي وتنخفض قيمة اسهمه.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من خلال الجدول(23) يمكننا الاطلاع على مدى التذبذبات الحاصلة في قيمة مؤشر الرصيد النقدي خلال مدة الدراسة والتي يتضح منه ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في عام 2018 والتي تبلغ (0.080) وذلك نتيجة للأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة من ناحية التزامه بوضع الخطط الاستراتيجية المدروسة بصورة جيدة وتنفيذها فضلا عن الوضع الاقتصادي والسياسي المستقر والخالي من التقلبات والاضطرابات والدور الذي يلعبه العاملين في المصرف له الأثر الأكبر في جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن كل ذلك اثر على النقدية المتولدة اذ اخذت بالازدياد بالتالي ارتفعت قيمة المؤشر في هذه السنة عن السنة السابقة بصورة كبيرة, اما ادنى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2005 اذ بلغت (0.033) نتيجة لانخفاض الأداء المالي للمصرف خلال سنة 2004 أدى الى انخفاض سعر السهم نتيجة لانخفاض الأرباح والايادات المتحققة خلال العام مما اثر سلبا على سمعة المصرف بالتالي قل عدد الزبائن المتعاملين وتراجعت النقدية المتولدة لدى المصرف خلال عام 2005 ونتيجة لذلك قلت نسبة مؤشر الرصيد النقدي خلال العام ولكن استعاد المصرف نشاطه خلال السنوات التالية .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

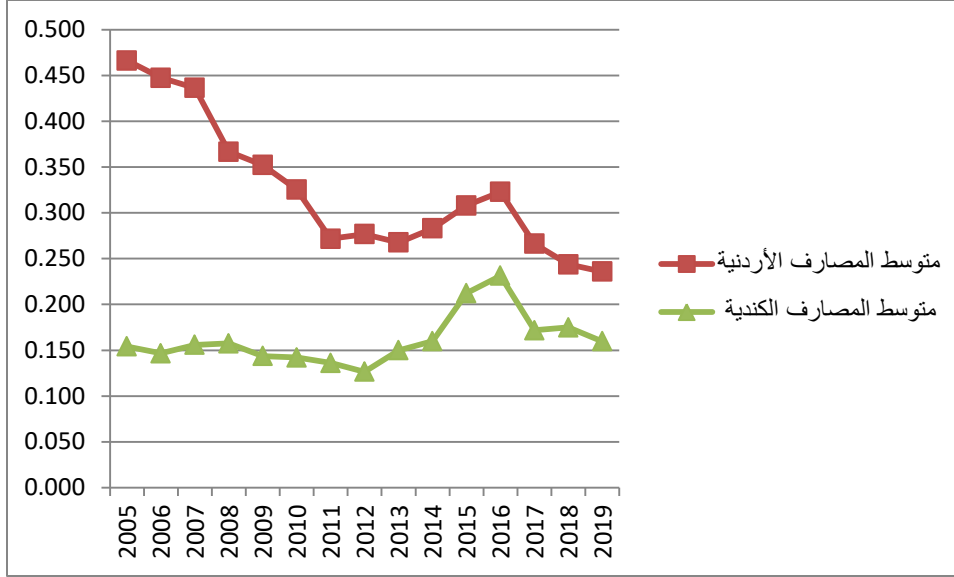
بالعودة الى الجدول (23) أعلاه نلاحظ ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي لمصرف BMO Financial Group خلال مدة الدراسة كانت في سنة 2015 والتي بلغت (0.109) اذ حقق المصرف معدلات نمو مرتفعة و حقق صافي ربح مرتفع أدى الى زيادة حصة السهم من الربحية المتحققة بالنتيجة تحسنت سمعة المصرف وادى هذا التحسن في السمعة الى جذب عدد اكبر من الزبائن المتعاملين مع المصرف مما زاد من النقدية المتولدة في خزائن المصرف ولدى المصرف المركزي والایداعات لدى جهات أخرى مما رفع من قيمة مؤشر الرصيد النقدي خلال العام الحالي . اما ادنى قيمة لمؤشر الرصيد النقدي كانت في سنة 2009 والتي بلغت (0.056) ويعود هذا الانخفاض الى انخفاض مبالغ النقدية المتوفرة لدى المصرف بسبب استثمار نسبة كبيرة من الأموال بدل من ايداعها بالتالي النقدي المحفوظ بها أصبحت قليله بالتالي انخفضت قيمة مؤشر نبة الرصيد النقدي.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

ان الجدول (23) أعلاه يبين مدى التقلبات في قيم مؤشر الرصيد النقدي خلال المدة الممتدة (2005-2019) لـ Scotia bank والتي يتضح منه ان اعلى قيمة كانت في سنة 2017 والتي بلغت (0.447) وهذا يعني ان المصرف في هذه السنة لديه قدرة عالية على تسديد التزاماته مع الاخرين والمتمثلة بودائع الجمهور قياسا ببقية السنوات وذلك بسبب ان النقدية المتوفرة لديه والمخزنة في المصرف المركزي بالشكل احتياطي او في الصندوق قادرة على تسديد الودائع عند المطالبة بها فجاء من قبل أصحابها. اما ادنى قيمة لنسبة الرصيد النقدي كانت في 2012 والتي تبلغ (0.328) ويعود هذا الانخفاض الى انخفاض سعر سهم المصرف في عام 2011 مما اثر على سمعة المصرف في السوق المالي مما أدى الى انخفاض مبالغ النقدية المتوفرة لديه نتيجة لهذا الانخفاض بالتالي يجب على إدارة المصرف ان تتخذ إجراءات احترازية وتتهياً للوضع الطارئ وتعمل على إيجاد طريقة لتوفير السيولة .

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (14) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (14) متوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (14) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي من سنة الى أخرى والتي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين ففي بعض السنوات كان الأداء المالي للمصارف عالي مما أدى الى ان تكون مستويات الربحية المتحققة جيدة ايضا بالتالي ينعكس ذلك إيجابيا على ربحية المصرف وبالتالي على سعر السهم اذ يأخذ بالارتفاع كلما زادت ربحيته وتحسنت سمعته في السوق المالي وبالتالي ترتفع النقدية المتولدة نتيجة لزيادة عدد المتعاملين مع المصرف خاصة المودعين مهتم وفي سنوات أخرى نجد ان الأداء المالي للمصارف منخفض مما ينعكس سلبا على اجمالي ربحية المصرف وبالتالي تتراجع اجمالي الأرباح أيضا مما يؤثر على قيمته السوقية اذ تصبح أيضا منخفضة نتيجة التأثير السلبي لهذا الانخفاض على سمعة المصرف بالتالي تقل النقدية المتدفقة للمصرف.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة الرصيد النقدي كان في 2005 والتي يبلغ (0.466) اذ يبدو ان نشاط المصارف خلال هذا العام هو الأفضل اذ ارتفعت حجم النقدية المتولدة بسبب مضاعفة جهودها في مجال استقطاب المدخرات والودائع بكافة أنواعها كذلك واصلت المصارف مساعيها لزيادة الاستثمارات وتشجيع المستثمرين وتوفير التمويل اللازم للأفراد والمؤسسات للاستثمار في العينة العام والخاص اذ زاد رصيد التسهيلات الائتمانية لديها وكذلك ارتفعت حقوق المساهمين وكذلك

ارتفع ايراد الفوائد والعمولات كل هذا التحسن في الوضع المالي للمصارف نتيجته ارتفاع نسب الربحية للمصارف والتي انعكست على زيادة حصه اسهما وتعكس هذه النتائج الكبيرة الجهود المبذولة من قبل مجلس إدارة المصارف لتنفيذ سياسة المصارف وبالنتيجة كان انعكاسها واضحا في الارباح المتحققة والنقدية المتولدة وما ينتج عنها من سمعة جيدة للمصارف. اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2019 بقيمة (0.236) وذلك بسبب تأثر الاقتصاد العالمي وسيما العربي وخاصة الأردني بالظروف الاقتصادية والسياسية في المنطقة العربية التي حدثت في تلك المدة وبقيت تعاني منها كافة القطاعات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف بالتالي تراجع نسب السيولة المتحققة مما اثر على سمعة المصارف مما أدى الى انخفاض النقدية المتولدة لديه.

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة الرصيد النقدي تحققت في 2016 والذي يبلغ (0.231) وذلك نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية في هذه السنة قياسا ببقية السنوات مما أدى الى ارتفاع ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعر السهم مما أدى الى زيادة سمعته مما زادت النقدية المتولدة لديه لتصل الى اعلى قيمة خلال الخمسة عشر سنة . اما ادنى متوسط للمؤشر كان في سنة 2012 والتي تبلغ (0.127) ويعود هذا الانخفاض الى انخفاض سعر اسهم المصارف في عام 2011 مما اثر على سمعتها في السوق المالي مما أدى الى انخفاض مبالغ النقدية المتوفرة لديها نتيجة لهذا الانخفاض بالتالي قل عدد الزبائن المتعاملين وتراجعت النقدية المتولدة لدى المصرف ونتيجة لذلك قلت نسبة مؤشر الرصيد النقدي خلال العام .

و بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي في المصارف الكندية اقل من متوسط المؤشر للمصارف الاردنية ويدل ذلك على ان المصارف الكندية تحتفظ بمبالغ نقدية قليلة وتستنثر الجزء الأكبر في الاستثمارات المتنوعة وذلك كون الظروف السياسية والاقتصادية شبه مستقرة افضل من العالم العربي بكثير في حين المصارف الأردنية نسبة النقدية لديها اعلى بالتالي تكون اكثر قدرة على مواجهة سحبات المودعين المفاجئة .

2- نسبة الاحتياطي القانوني

اذ تحتفظ المصارف بنسب معينة من المبالغ النقدية المتأتية من الودائع لدى المصرف المركزي وتكون على الشكل رصيد نقدي دائن يحتفظ به المصرف المركزي من دون فائدة ويسمى الاحتياطي القانوني وهذا المبلغ عرضه للتغيير تبعا للظروف الاقتصادية ويستخدم هذا الاحتياطي كوسيلة للتأثير في

حجم الائتمان المصرفي وان ارتفاع هذه النسبة دليل على ارتفاع قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته المالية وتقاس هذه النسبة بالمعادلة الآتية:-

$$\text{نسبة الاحتياطي القانوني} = \frac{\text{ارصدة لدى المصرف المركزي}}{\text{الودائع وما في حكمها}} * 100\%$$

أ- تحليل مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الأردنية

يظهر في الجدول (24) نتائج تحليل مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(24) نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الاردنية

السنة	البنك الأردني الكويتي	بنك الاستثمار	البنك التجاري الأردني	بنك الأردن	بنك الإسكان	بنك القاهرة عمان	بنك المؤسسة العربية	المتوسط
2005	0.281	0.299	0.153	0.260	0.274	0.374	0.223	0.266
2006	0.173	0.178	0.170	0.269	0.288	0.267	0.142	0.212
2007	0.183	0.088	0.209	0.182	0.298	0.278	0.106	0.192
2008	0.185	0.183	0.184	0.160	0.262	0.196	0.164	0.191
2009	0.259	0.098	0.156	0.211	0.314	0.218	0.170	0.204
2010	0.171	0.081	0.142	0.233	0.299	0.138	0.137	0.171
2011	0.147	0.081	0.099	0.115	0.205	0.085	0.069	0.115
2012	0.120	0.101	0.158	0.156	0.188	0.141	0.068	0.133
2013	0.186	0.129	0.145	0.138	0.213	0.120	0.075	0.144
2014	0.164	0.120	0.107	0.152	0.267	0.102	0.167	0.154
2015	0.182	0.173	0.219	0.139	0.163	0.109	0.101	0.155
2016	0.134	0.146	0.108	0.130	0.171	0.118	0.138	0.135
2017	0.106	0.158	0.117	0.141	0.196	0.236	0.087	0.149
2018	0.105	0.174	0.091	0.179	0.182	0.145	0.059	0.134
2019	0.200	0.155	0.077	0.186	0.171	0.142	0.081	0.145
المتوسط	0.173	0.144	0.142	0.177	0.233	0.178	0.119	0.167
الحد الأقصى	0.281	0.299	0.219	0.269	0.314	0.374	0.223	0.266
الحد الأدنى	0.105	0.081	0.077	0.115	0.163	0.085	0.059	0.115

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

من خلال الجدول(24) نلاحظ قيم مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصرف الأردني الكويتي خلال المدة الممتدة (2005-2019) والتي يبين ان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2005 والتي تبلغ (0.281) والتي تظهر ان لدى المصرف نسبة احتياطي قانوني جيدة مقارنة مع باقي سنوات مدة الدراسة محتفظ بها لمواجهة السحب المفاجئ على الودائع من قبل المودعين والتي تبين الأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة ودليل نشاطه المتزايد للمدة السابقة . في حين ادنى نسبة احتياطي قانوني كانت في سنة 2018 والتي تبلغ (0.105) والتي تبين ان لدى المصرف ودائع كبيره في حين ان المبالغ المحتفظ بها المصرف لدى المصرف المركزي كاحتياطي قانوني منخفضة قياسا بها لذا يجب على المصرف ان يزيد من المبالغ المحتفظ بها لدى المصرف المركزي حتى يكون على استعداد اكبر لمواجهة طلبات السحب المفاجئ على الودائع.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

يتضح من الجدول(24) ان اعلى قيمة لنسبة الاحتياطي القانوني للمصرف الاستثماري الأردني كانت في 2005 والتي تبلغ (0.299) والتي تبين قدرة المصرف على مواجهة طلبات السحب المفاجئة للزبائن المودعين اذ كانت اعلى من باقي سنوات الدراسة ثم اخذت بالانخفاض حتى وصلت الى (0.081) في عام 2011 والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة لذا يجب على إدارة المصرف الالتزام بنسب الاحتياطي القانوني الموضوعه من قبل المصرف المركزي لكي لا تتعرض للأحراج مع الزبائن وبالتالي تخسر زبائنها نتيجة لتغير سمعتها نحو الاسوء بسبب هذا الانخفاض في نسبة الاحتياطي القانوني.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الأردني ومناقشتها

من الجدول (24) يتبين ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني خلال مدة الدراسة للمصرف التجاري الأردني كانت في سنة 2015 والتي تبلغ (0.219) والتي تظهر ان لدى المصرف نسبة احتياطي قانوني جيدة مقارنة مع باقي سنوات مدة الدراسة محتفظ بها لمواجهة السحب المفاجئ على الودائع من قبل المودعين والتي تبين الأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة ودليل نشاطه المتزايد للمدة السابقة , اما ادنى نسبة احتياطي قانوني كانت (0.077) في 2019 وذلك بسبب الظروف التي اصابت كل دول العالم واثرت على اقتصادها في هذه السنة منها تداعيات كورونا وغيرها الكثير من

ظروف سياسية واقتصادية وتجارية والتي كان لها تأثير سلبي على الوضع العام سيما الوضع المالي للمصرف مما أدى الى انخفاض نسبة الاحتياطي القانوني للمصرف.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

يتضح من الجدول(24) ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لمصرف الأردن كانت في سنة 2006 والتي تبلغ (0.269) والتي تبين ان قدرة المصرف افضل من باقي سنوات الدراسة على مواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل المودعين اذ ان المصرف محتفظ بنسبة جيدة من السيولة نسبة الى الودائع المحتفظ بها بالتالي يكون الزبون مطمئن بانه سوف يحصل على أمواله عند طلبها وعند الحاجة اليها دون تأخير . اما ادنى قيمة لنسبة الاحتياطي القانوني كانت في سنة 2011 والتي تبلغ (0.115) والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة لذا يجب على إدارة المصرف الالتزام بنسب الاحتياطي القانوني المقررة من قبل المصرف المركزي لكي لا تتعرض للأحراج مع الزبائن تتأثر سمعتها بسبب هذا الانخفاض في نسبة الاحتياطي القانوني.

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

من خلال الجدول(24) أعلاه نجد ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لمصرف الإسكان خلال مدة الدراسة كانت في سنة 2009 والتي تبلغ (0.314) والتي تبين قدرة المصرف على مواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع للزبائن المودعين اذ كانت اعلى من باقي سنوات الدراسة ثم اخذت بالانخفاض حتى وصلت الى (0.163) في عام 2015 والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة بسبب استمرار تأثر الاقتصاد الاردني بحالة عدم الاستقرار الأمني والسياسي في المنطقة في هذه السنة فانخفضت النقدية لدى البنك المركزي كاحتياطي لذا يجب على إدارة المصرف الالتزام بنسب الاحتياطي القانوني الموضوعه من قبل المصرف المركزي .

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

يبين الجدول(24) ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لمصرف القاهرة عمان كانت في 2005 والتي تبلغ (0.374) والتي تدل على التزام وقدرة المصرف الجيدة على مواجهة طلبات السحب

المفاجئة من قبل المودعين على ودائعهم خلال العام اذ ان المصرف ملتزم بنسب الاحتياطي المقررة من قبل المصرف المركزي الأردني . اما ادنى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني كانت في 2011 والتي تبلغ (0.085) والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة اذ انخفضت الأرصدة النقدية المحتفظ بها المصرف لدى البنك المركزي بسبب زيادة استثماراته في هذه السنة نتيجة لزيادة الأنشطة المقرر تنفيذها في هذا العام.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

يتضح من الجدول(24) ان اعلى قيمة لنسبة الاحتياطي القانوني لمصرف المؤسسة العربية كانت في 2005 والتي تبلغ (0.223) والتي تبين قدرة المصرف على مواجهة طلبات السحب المفاجئة للزبائن المودعين جيدة نوعا ما اذ كانت اعلى من باقي سنوات الدراسة ثم اخذت بالانخفاض حتى وصلت الى (0.059) في عام 2018 والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة وذلك بسبب انخفاض مبلغ النقد لدى البنك المركزي لذا يجب على إدارة المصرف الالتزام بنسب الاحتياطي القانوني الموضوعة من قبل المصرف المركزي لكي لا تتعرض للأحراج مع الزبائن وبالتالي تخسر زبائنها نتيجة لتغير سمعتها نحو الاسوء بسبب هذا الانخفاض في نسبة الاحتياطي القانوني.

ب- تحليل مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (25) نتائج تحليل مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي:

الجدول(25) نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.068	0.245	0.002	0.016	0.007	2005
0.067	0.245	0.002	0.013	0.008	2006
0.067	0.250	0.002	0.012	0.006	2007
0.086	0.309	0.002	0.025	0.007	2008
0.093	0.343	0.001	0.021	0.006	2009

0.075	0.272	0.002	0.022	0.006	2010
0.074	0.259	0.003	0.026	0.007	2011
0.060	0.207	0.003	0.025	0.007	2012
0.045	0.143	0.003	0.028	0.007	2013
0.051	0.169	0.004	0.028	0.005	2014
0.049	0.151	0.005	0.018	0.022	2015
0.051	0.156	0.004	0.020	0.025	2016
0.070	0.235	0.003	0.036	0.008	2017
0.072	0.240	0.003	0.036	0.009	2018
0.066	0.224	0.003	0.030	0.005	2019
0.066	0.230	0.003	0.024	0.009	المتوسط
0.093	0.343	0.005	0.036	0.025	الحد الاقصى
0.045	0.143	0.001	0.012	0.005	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من الجدول (25) يتضح ان اعلى قيمة حققها TD Bank Group لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني خلال مدة الدراسة كانت في سنة 2016 والتي تبلغ (0.025) والتي تبين قدرة المصرف على مواجهة طلبات السحب المفاجئة للزبائن المودعين اذ كانت اعلى من باقي سنوات الدراسة في حين ادنى نسبة توصل لها المصرف هي (0.005) في عام 2019 والتي تظهر ان المصرف غير ملتزم بنسبة الاحتياطي المقررة اذ عمد المصرف الى الاستثمار بدل من الاحتفاظ بالمبالغ النقدية لذا لا بد من إعادة النظر بهذه السياسة منعا للأحراج.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من خلال الجدول (25) نجد ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني خلال مدة الدراسة كانت في 2018 والتي تبلغ (0.036) والتي تظهر ان لدى المصرف نسبة احتياطي قانوني جيدة مقارنة مع باقي سنوات مدة الدراسة محتفظ بها لمواجهة السحب المفاجئ على الودائع من قبل المودعين والتي تبين الأداء المالي الجيد للمصرف خلال هذه السنة ودليل نشاطه المتزايد للمدة السابقة , في حين ادنى نسبة احتياطي قانوني كانت في سنة 2007 والتي تبلغ (0.012) والتي تبين ان لدى المصرف ودائع كبيره في حين ان المبالغ المحتفظ بها المصرف لدى المصرف المركزي الكندي كاحتياطي قانوني منخفضة قياسا بها لذا يجب على المصرف ان يزيد من المبالغ المحتفظ بها لدى المصرف المركزي حتى يكون على استعداد اكبر لمواجهة طلبات السحب المفاجئ على الودائع.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

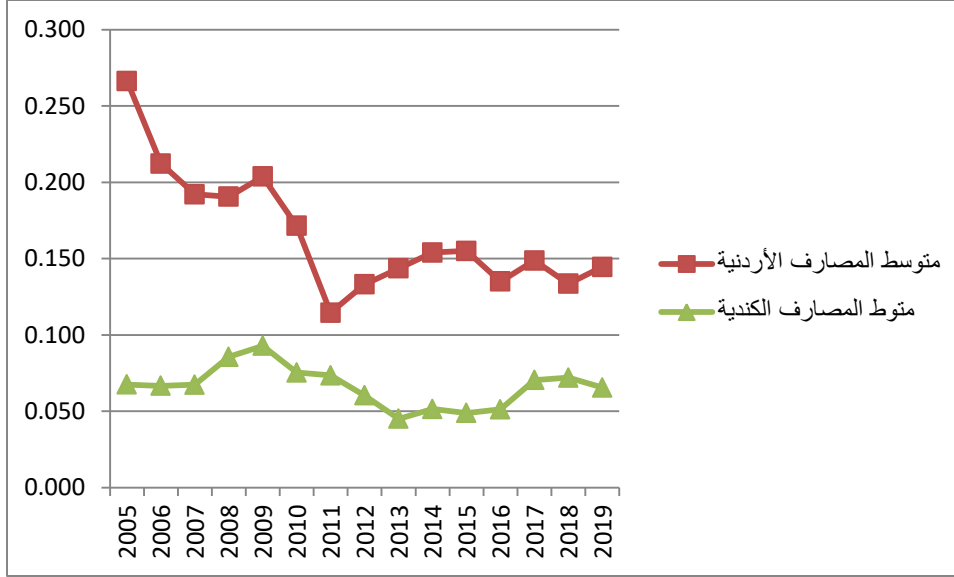
عبر الجدول(25) يمكننا الاطلاع على مدى التفاوت في نسبة الاحتياطي القانوني خلال مدة الدراسة (2005-2019) لمصرف BMO Financial Group ويتبين منها ان اعلى قيمة كانت في سنة 2015 والتي تبلغ (0.005) والتي تبين قدرة المصرف على مواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع للزبائن المودعين اذ كانت اعلى من باقي سنوات الدراسة. في حين ادنى قيمة للمؤشر كانت (0.001) في عام 2009 والتي تظهر انخفاض النقد المحتفظ به لدى البنك المركزي وذلك بسبب تأثر الاقتصاد بالأزمة المالية التي حدثت في 2008 فكان لابد للمصارف ان تعيد بناء نفسها وتعود لنشاطها السابق عن طريق الاستثمار الأموال بدل من الاحتفاظ بها.

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

يبين الجدول(25) ان اعلى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني Scotia bank كانت في 2009 والتي تبلغ (0.343) والتي تدل على قدرة المصرف الجيدة على مواجهة طلبات السحب المفاجئة من قبل المودعين كونه ملتزم بالنسبة المفروضة من قبل البنك المركزي بالرغم من خروج العالم من ازمة عالمية حدثت في 2008. اما ادنى قيمة لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني كانت في 2013 والتي تبلغ (0.143) والتي تظهر تراجع قدرة المصرف على سداد ومواجهة طلبات السحب المفاجئة على الودائع من قبل الزبائن عن الأعوام السابقة بسبب رغبة إدارة المصرف من إعادة بناء نفسها بعد تأثرها بالأزمة المالية الأخيرة عن طريق استثمار الأموال بأكثر من مجال استثماري.

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (15) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (15) متوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (15) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني كان في 2005 والتي يبلغ (0.266) اذ يبدو ان نشاط المصارف خلال هذا العام هو الأفضل اذ ارتفعت حجم الأرصدة النقدية المتولدة لدى المصرف المركزي بسبب مضاعفة جهودها في مجال استقطاب المدخرات والودائع بكافة أنواعها, اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2011 بقيمة (0.115) وذلك بسبب تأثر الاقتصاد العالمي وسيما العربي وخاصة الأردني بالظروف الاقتصادية والسياسية في المنطقة العربية التي حدثت في تلك المدة وبقيت تعاني منها كافة القطاعات سيما المصرفية منها مما أدى الى انخفاض أنشطة المصارف بالتالي تراجع نسب الربحية المتحققة مما اثر على سمعة المصارف مما أدى الى انخفاض النقدية المتولدة لدى المصرف المركزي كاحتياطي قانوني.

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة الاحتياطي القانوني تحققت في 2009 والذي تبلغ (0.093) وذلك نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية في هذه السنة قياسا ببقية السنوات مما أدى الى ارتفاع ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعر السهم مما أدى الى زيادة سمعته مما

زادت النقدية المتولدة لدى المصرف المركزي لتصل الى اعلى قيمة خلال الخمسة عشر عام , اما ادنى متوسط للمؤشر كان في سنة 2013 والتي تبلغ (0.045) نتيجة لتراجع الأداء المالي للمصارف خلال هذه السنة اثر على سعر السهم اذ انخفض عن السنة السابقة نتيجة لانخفاض الأرباح والايرادات المتحققة خلال العام والذي انعكست على سيولة المصارف أيضا انخفضت مما اثر سلبا على سمعة المصرف بالتالي قل عدد الزبائن المتعاملين بالتالي تراجعت النقدية المتولد لدى المصرف ونتيجة لذلك قلت نسبة مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني خلال العام .

و بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني في المصارف الأردنية افضل من متوسط المؤشر للمصارف الكندية في حين المصارف الكندية نسبه الاحتياطي فيها قليلة ويدل ذلك على ان المصارف الكندية تحتفظ بمبالغ نقدية قليلة لدى المصرف المركزي وتستثمر الجزء الأكبر في الاستثمارات المتنوعة وذلك كون الظروف السياسية والاقتصادية شبه مستقرة افضل من العالم العربي بكثير بالتالي انخفاض المخاطر.

3- النقدية الى اجمالي الموجودات

تقيس هذه النسبة نسبة الموجودات السائلة الى إجمالي الموجودات في المصرف التجاري وزيادة هذه النسبة تعني توفر أرصدة نقدية من دون تشغيل لدى المصرف مما يقلل العائد النهائي المتوقع ونقص النسبة عن معدلاتها النمطية يعني مواجهة المصرف التجاري لأخطار عدة مثل خطر السحب وخطر التمويل وتحسب من خلال المعادلة التالية:

$$\text{نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات} = \frac{\text{النقدية}}{\text{اجمالي الموجودات}} * 100\%$$

أ- تحليل مؤشر نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (26) نتائج تحليل مؤشر نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(26) نسبة النقد الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.352	0.336	0.408	0.339	0.369	0.222	0.413	0.377	2005
0.328	0.335	0.357	0.355	0.363	0.305	0.348	0.231	2006
0.329	0.344	0.372	0.383	0.305	0.284	0.327	0.285	2007
0.270	0.293	0.274	0.316	0.244	0.206	0.318	0.237	2008
0.268	0.258	0.310	0.365	0.270	0.209	0.208	0.259	2009
0.251	0.247	0.279	0.367	0.300	0.207	0.146	0.215	2010
0.210	0.140	0.218	0.302	0.235	0.175	0.177	0.224	2011
0.207	0.138	0.207	0.268	0.250	0.204	0.167	0.213	2012
0.206	0.167	0.233	0.243	0.195	0.175	0.179	0.246	2013
0.221	0.220	0.324	0.284	0.212	0.154	0.142	0.211	2014
0.239	0.154	0.347	0.217	0.304	0.243	0.181	0.224	2015
0.242	0.419	0.254	0.208	0.320	0.128	0.180	0.185	2016
0.199	0.140	0.275	0.219	0.257	0.130	0.178	0.194	2017
0.181	0.141	0.184	0.214	0.285	0.114	0.172	0.160	2018
0.165	0.114	0.185	0.192	0.288	0.078	0.157	0.143	2019
0.244	0.230	0.282	0.285	0.280	0.189	0.220	0.227	المتوسط
0.352	0.419	0.408	0.383	0.369	0.305	0.413	0.377	الحد الاقصى
0.165	0.114	0.184	0.192	0.195	0.078	0.142	0.143	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

من خلال الجدول(26) أعلاه نلاحظ مدى التقلبات الحاصلة في قيمة المؤشر للمصرف الأردني الكويتي خلال مدة الدراسة ويتبين بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2005 والتي تبلغ (0.377) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية معطلة غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2019 والتي تبلغ (0.143) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه لمخاطر السحب المفاجئ او عند الحاجة الى تمويل لا تتوفر نقدية في خزائنه.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

من الجدول (26) أعلاه نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر للمصرف الاستثماري كانت في سنة 2005 وبلغت (0.413) أي ان المصرف يملك ارصدة نقدية معطلة بنسبه اكبر من بقيه سنوات الدراسة لذا يجب على إدارة المصرف ان تعيد النظر بتقسيم المبالغ النقدية بين الاستثمار وبين المبالغ المحتفظ بها لمواجهة حالات السحب المفاجئة من قبل المودعين , في حين كانت النسبة (0.142) في 2014 وهي اقل قيمة للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصرف محتفظ بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب بالتالي من الممكن ان يتعرض لمخاطر السحب المفاجئ او مخاطر التمويل بصورة كبيرة لذا لا بد لإدارة المصرف الانتباه الى هذا الجانب .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

من خلال الجدول (26) نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2006 بقيمة تبلغ (0.305) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية معطلة غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2019 والتي تبلغ (0.078) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه لمخاطر الحاجة الى تمويل اذ لا تتوفر نقدية في خزائنه.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

من الجدول (26) أعلاه نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر لمصرف الاردن كانت في سنة 2005 وبلغت (0.369) أي ان المصرف يملك ارصدة نقدية غير مستثمره اكثر من بقيه سنوات الدراسة لذا يجب على إدارة المصرف ان تستثمر هذه الاموال لزيادة العوائد المتحققة للمصرف. في حين كانت النسبة (0.195) في 2013 وهي اقل قيمة للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصرف محتفظ بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب نتيجة لزيادة وتنوع الاستثمارات التي قام بها المصرف خلال المدة الاخيرة .

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

من خلال الجدول (26) أعلاه نلاحظ مدى التقلبات الحاصلة في قيمة المؤشر لمصرف الإسكان الاردني خلال مدة الدراسة ويتبين بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2007 والتي تبلغ (0.383) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2019 والتي تبلغ (0.192) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه لمخاطر السحب المفاجئ او عند الحاجة الى تمويل لا تتوفر نقدية في خزائنه.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

من خلال الجدول (26) نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2005 بقيمة تبلغ (0.408) وتعني ان لدى المصرف سيولة نقدية غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سيحصل على نسبة عائد اعلى بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2018 والتي تبلغ (0.184) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات لذا يجب على إدارة المصرف الموازنة بين النقد المحتفظ به كسيولة والنقد المستثمر .

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

من الجدول (26) أعلاه نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر لمصرف المؤسسة العربية كانت في سنة 2016 وبلغت (0.419) أي ان المصرف يملك ارصدة نقدية سائلة بنسبه كبيرة نوعا ما لذا يجب على إدارة المصرف ان تعيد النظر بتقسيم المبالغ النقدية بين الاستثمار وبين المبالغ المحتفظ بها لمواجهة حالات السحب المفاجئة من قبل المودعين , في حين كانت النسبة (0.114) في 2019 وهي اقل قيمة للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصرف محتفظ بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب بسبب الظروف الاقتصادية الاستثنائية التي اثرت على الاقتصاد العالمي ومنه الاقتصاد الأردني.

ب- تحليل مؤشر نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (27) نتائج تحليل مؤشر نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(27) نسبة النقد الى اجمالي الموجودات لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.094	0.247	0.071	0.022	0.037	2005
0.087	0.230	0.061	0.028	0.027	2006
0.084	0.209	0.062	0.027	0.039	2007
0.081	0.200	0.051	0.043	0.032	2008
0.085	0.241	0.034	0.026	0.039	2009
0.084	0.219	0.050	0.031	0.035	2010
0.067	0.160	0.051	0.024	0.033	2011
0.064	0.148	0.050	0.028	0.031	2012
0.080	0.192	0.061	0.029	0.037	2013
0.084	0.203	0.059	0.027	0.049	2014
0.082	0.183	0.074	0.030	0.041	2015
0.090	0.223	0.052	0.036	0.049	2016
0.093	0.237	0.055	0.050	0.031	2017
0.097	0.235	0.065	0.050	0.038	2018
0.095	0.246	0.067	0.045	0.022	2019
0.085	0.212	0.058	0.033	0.036	المتوسط
0.097	0.247	0.074	0.050	0.049	الحد الاقصى
0.064	0.148	0.034	0.022	0.022	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من خلال الجدول(27) أعلاه نلاحظ مدى التقلبات الحاصلة في قيمة المؤشر ل TD Bank Group خلال مدة الدراسة ويتبين بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2014 والتي تبلغ (0.049) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية معطلة اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين

المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2019 والتي تبلغ (0.022) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه لمخاطر السحب المفاجئ او عند الحاجة الى تمويل لا تتوفر نقدية عندما يكون بحاجة لها.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من الجدول (27) أعلاه نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر ل Royal Bank كانت في سنة 2017 وبلغت (0.050) أي ان المصرف يملك ارصدة نقدية معطلة بنسبه اكبر من بقيه سنوات الدراسة لذا يجب على إدارة المصرف ان تعيد النظر بتقسيم المبالغ النقدية بين الاستثمار وبين المبالغ المحتفظ بها لمواجهة حالات السحب المفاجئة من قبل المودعين , في حين كانت النسبة (0.022) في 2005 وهي اقل قيمة للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصرف محتفظ بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب بالتالي من الممكن ان يتعرض لمخاطر السحب المفاجئ بصورة كبيرة لذا لا بد لإدارة المصرف الانتباه واخذ التدابير اللازمة.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

من خلال الجدول(27) أعلاه نلاحظ مدى التقلبات الحاصلة في قيمة المؤشر ل BMO Financial Group خلال مدة الدراسة ويتبين بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في 2015 والتي تبلغ (0.074) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية معطلة غير مستثمره اكثر من بقيه السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2009 والتي تبلغ (0.034) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصرف قليلة قياسا بباقي الموجودات وذلك بسبب تأثر الاقتصاد الكندي بالأزمة المالية العالمية في 2008 وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه للمخاطر.

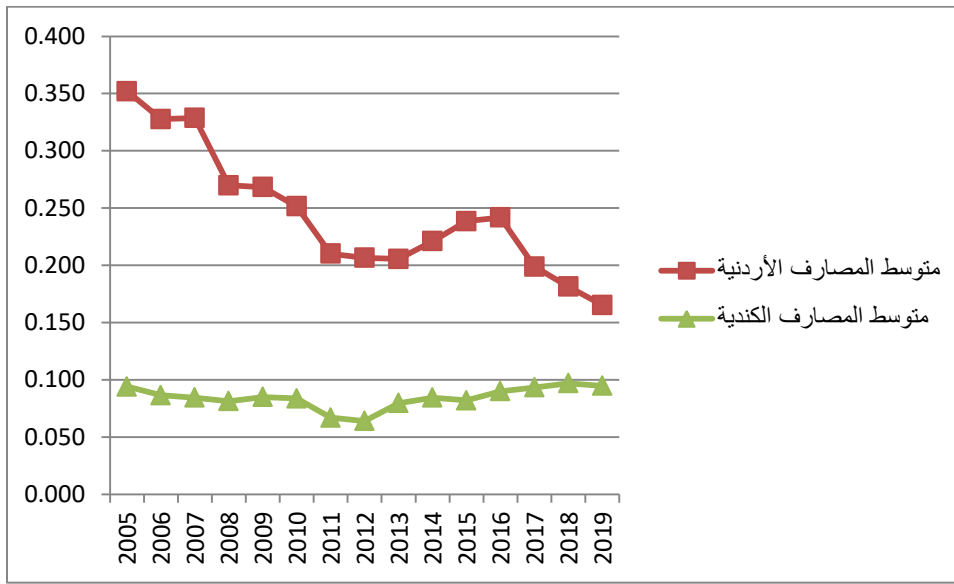
4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

من الجدول (27) أعلاه نلاحظ بان اعلى قيمة للمؤشر كانت في سنة 2005 وبلغت (0.247) أي ان المصرف يملك ارصدة نقدية معطلة بنسبه اكبر من بقيه سنوات الدراسة لذا يجب على إدارة المصرف ان تعيد النظر بتقسيم المبالغ النقدية بين الاستثمار وبين المبالغ المحتفظ بها لمواجهة حالات السحب المفاجئة من قبل المودعين , في حين كانت النسبة (0.148) في 2012 وهي اقل قيمة للمؤشر قياسا

ببإقاي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصرف محتفظ بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب بالتالي من الممكن ان يتعرض لمخاطر السحب المفاجئ بصورة كبيرة لذا لابد لإدارة المصرف الانتباه الى هذا الجانب .

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (16) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات مرتبه تنازليا لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبيّن ادناه:



الشكل (16) متوسطات مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

الشكل (16) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات كان في 2005 والتي يبلغ (0.352) وتعني ان لدى المصارف ارصدة نقدية معطلة غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قامت المصارف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصارف مما تزيد من مركزها المالي بين المصارف المنافسة, اما ادنى متوسط للمؤشر كان

في 2019 بقيمة (0.165) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على ان المصارف محتفظة بمبالغ نقدية سائلة اقل من المطلوب بالتالي من الممكن ان تتعرض لمخاطر السحب المفاجئ بصورة كبيرة لذا لابد لإدارة المصرف الانتباه الى هذا الجانب والعودة الى الارقام المعيارية لهذه النسب .

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات تحققت في 2018 والذي تبلغ (0.097) وتعني ان لدى المصرف ارصدة نقدية معطلة غير مستثمره اكثر من بقية السنوات في حين لو قام المصرف باستثمار هذه الأرصدة النقدية سوف تدر عائد بالتالي تزيد الربحية الاجمالية للمصرف مما تزيد من مركزه المالي بين المصارف المنافسة , اما ادنى نسبة كانت في سنة 2012 والتي تبلغ (0.064) اذ ان النقدية المتوفرة لدى المصارف قليلة قياسا بباقي الموجودات وبالتالي فان المصرف سوف تزداد احتمالية تعرضه لمخاطر السحب المفاجئ او عند الحاجة الى تمويل لا تتوفر نقدية في خزائنه.

و بصورة عامة وعند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات مؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات في المصارف الاردنية افضل من متوسط المؤشر للمصارف الكندية.

- مقارنة متوسط مؤشرات السيولة للمصارف عينة الدراسة

يعرض الجدول (28) المتوسطات لمؤشرات السيولة (مرتبة تنازليا) للمصارف الأردنية والكندية عينة الدراسة وكما مبين أدناه:

الجدول (28) الترتيب التنازلي لمتوسطات مؤشرات السيولة للمصارف عينة الدراسة

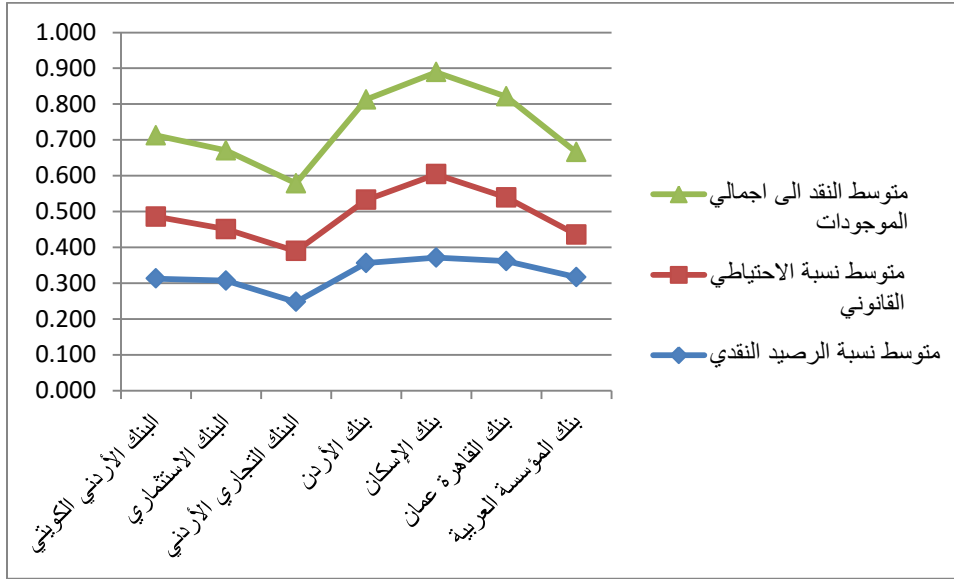
المصارف الكندية		المصارف الاردنية		المؤشرات				
الأدنى	الاقصى	الأدنى	الاقصى					
Royal Bank	0.052	Scotiabank	0.408	البنك التجاري الاردني	0.247	بنك الاسكان	0.371	نسبة الرصيد النقدي
BMO Financial Group	0.003	Scotiabank	0.230	بنك المؤسسة العربية	0.119	بنك الاسكان	0.233	الاحتياطي القانوني
Royal Bank	0.033	Scotiabank	0.212	البنك التجاري الاردني	0.189	بنك الاسكان	0.285	النقدية الى اجمالي الموجودات

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

يتبين من جدول (28) أعلاه وعند ترتيب متوسطات المؤشرات تنازليا ان افضل قيمة لمؤشر نسبة الرصيد النقدي كانت لمصرف الإسكان والبالغة (0.371) , اما ادنى قيمة كانت للمصرف التجاري الأردني وبقية (0.247).

اما مؤشر الاحتياطي القانوني كان الأعلى قيمة في بنك الإسكان اذ حقق (0.233) , في حين الأدنى قيمة كان بنك المؤسسة العربية بمتوسط (0.119) .

في حين مؤشر النقدية الى اجمالي الموجودات كان الأعلى في بنك الإسكان بقيمة (0.285) , اما ادنى قيمة كانت (0.189) للمصرف التجاري الأردني . وكما موضح في الشكل (17):



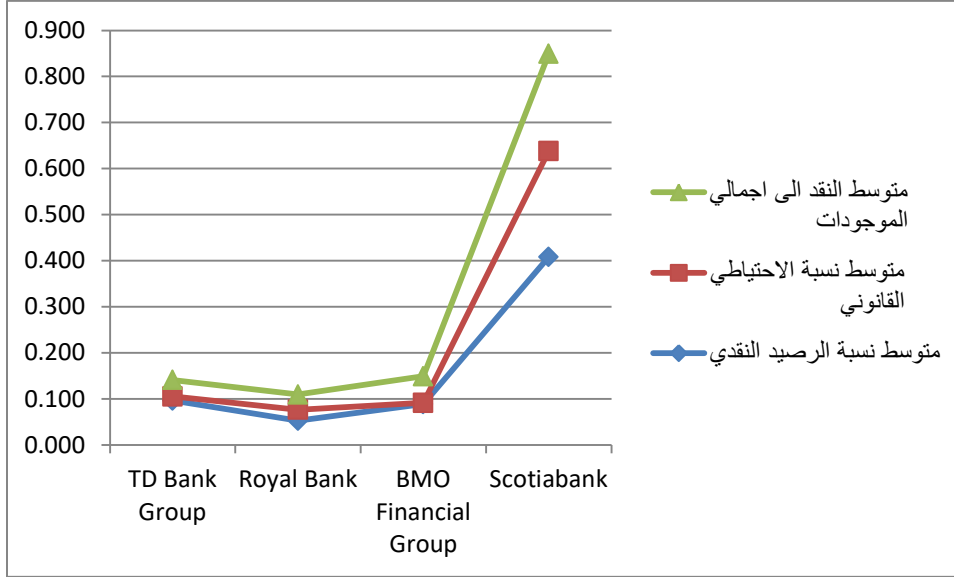
الشكل (17) متوسط مؤشرات السيولة للمصارف الاردنية عينة الدراسة

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

اما بالنسبة للمصارف الكندية يتضح من الشكل (17) ان افضل مصرف من ناحية قيمة نسبة الرصيد النقدي كان Scotiabank اذ حقق (0.408) في حين ادنى قيمة كانت لمصرف Royal Bank وبقية بالغة (0.052).

اما بالنسبة لمؤشر الاحتياطي القانوني في المصارف الكندية فكان Scotiabank هو الاعلى قيمة اذ حقق ما يقارب (0.230) وادنى قيمة كانت لمصرف BMO Financial Group وكانت (0.003).

في حين متوسط نسبة النقدية الى اجمالي الموجودات كان المتوسط الأعلى في Scotiabank بقيمة (0.212) , والمتوسط الأدنى كان في Royal Bank بقيمة (0.033) وكما موضح في الشكل (18) ادناه.



الشكل (18) متوسط مؤشرات السيولة للمصارف الكندية عينة الدراسة

المصدر:- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

وبصورة عامة عند المقارنة بين العينتين نجد ان متوسطات مؤشر نسبة الرصيد النقدي في المصارف الكندية اكبر من متوسط المؤشر للمصارف الاردنية ,ويدل ذلك على ان المصارف الكندية تحتفظ بمبالغ نقدية لتتجنب المخاطر التي من الممكن تتعرض لها في حال طلب الأموال من قبل مودعيها.

وعند المقارنة بين العينتين بالنسبة لمؤشر الاحتياطي القانوني نجد ان متوسطات مؤشر نسبة الاحتياطي القانوني في المصارف الأردنية افضل من متوسط المؤشر للمصارف ويدل ذلك على ان المصارف الكندية تحتفظ بمبالغ نقدية قليلة لدى المصرف المركزي وتستثمر الجزء الأكبر في الاستثمارات المتنوعة وذلك كون الظروف السياسية والاقتصادية شبه مستقرة افضل من العالم العربي بكثير بالتالي انخفاض المخاطر.

اما عند المقارنة بين العينتين بالنسبة لمؤشر نسبة النقدية إلى إجمالي الموجودات نجد ان المتوسطات في المصارف الاردنية اعلى من متوسط المؤشر للمصارف الكندية اذ ان المصارف الكندية

تستثمر جزء كبير من النقدية في الاستثمارات المتنوعة وذلك كون الظروف السياسية والاقتصادية شبه مستقرة افضل من العالم العربي بكثير في حين المصارف الأردنية نسبة النقدية لديها اعلى بالتالي تكون اكثر قدرة على مواجهة سحبات المودعين المفاجئة .

ثانياً:- مؤشرات الربحية

أن النتائج المالية لا تساعد على تقييم أداء المصارف ما لم يتم تحديد نسب الربحية كمؤشر على مدى قدرة هذه المصارف على توليد الربح اذ تعد الربحية هدف أساسي لبقاء عمل المصرف واستمراريته وغاية يتطلع إليها المساهمون, وهي عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي يحققها المصرف والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح لذا نجد بذل جهد كبير نحو الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة للمصارف بهدف تحقيق أفضل عائد ممكن للمساهمين، ولا تقل قيمته عن العائد الممكن تحقيقه على الاستثمارات البديلة التي تتعرض لنفس الدرجة من المخاطر , ومن المؤشرات المستخدمة في هذه الدراسة معدل العائد على الموجودات ومعدل العائد على حق الملكية, نسبة القوة الايرادية وكما يأتي:

1- العائد على الموجودات (ROA)

العائد على الموجودات هي أفضل نسبة لمقارنة ربحية المصارف في جميع أنحاء الصناعات و يشير العائد على الموجودات إلى الربحية الإجمالية للمصرف وقد استخدمت هذه النسبة في معظم الدراسات لقياس ربحية المصارف و تحتسب بقسمة صافي الدخل على إجمالي الموجودات .ومن خلال المعادلة الآتية:

$$\text{العائد على الموجودات} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{اجمالي الموجودات}}$$

أ- تحليل مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (29) نتائج تحليل مؤشر العائد على الموجودات للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول (29) مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.029	0.029	0.026	0.023	0.020	0.036	0.050	0.020	2005
0.020	0.021	0.016	0.023	0.019	0.021	0.015	0.024	2006
0.018	0.018	0.016	0.022	0.017	0.023	0.009	0.023	2007
0.017	0.017	0.014	0.019	0.019	0.015	0.013	0.024	2008
0.014	0.015	0.015	0.011	0.013	0.009	0.011	0.021	2009
0.016	0.015	0.019	0.013	0.016	0.006	0.016	0.025	2010
0.014	0.015	0.019	0.014	0.018	-0.002	0.014	0.017	2011
0.014	0.013	0.017	0.015	0.016	0.002	0.016	0.019	2012
0.014	0.012	0.018	0.015	0.018	0.003	0.015	0.019	2013
0.016	0.012	0.019	0.016	0.020	0.009	0.015	0.018	2014
0.015	0.015	0.016	0.016	0.018	0.011	0.017	0.014	2015
0.014	0.013	0.014	0.017	0.018	0.007	0.016	0.011	2016
0.012	0.011	0.011	0.015	0.018	0.003	0.015	0.010	2017
0.011	0.008	0.010	0.011	0.016	0.004	0.014	0.015	2018
0.009	0.002	0.009	0.010	0.015	0.004	0.014	0.008	2019
0.015	0.014	0.016	0.016	0.017	0.010	0.017	0.018	المتوسط
0.029	0.029	0.026	0.023	0.020	0.036	0.050	0.025	الحد الاقصى
0.009	0.002	0.009	0.010	0.013	-0.002	0.009	0.008	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (29) أن ان المصرف الأردني الكويتي قد حقق أكبر مقدار للعائد على الموجودات في سنة 2010 اذ بلغت (0.025) بسبب ارتفاع صافي الدخل وارتفاع صافي الدخل هذا العام يعزى الى قيام المصرف بتنفيذ عمليات اقراض واتفاقيات تمويل مع عدد من المحلية لتمويل عينة الافراد بهدف تجاوز ظاهرة ضعف الطلب على الائتمان التي يعاني منها البلد والحفاظ على تركيبة محفظة التسهيلات الائتمانية , بينما كان اقل مقدار يملكه المصرف من العائد على الموجودات في سنة 2019 وبقيمة بالغة (0.008) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى ظروف اقتصادية صعبة كما كل الاقتصاد العالمي تعرض لها بسبب تداعيات كورونا وما مر به العالم في هذه السنة.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

نشاهد في خلال الجدول (29) أن معدل العائد على الموجودات للمصرف الاستثماري قد حققت أكبر قيمة للمؤشر في عام 2005 اذ بلغت (0.050) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام وارتفاع صافي الدخل هنا يعزى الى ارتفاع اسعار النفط في دول المنطقة لذلك ساد بها نشاط اقتصادي مميز عام 2005 وصاحب ذلك ارتفاع أسعار الموجودات كالعقارات والأسهم وزيادة تدفق الأموال من دول الخليج الى دول أخرى في المنطقة ومنها الأردن مما سبب في ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياسا ببقية سنوات مدة الدراسة، بينما كانت اقل قيمة للعائد حققها المصرف في سنة 2007 (0.009) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل هذا العام مما انعكس ذلك على ربحيته وذلك سبب العجز المالي يعود الى تدهور الاوضاع الاقتصادية في البلاد وتراجع اسعار وصادرات النفط في المنطقة العربية .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

نشاهد عبر الجدول (29) أن ربحية المصرف التجاري الاردني حققت قيم جيدة خلال السنوات الاولى لمدة الدراسة وكانت اكبر قيمة لها عام 2005 وبلغت (0.036) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام بسبب ارتفاع اسعار وصادرات النفط في دول الخليج والمنطقة العربية مما ساعد على الانفتاح الاقتصادي ونمو المشاريع وفتح المجال امام المستثمرين نحو الاقتراض بعد تسهيل اجراءات منح القروض ، بينما في سنة 2011 قيمة العائد كانت (-0.002) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل بسبب التحديات التي يواجهها المصرف متأثرا بالازمة العالمية وبما يدور في المنطقة من احداث سياسية واثرها على النشاط الاقتصادي سيما الدول غير المنتجة للبتروول .

4- تحليل نتائج مصرف الأردن ومناقشتها

تظهر نتائج معدل العائد على الموجودات لمصرف الاردن كما في الجدول (29) و قد تحققت اعلى نسبة في عام 2014 اذ بلغت (0.020) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام بسبب الانتعاش الاقتصادي وهدوء الاوضاع الأمنية والسياسية في المنطقة العربية في البلاد فضلا عن ارتفاع اسعار النفط في الدول المنتجة للنفط الذي انعكس على الوضع الاقتصادي لجميع المصارف، بينما كانت اقل نسبة حققها المصرف في سنة 2009 بواقع (0.013) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل وذلك كون الازمة المالية لازالت تلقي بظلالها على الاقتصاد

العالمي بعد سنه ونصف منها وبالرغم من التدابير التي اتخذت من خفض لأسعار الفائدة وغيرها الا ان المصارف لازالت متأثره بها .

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

نلاحظ في الجدول (29) أن معدل العائد على الموجودات لمصرف الاسكان قد بدأ في بداية مدة الدراسة بقيم مرتفعة وكانت اعلى قيمة قيمة للمعدل عام 2005 وبلغت (0.023) اذ شهد الاقتصاد الأردني نموا واضح خلال العام ورافق هذا النمو سياسة نقدية متوازنة تمكنت من المحافظة على استقرار الأسعار وسعر صرف الدينار الأردني مما أدت هذه الأوضاع الى ارتفاع صافي دخل المصرف , اما ادنى قيمة للمعدل كانت في سنة 2019 وبلغت (0.010) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى ظروف اقتصادية صعبة كما كل الاقتصاد العالمي تعرض لها بسبب تداعيات كورونا وما مر به العالم في هذه السنة.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (29) أن الربحية لمصرف القاهرة عمان قد حققت أكبر مقدار في سنة 2005 اذ بلغت (0.026) اذ ارتفعت معظم مؤشرات البنك التشغيلية والربحية وتحسن محفظة التسهيلات الائتمانية بسبب ماحققه الأردن من نمو ونشاط اقتصادي متميز خلال العالم , بينما تدهورت ربحية المصرف في 2019 اذ سجلت في هذه الاعوام قيم منخفضة لمعدل العائد على الموجودات وكان اقل مقدار تملكه الشركة في سنة 2019 (0.009) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي بسبب الأوضاع العامة منها كورونا التي اثرت تأثير كبير على كافة جوانب الحياه سياسيه واقتصادية وغيرها .

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (29) أن معدل العائد على الموجودات لمصرف المؤسسة العربية قد حقق أكبر مقدار في سنة 2005 اذ بلغ (0.029) اذ كان هذا العام هو عام اخر من أعوام نمو الاقتصاد الأردني اذ سجل المصرف معدلات مرتفعة على مستوى أسعار الأسهم والربحية المتحققة خلال العام , بينما كان اقل مقدار يحققه المصرف في سنة 2019 والذي يبلغ (0.002) بسبب الأوضاع الاستثنائية التي طرأت على الاقتصاد العالمي وسيما العربي والأردني بصورة خاصة مما اثر سلبا على ربيحة المصرف .

ب- تحليل مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (30) نتائج تحليل مؤشر العائد على الموجودات للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(30) مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.013	0.032	0.008	0.007	0.006	2005
0.016	0.034	0.008	0.009	0.012	2006
0.013	0.029	0.006	0.009	0.009	2007
0.013	0.034	0.005	0.006	0.007	2008
0.014	0.040	0.005	0.006	0.006	2009
0.015	0.037	0.007	0.007	0.007	2010
0.014	0.032	0.006	0.008	0.008	2011
0.014	0.030	0.008	0.009	0.008	2012
0.013	0.028	0.008	0.010	0.008	2013
0.013	0.025	0.007	0.010	0.008	2014
0.012	0.023	0.007	0.009	0.007	2015
0.012	0.024	0.007	0.009	0.008	2016
0.013	0.025	0.008	0.009	0.008	2017
0.012	0.024	0.007	0.009	0.008	2018
0.012	0.024	0.007	0.009	0.008	2019
0.013	0.029	0.007	0.008	0.008	المتوسط
0.016	0.040	0.008	0.010	0.012	الحد الاقصى
0.012	0.023	0.005	0.006	0.006	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

نشاهد في خلال الجدول (30) أن معدل العائد على الموجودات TD Bank Group قد حققت أكبر نسبة في عام 2006 إذ بلغت (0.012) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام ، بينما كانت أقل نسبة حققها المصرف في سنة 2009 (0.006) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب

انخفاض صافي الدخل لان المصرف بسبب الظروف الاقتصادية التي رافقت الازمة المالية ومازالت تعاني منها كل البلدان بعد سنة ونصف من انتهائها الا ان اثارها لاتزال موجودة حتى هذه المدة.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

نشاهد في خلال الجدول (30) أن معدل العائد على الموجودات لل **Royal Bank** قد حقق أكبر قيمة للمؤشر في عام 2014 اذ بلغت (0.010) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام وارتفاع صافي الدخل هنا يعزى الى ارتفاع اسعار النفط في كل دول العالم وبالتالي زيادة النشاط الاقتصادي وعمليات الاقتراض والاقراض مما سبب في ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياسا ببقية سنوات مدة الدراسة، بينما كانت اقل قيمة للعائد حققها المصرف في سنة 2009 كانت (0.006) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي هذا العام بسبب تأثره بالأزمة المالية التي حدثت في 2008 مما انعكس ذلك على ربحيته .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

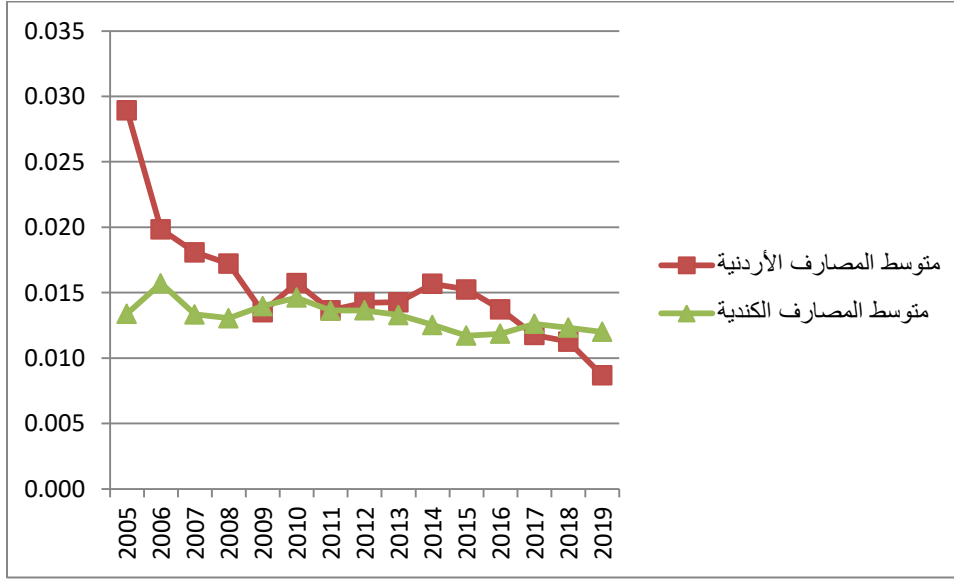
نلاحظ عبر الجدول (30) أن BMO Financial Group قد حقق أكبر مقدار للعائد على الموجودات في سنة 2006 اذ بلغت (0.008) بسبب ارتفاع صافي الدخل للمصرف بسبب نشاطه الاقتصادي بينما كان اقل مقدار يملكه المصرف من العائد على الموجودات في سنة 2009 وبقية القيمة بالغة (0.005) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور في وضعه الاقتصادي بسبب الظروف الاقتصادية للبلد في هذه المدة وتأثرها بالأزمة المالية لعام 2008 .

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

تظهر نتائج معدل العائد على الموجودات Scotia bank كما في الجدول (30) و قد تحققت اعلى نسبة في عام 2009 اذ بلغت (0.040) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام بسبب الانتعاش الاقتصادي الذي انعكس على الوضع الاقتصادي لجميع المصارف، بينما كانت اقل نسبة حققها المصرف في سنة 2015 بواقع (0.023) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل بسبب الظروف الاقتصادية للبلاد.

ج- مقارنة متوسط مؤشر العائد على الموجودات للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (19) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر العائد على الموجودات لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبيّن ادناه:



الشكل (19) متوسطات مؤشر العائد على الموجودات للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (19) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر العائد على الموجودات من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة العائد على الموجودات كان في 2005 والتي يبلغ (0.029) وتعني بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام بسبب ارتفاع اسعار وصادرات النفط مما ساعد على الانفتاح الاقتصادي ونمو المشاريع وفتح المجال امام المستثمرين نحو الاقتراض بعد تسهيل اجراءات منح القروض, اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2019 بقيمة (0.009) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى تدهور مالي بسبب الأوضاع العامة منها كورونا التي اثرت تأثير كبير على كافة جوانب الحياه سياسيه واقتصادية وغيرها .

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة العائد على حق الملكية تحققت في 2006 والذي تبلغ (0.016) بسبب ارتفاع صافي دخل المصارف هذا العام وهذا الارتفاع يعزى الى ارتفاع اسعار النفط عام 2005 قياسا ببقية السنوات مما سبب في ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياسا ببقية سنوات مدة الدراسة, اما ادنى نسبة كانت في سنة 2015 والتي تبلغ (0.012) مما يدل على انخفاض ربحية المصارف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى عجز مالي بسبب الظروف الاقتصادية للبلد في هذه المدة .

2- معدل العائد على حق الملكية (ROE)

تقيس هذه النسبة كفاءة المصرف في توليد الأرباح من كل وحدة من حقوق المساهمين ويتم احتساب العائد على حق الملكية بقسمة صافي الدخل على حقوق الملكية كما يحدد العائد على حق الملكية مدى كفاءة إدارة المصرف في استخدام استثمارات المساهمين ويتم تعريف العائد على حق الملكية (ROE) صافي الدخل على إجمالي حقوق المساهمين فارتفاع هذه النسبة تدل على قدرة المصرف باتخاذ قراراته الاستثمارية والتشغيلية بكفاءة عالية. ويحسب من خلال المعادلة الآتية

$$\frac{\text{صافي الربح}}{\text{حقوق الملكية}} = \text{العائد على حق الملكية}$$

أ- تحليل مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (31) نتائج تحليل مؤشر العائد على حق الملكية للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(31) مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الاردنية

السنة	البنك الأردني الكويتي	البنك الاستثماري	البنك التجاري	بنك الأردن	بنك الإسكان	بنك القاهرة	بنك المؤسسة العربية	المتوسط
2005	0.257	0.398	0.195	0.191	0.187	0.193	0.224	0.235
2006	0.205	0.132	0.141	0.182	0.113	0.139	0.167	0.154
2007	0.201	0.081	0.153	0.151	0.125	0.144	0.137	0.142
2008	0.196	0.103	0.107	0.172	0.111	0.134	0.117	0.134
2009	0.153	0.078	0.061	0.118	0.069	0.144	0.096	0.103

0.113	0.097	0.169	0.086	0.136	0.046	0.101	0.158	2010
0.094	0.096	0.164	0.095	0.132	-0.014	0.073	0.113	2011
0.096	0.084	0.146	0.100	0.114	0.020	0.083	0.123	2012
0.098	0.088	0.154	0.101	0.113	0.028	0.086	0.116	2013
0.110	0.091	0.153	0.119	0.132	0.081	0.085	0.107	2014
0.108	0.102	0.134	0.120	0.109	0.114	0.093	0.087	2015
0.092	0.090	0.103	0.124	0.102	0.064	0.095	0.065	2016
0.079	0.081	0.086	0.112	0.104	0.025	0.088	0.058	2017
0.079	0.061	0.086	0.088	0.099	0.038	0.090	0.095	2018
0.064	0.012	0.077	0.074	0.096	0.038	0.088	0.065	2019
0.113	0.103	0.135	0.108	0.130	0.073	0.112	0.133	المتوسط
0.235	0.224	0.193	0.187	0.191	0.195	0.398	0.257	الحد الاقصى
0.064	0.012	0.077	0.069	0.096	-0.014	0.073	0.058	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (31) معدل العائد على حق الملكية للمصرف الأردني الكويتي وقد تحققت أكبر نسبة في عام 2005 اذ بلغت (0.257) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب ارتفاع ربحية المصرف هذا العام الى سياسة الانفتاح الاقتصادي التي طبقت من قبل الحكومة عن طريق تسهيل اجراءات منح القروض ، بينما كان اقل نسبة حققها المصرف في سنة 2017 (0.058) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل بسبب التحديات التي واجهت الاقتصاد الأردني واستمرار تداعيات الأوضاع الإقليمية السيئة وانخفاض المنح الخارجة وازدياد البطالة .

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

تظهر نتائج معدل العائد على حق الملكية للمصرف الاستثماري في الجدول (31) اذ أن معدل العائد على حق الملكية للمصرف قد حقق اعلى نسبة في عام 2005 اذ بلغ (0.398) بسبب ارتفاع صافي دخل المصرف هذا العام وارتفاع صافي الدخل هنا يعزى الى في ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياسا ببقية سنوات مدة الدراسة، بينما كانت اقل قيمة للمؤشر حققها المصرف كانت في سنة 2011 بواقع (0.073) مما يدل على الانخفاض في صافي دخل المصرف .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (31) معدل العائد على حق الملكية للمصرف التجاري الاردني قد حقق أكبر قيمة في عام 2005 اذ بلغت (0.195) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب ارتفاع صافي الدخل الى الايراد المتحقق للمصرف بينما كان اقل مقدار يملكه المصرف في سنة 2011 والتي تبلغ (-0.014) بسبب ازمة الديون السيادية التي إعادة الى الازدهان الازمة المالية العالمية في 2008 اذ كان ذلك صعبا على ظروف البلد الاقتصادية ومنها المصارف بصورة خاصة .

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

من خلال الجدول (31) نلاحظ نتائج معدل العائد على حق الملكية لمصرف الأردن اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.191) بسبب ارتفاع صافي الدخل مقارنة ببقية السنوات بسبب زيادة رأس مال المصرف التي دفعت الى زيادة وتنوع استثماراته, بينما كان اقل ربحية يحققها المصرف في سنة 2019 (0.096) مما يدل على انعدام ربحية المصرف او ان ارباحة قليلة جدا وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي دخل المصرف بسبب الظروف الاقتصادية الاستثنائية التي يمر بها الاقتصاد العالمي ومنه الأردني .

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (31) معدل العائد على حق الملكية لمصرف الإسكان خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2005 اذ بلغت (0.187) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب ارتفاع ربحية المصرف هذا العام الى ارتفاع اسعار وصادرات النفط في المنطقة العربية ودول الخليج وما نتج عنها من سياسة الانفتاح الاقتصادي التي طبقت من قبل الحكومة عن طريق تسهيل اجراءات منح القروض ، بينما كان اقل مقدار حققه المصرف في سنة 2009 (0.069) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف لايزال متأثرا بالازمة المالية التي حدثت في 2008 مما انعكس ذلك على ربحيته .

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

من خلال الجدول (31) نلاحظ نتائج معدل العائد على حق الملكية لمصرف القاهرة عمان اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.193) اذ حافظ الاقتصاد الأردني على نموه الإيجابي وكذلك نمو الناتج المحلي الإجمالي وجاء هذا النمو مصحوبا بارتفاع اغلب العينات الاقتصادية في هذا العام , بينما كانت اقل ربحية يحققها المصرف في سنة 2019 (0.077) مما يدل ان ارباحة قليلة جدا وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي دخل المصرف بسبب استمرار حالة التوتر الأمني اقليميا .

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (31) معدل العائد على حق الملكية لمصرف المؤسسة العربية فقد حقق أكبر قيمة في عام 2005 اذ بلغت (0.224) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب ارتفاع صافي الدخل الى الايراد المتحقق للمصرف بسبب تنوع الأنشطة الاستثمارية التي يزاولها في هذا العام ,بينما كان اقل مقدار يحققه المصرف في سنة 2019 والتي تبلغ (0.012) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى ظروف اقتصادية حرجة كما في بقية المصارف .

ب- تحليل مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (32) نتائج تحليل مؤشر العائد على حق الملكية للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(32) مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.184	0.250	0.173	0.171	0.140	2005
0.218	0.248	0.177	0.214	0.234	2006
0.190	0.210	0.139	0.225	0.187	2007
0.156	0.242	0.110	0.149	0.121	2008
0.132	0.253	0.088	0.105	0.081	2009
0.146	0.210	0.128	0.134	0.110	2010
0.143	0.168	0.112	0.155	0.137	2011
0.148	0.157	0.139	0.164	0.132	2012
0.145	0.150	0.133	0.169	0.129	2013
0.139	0.127	0.122	0.165	0.140	2014
0.125	0.114	0.110	0.157	0.120	2015
0.124	0.121	0.109	0.146	0.120	2016
0.134	0.121	0.121	0.154	0.140	2017
0.132	0.110	0.119	0.155	0.142	2018
0.128	0.112	0.113	0.154	0.133	2019
0.150	0.173	0.126	0.161	0.138	المتوسط
0.218	0.253	0.177	0.225	0.234	الحد الاقصى

0.124	0.110	0.088	0.105	0.081	الحد الأدنى
-------	-------	-------	-------	-------	-------------

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (32) معدل العائد على حق الملكية TD Bank Group فقد حقق أكبر قيمة في عام 2006 اذ بلغت (0.234) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب الارتفاع الى الايراد المتوقع للمصرف بينما كان اقل نسبة يملكها المصرف في سنة 2009 والتي تبلغ (0.081) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف كبقية المصارف لا يزال متأثرا بالأزمة المالية العالمية .

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من خلال الجدول (32) نلاحظ نتائج معدل العائد على حق الملكية Royal Bank اذ حقق اعلى معدل عام 2007 اذ بلغت (0.225) بسبب ارتفاع صافي الدخل مقارنة ببقية السنوات بسبب زيادة رأس مال المصرف , بينما كان اقل ربحية يملكها المصرف في سنة 2009 (0.105) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي دخل المصرف بسبب تآثر الوضع الاقتصادي بالازمة المالية التي حدثت في عام 2008 .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (32) معدل العائد على حق الملكية BMO Financial Group خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2006 اذ بلغت (0.177) بسبب ارتفاع صافي الدخل ويعود سبب ارتفاع ربحية المصرف هذا العام الى ارتفاع اسعار وصادرات النفط في كل دول العالم المنتجة للنفط وسياسة الانفتاح الاقتصادي ، بينما كان اقل نسبة حققها المصرف في سنة 2009 والبالغ (0.088) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي هذا العام بسبب تأثره بالأزمة المالية التي حدثت في 2008 مما انعكس ذلك على ربحيته .

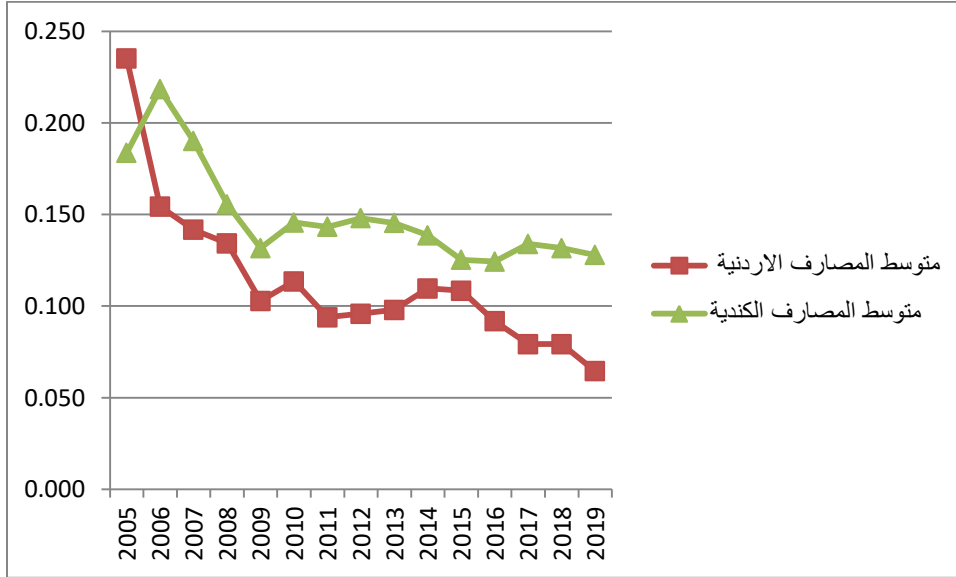
4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

من خلال الجدول (32) نلاحظ نتائج معدل العائد على حق الملكية Scotia bank اذ حقق اعلى معدل عام 2009 اذ بلغت (0.253) بسبب ارتفاع صافي الدخل مقارنة ببقية السنوات على الرغم من اثار الازمة المالية التي عانت منها بقيه المصارف , بينما كان اقل ربحية يحققها المصرف في سنة

2018 (0.110) مما يدل على ان ارباحه قليلة جدا وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي دخل المصرف .

ج- مقارنة متوسط مؤشر العائد على حق الملكية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل(20) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر العائد على حق الملكية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (20) متوسطات مؤشر العائد على حق الملكية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (20) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر العائد على حق الملكية من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة العائد على حق الملكية كان في 2005 والتي يبلغ (0.235) وتعني أن المصارف التي حققت نسب مرتفعة كمتوسط لديها بسبب الكفاءة في استخدام استثمارات المساهمين قياساً بالمصارف الأخرى وقدرتها في توليد الأرباح من كل وحدة من حقوق المساهمين وبالشكل عام ارتفاع العائد على حق الملكية في هذه المصارف يدل على قوة ادائها واستمرار ارتفاع هذا المعدل لمدة طويلة يدل على حسن إدارة المصرف ويجب ألا يؤخذ هذا المعدل بمعزل عن

المؤشرات الأخرى لأن ارتفاعه قد يعكس أحياناً ميل المصارف إلى تمويل نشاطاتها بالدين حتى مع تحقيق المصارف عائداً ضعيفاً على الموجودات اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2019 بقيمة (0.064) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياساً بباقي سنوات الدراسة مما يدل على انخفاض ربحية المصارف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى تدهور مالي بسبب الأوضاع العامة منها كورونا التي اثرت تأثير كبير على كافة جوانب الحياه سياسيه واقتصادية وغيرها .

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة العائد على حق الملكية تحققت في 2006 والذي تبلغ (0.218) بسبب ارتفاع صافي دخل المصارف هذا العام وارتفاع صافي الدخل هنا يعزى الى ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياساً ببقية سنوات مدة الدراسة, اما ادنى نسبة كانت في سنة 2016 والتي تبلغ (0.124) مما يدل على انخفاض ربحية المصارف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى عجز مالي بسبب الظروف الاقتصادية للبلد في هذه المدة .

3- مؤشر نسبة القوة الايرادية (BEP)

وتشير هذه النسبة إلى قدرة موجودات المصرف على خلق الدخل التشغيلي وتقاس هذه النسبة من خلال قسمة صافي الربح قبل الفوائد والضرائب على اجمالي الموجودات وتحسب من خلال المعادلة الاتية:

$$\text{مؤشر نسبة القوة الايرادية} = \frac{\text{صافي الدخل قبل الفوائد}}{\text{اجمالي الموجودات}}$$

أ- تحليل مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (33) نتائج تحليل مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول (33) مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	نسبة القوة الايرادية	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.037	0.040	0.036	0.033	0.026	0.040	0.059	0.028	2005
0.026	0.031	0.026	0.032	0.026	0.018	0.017	0.034	2006
0.025	0.025	0.023	0.031	0.027	0.024	0.013	0.032	2007
0.024	0.026	0.019	0.026	0.026	0.018	0.017	0.033	2008
0.019	0.022	0.020	0.016	0.019	0.011	0.016	0.028	2009
0.022	0.021	0.026	0.017	0.023	0.009	0.023	0.035	2010
0.019	0.022	0.026	0.020	0.024	-0.001	0.020	0.024	2011
0.019	0.019	0.025	0.020	0.023	0.004	0.019	0.026	2012
0.020	0.018	0.027	0.021	0.024	0.004	0.021	0.026	2013
0.023	0.018	0.027	0.021	0.027	0.027	0.020	0.024	2014
0.023	0.023	0.024	0.022	0.028	0.016	0.024	0.020	2015
0.020	0.019	0.020	0.024	0.027	0.009	0.024	0.016	2016
0.017	0.017	0.015	0.022	0.026	0.005	0.018	0.015	2017
0.016	0.012	0.014	0.016	0.024	0.005	0.018	0.021	2018
0.014	0.003	0.014	0.016	0.023	0.009	0.019	0.012	2019
0.022	0.021	0.023	0.022	0.025	0.013	0.022	0.025	المتوسط
0.037	0.040	0.036	0.033	0.028	0.040	0.059	0.035	الحد الاقصى
0.014	0.003	0.014	0.016	0.019	-0.001	0.013	0.012	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

من خلال الجدول (33) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصرف الأردني الكويتي اذ حقق أعلى معدل عام 2010 اذ بلغت (0.035) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات بسبب زيادة رأس مال المصرف وبالتالي زيادة استثماراته وتنوعها , بينما كان أقل ربحية يحققها المصرف في سنة 2019 والتي تبلغ (0.012) مما يدل على انخفاض الدخل قبل الفوائد والضرائب وذلك بسبب الانخفاض الشديد من الأرباح المتولدة المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف بسبب ضعف النشاط المصرفي لهذا العام.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (33) قيم مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصرف الاستثماري خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2005 اذ بلغت (0.059) بسبب ارتفاع مبلغ الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة ويعود سبب الارتفاع في هذا العام الى ارتفاع اسعار النفط في المنطقة العربية

وخاصة للدول المنتجة للبتروول ومانتج عنها من سياسة الانفتاح الاقتصادي التي طبقت من قبل الحكومة ، بينما كان اقل مقدار حققه المصرف في سنة 2007 والتي تبلغ (0.013) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي هذا العام تدهور الوضع الاقتصادي في الدول العربية ومنها الأردن.

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (33) قيم مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصرف التجاري الاردني خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2005 اذ بلغت (0.040) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب ويعود سبب ارتفاع ربحية المصرف هذا العام اذ حافظ الاقتصاد الأردني على نموه الإيجابي وكذلك نمو الناتج المحلي الإجمالي وجاء هذا النمو مصحوبا بأنتعاش اغلب العينات الاقتصادية في هذا العام ، بينما كان اقل مقدار حققه المصرف في سنة 2011 والبالغ (-0.001) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض الدخل المتحقق لان المصرف لايزال متأثرا بالأزمة المالية العالمية قبل سنة ونصف .

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

من خلال الجدول (33) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية لمصرف الاردن اذ حقق اعلى معدل عام 2015 اذ بلغت (0.028) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات بسبب زيادة رأس مال المصرف ومانتج عنه من استثمارات متنوعه خلال العام , بينما كانت اقل ربحية يحققها المصرف في سنة 2009 والتي تبلغ (0.019) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل قبل الفوائد والضرائب المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف .

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (33) قيم مؤشر نسبة القوة الايرادية لمصرف الاسكان فقد حقق أكبر قيمة في عام 2005 اذ بلغت (0.033) بسبب ارتفاع الدخل المتحقق والذي يدل على استغلال المصرف للموجودات المتاحة استغلال جيد ويعود سبب ارتفاع صافي الدخل الى الايراد المتحقق للمصرف بينما كان اقل مقدار يحققه المصرف في سنة 2019 والتي تبلغ (0.016) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي بسبب تدهور الأوضاع الاقتصادية في عموم العالم بسبب أوضاع كورونا مارافقها من ركود اقتصادي .

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

من خلال الجدول (33) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية لمصرف القاهرة عمان اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.036) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قيل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات بسبب الانتعاش الاقتصادي , بينما كان اقل ربحية يحققها المصرف في سنة 2019 والتي تبلغ (0.014) مما يدل على ان ارباحة قليله جدا وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل قبل الفوائد والضرائب المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف .

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (33) قيم مؤشر نسبة القوة الايرادية لمصرف المؤسسة العربية خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2005 اذ بلغت (0.040) بسبب ارتفاع مبلغ الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة ويعود سبب ارتفاع ربحية المصرف هذا العام الى ارتفاع اسعار النفط في عموم المنطقة العربية وخاصة الدول المنتجة للنفط وما نتج عنها من انتعاش اقتصادي ومبادلات تجارية وتسهيل اجراءات منح القروض ، بينما كان اقل مقدار حققه المصرف في سنة 2019 والتي تبلغ (0.003) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي هذا العام تدهور الوضع الاقتصادي في الدول العربية ومنها الأردن.

ب- تحليل مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (34) نتائج تحليل مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(34) مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.019	0.045	0.011	0.010	0.008	2005
0.021	0.047	0.011	0.012	0.014	2006
0.017	0.039	0.007	0.012	0.011	2007
0.017	0.047	0.005	0.008	0.007	2008
0.018	0.053	0.005	0.008	0.006	2009
0.019	0.048	0.009	0.010	0.009	2010
0.018	0.043	0.008	0.011	0.010	2011

0.018	0.041	0.010	0.012	0.009	2012
0.017	0.037	0.010	0.012	0.009	2013
0.016	0.034	0.009	0.012	0.010	2014
0.015	0.033	0.008	0.012	0.008	2015
0.016	0.035	0.008	0.011	0.009	2016
0.017	0.037	0.009	0.012	0.010	2017
0.017	0.035	0.010	0.012	0.010	2018
0.016	0.034	0.009	0.011	0.009	2019
0.017	0.041	0.009	0.011	0.009	المتوسط
0.021	0.053	0.011	0.012	0.014	الحد الاقصى
0.015	0.033	0.005	0.008	0.006	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من خلال الجدول (34) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية TD Bank Group اذ حقق اعلى معدل عام 2006 اذ بلغت (0.014) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات, بينما كان اقل ربحية يملكها المصرف في سنة 2009 والتي تبلغ (0.006) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل قبل الفوائد والضرائب المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف .

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

من خلال الجدول (34) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية Royal Bank اذ حقق اعلى معدل عام 2014 اذ بلغت (0.012) ويعود ذلك الى ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات بسبب, بينما كان اقل ربحية يملكها المصرف في سنة 2008 والتي تبلغ (0.008) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب الانخفاض الشديد في صافي الدخل قبل الفوائد والضرائب المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

من خلال الجدول (34) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصرف BMO Financial Group اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.011) بسبب ارتفاع قيمة الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة مقارنة ببقية السنوات بسبب زيادة رأس مال المصرف , بينما كان اقل ربحية يملكها المصرف في سنة 2008 والتي تبلغ (0.005) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف او

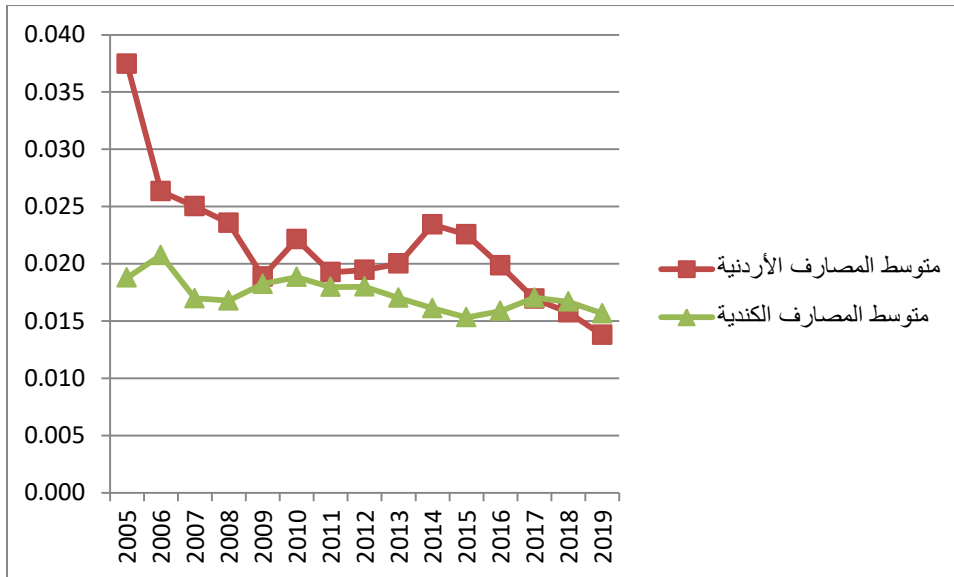
ان ارباحه قليلة جدا وذلك بسبب الازمة المالية العالمية التي أدت الانخفاض الشديد في صافي الدخل قبل الفوائد والضرائب المتولد من الموجودات المتاحة في المصرف .

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

نلاحظ عبر الجدول (34) قيم مؤشر نسبة القوة الايرادية Scotia bank خلال مدة الدراسة وقد تحققت أكبر نسبة للمؤشر في عام 2009 اذ بلغت (0.053) بسبب ارتفاع مبلغ الدخل قبل الفوائد والضرائب في هذه السنة على الرغم من اثار الازمة المالية التي يعاني منها الاقتصاد العالمي ، بينما كان اقل مقدار حققه المصرف في سنة 2015 والتي تبلغ (0.033) مما يدل على انخفاض ربحية المصرف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصرف تعرض الى تدهور مالي هذا العام تدهور الوضع الاقتصادي في دول العالم ومنها كندا.

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل (21) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة القوة الايرادية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل(21) متوسطات مؤشر نسبة القوة الايرادية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (21) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينة الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة القوة الايرادية من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة القوة الايرادية كان في 2005 والتي يبلغ (0.037) مما يعني أن المصارف التي حققت نسب مرتفعة كمتوسط اكثر قدرة على خلق الدخل التشغيلي قياسا بالمصارف الأخرى. و أن المصارف كفاءة في استخدام استثمارات المساهمين قياساً بالمصارف الأخرى وقدرتها في توليد الأرباح من حقوق المساهمين , اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2019 بقيمة (0.014) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على انخفاض ربحية المصارف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى تدهور مالي بسبب الأوضاع العامة منها كورونا التي اثرت تأثير كبير على كافة جوانب الحياه سياسيه واقتصادية وغيرها .

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة القوة الايرادية تحققت في 2006 والذي تبلغ (0.021) بسبب ارتفاع دخل المصارف هذا العام وارتفاع الدخل هنا يعزى الى ارتفاع الأنشطة المصرفية عام قياسا ببقية السنوات مما سبب في ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وانتعاش بعض المصارف التجارية وتحقيقها لمعدلات ربحية عالية قياسا ببقية سنوات مدة الدراسة, اما ادنى نسبة كانت في سنة 2015 والتي تبلغ (0.015) مما يدل على انخفاض ربحية المصارف وذلك بسبب انخفاض صافي الدخل لان المصارف تعرضت الى عجز مالي بسبب الظروف الاقتصادية للبلد في هذه المدة .

ثالثاً:- مؤشر الملائنة المالية او الرافعة المالية

1-نسبة المديونية:- يطلق على هذه النسبة نسبة التمويل بالاعتماد على الغير أو نسبة التمويل الخارجي وتقيس نسبة المديونية فيما اذا كان للمصرف موجودات كافية لسداد كل ديونة فهي كمؤشر أمان للمصرف وتقيس ذلك الجزء من الموجودات الذي تم تمويله بالديون وكلما كانت النتيجة أقل كلما كانت أفضل للمصرف وكلما انخفضت نسبة المديونية كلما قلت المخاطر المترتبة على الديون والالتزامات في المصرف ويتم إيجاد نسبة المديونية من خلال القانون التالي:

$$\text{نسبة المديونية} = \frac{\text{اجمالي المطلوبات}}{\text{اجمالي الموجودات}}$$

وتعني نسبة مساهمة إجمالي الديون (الائتمانات قصيرة الأجل وطويلة الأجل) في تمويل الموجودات (إجمالي الموجودات) أي أن كل دينار من الموجودات كم عليه التزامات أو دين. وكذلك أي دينار مستثمر في الموجودات بأي مقدار ذهب المصرف في تمويله من الغير ففي حالة الزيادة ضعف للمصرف وفي حالة النقصان قوة للمصرف.

أ- تحليل مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (35) نتائج تحليل مؤشر نسبة المديونية للمصارف الاردنية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(35) مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الاردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري الأردني	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
0.875	0.871	0.867	0.876	0.897	0.816	0.875	0.923	2005
0.868	0.873	0.883	0.796	0.898	0.853	0.890	0.881	2006
0.871	0.871	0.890	0.823	0.889	0.852	0.887	0.888	2007
0.869	0.855	0.896	0.832	0.887	0.860	0.874	0.879	2008
0.864	0.843	0.899	0.841	0.888	0.856	0.860	0.863	2009
0.860	0.847	0.888	0.847	0.880	0.876	0.841	0.841	2010
0.855	0.844	0.885	0.849	0.865	0.885	0.809	0.845	2011
0.851	0.842	0.881	0.852	0.856	0.877	0.809	0.843	2012
0.856	0.860	0.881	0.854	0.845	0.892	0.821	0.840	2013
0.856	0.866	0.876	0.863	0.845	0.894	0.818	0.833	2014
0.857	0.852	0.879	0.869	0.834	0.907	0.817	0.840	2015
0.851	0.859	0.865	0.864	0.824	0.885	0.827	0.830	2016
0.855	0.858	0.876	0.863	0.829	0.892	0.833	0.835	2017
0.862	0.860	0.882	0.870	0.841	0.901	0.845	0.836	2018
0.831	0.862	0.885	0.867	0.845	0.900	0.846	0.611	2019
0.859	0.858	0.882	0.851	0.861	0.876	0.844	0.839	المتوسط
0.875	0.873	0.899	0.876	0.898	0.907	0.890	0.923	الحد الأقصى
0.831	0.842	0.865	0.796	0.824	0.816	0.809	0.611	الحد الأدنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

من خلال الجدول (35) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة المديونية للمصرف الأردني الكويتي اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.923) أي ان المصرف لديه مديونية عالية خلال عام 2005 فهو يعتمد على الدين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2019 والتي تبلغ (0.611) مما يدل على انخفاض مديونية المصرف أو ان المصرف يعتمد على أمواله الخاصة في تمويل عملياته المصرفية وليس على أموال الغير.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

عبر الجدول(35) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية وتفاوتها خلال مدة الدراسة للمصرف الاستثماري اذ كانت في سنة 2006 المديونية مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.890) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام في حين في سنة 2012 كانت المديونية منخفضة اذ بلغت (0.809) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2006 .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الأردني ومناقشتها

من خلال الجدول (35) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة المديونية للمصرف التجاري الاردني اذ حقق اعلى معدل عام 2015 اذ بلغت (0.907) أي ان المصرف لديه مديونية عالية خلال عام 2015 فهو يعتمد على الدين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية بالتالي احتماليه تعرضه للمخاطر بنسبة كبيره , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2005 والتي تبلغ (0.816) مما يدل على انخفاض مديونية المصرف أو ان المصرف يعتمد على أمواله الخاصة في تمويل عملياته المصرفية وليس على أموال الغير.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

عبر الجدول(35) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية لمصرف الأردن وتفاوتها خلال مدة الدراسة اذ كانت في سنة 2006 المديونية مرتفع اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.898) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام اذ أسهمت كفاءه إدارة الموجودات والمطلوبات والاستثمار النوعي المدروس لمصادر الأموال في زيادة المديونية ,في حين في سنة 2016 كانت

المديونية منخفضة اذ بلغت (0.824) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2006 .

5- تحليل نتائج مصرف الاسكان ومناقشتها

عبر الجدول(35) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية وتفاوتها خلال مدة الدراسة لمصرف الاسكان اذ كانت في سنة 2005 المديونية مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.876) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام بسبب نقص السيولة لدية , في حين في سنة 2006 كانت المديونية منخفضة اذ بلغت (0.796) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

من خلال الجدول (35) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة المديونية لمصرف القاهرة عمانن اذ حقق اعلى معدل عام 2009 اذ بلغت (0.899) أي ان المصرف لدية مديونية عالية خلال عام 2005 فهو يعتمد على الدين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2016 والتي تبلغ (0.865) مما يدل على انخفاض مديونية المصرف أوان المصرف يعتمد على أمواله الخاصة في تمويل عملياته المصرفية وليس على أموال الغير.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

عبر الجدول(35) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية وتفاوتها خلال مدة الدراسة لمصرف المؤسسة العربية اذ كانت في سنة 2006 المديونية مرتفع اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.873) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام في حين في سنة 2012 كانت المديونية منخفضة اذ بلغت (0.842) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2006 .

ب- تحليل مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (36) نتائج تحليل مؤشر نسبة المديونية للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة

والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(36) مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
0.935	0.872	0.953	0.958	0.957	2005
0.931	0.863	0.953	0.959	0.950	2006
0.932	0.862	0.958	0.959	0.949	2007
0.929	0.858	0.957	0.958	0.944	2008
0.916	0.843	0.948	0.944	0.931	2009
0.912	0.824	0.947	0.946	0.932	2010
0.911	0.810	0.944	0.948	0.940	2011
0.910	0.812	0.943	0.944	0.940	2012
0.910	0.814	0.941	0.942	0.940	2013
0.907	0.804	0.940	0.942	0.940	2014
0.903	0.795	0.938	0.940	0.939	2015
0.904	0.800	0.938	0.939	0.937	2016
0.902	0.791	0.937	0.939	0.941	2017
0.900	0.778	0.941	0.940	0.940	2018
0.901	0.785	0.940	0.941	0.938	2019
0.913	0.821	0.945	0.947	0.941	المتوسط
0.935	0.872	0.958	0.959	0.957	الحد الاقصى
0.900	0.778	0.937	0.939	0.931	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

من خلال الجدول (36) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة المديونية TD Bank Group اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (0.957) أي ان المصرف لديه مديونية عالية خلال عام 2006 فهو يعتمد على الدين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2009 والتي تبلغ (0.931) مما يدل على انخفاض مديونية المصرف وأن المصرف يعتمد على أمواله الخاصة في تمويل عملياته المصرفية وليس على أموال الغير.

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

عبر الجدول(36) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية وتفاوتها خلال مدة الدراسة Royal Bank اذ كانت في سنة2006 المديونية مرتفع اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.959) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام في حين في سنة 2017 كانت المديونية منخفضة اذ بلغت (0.939) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

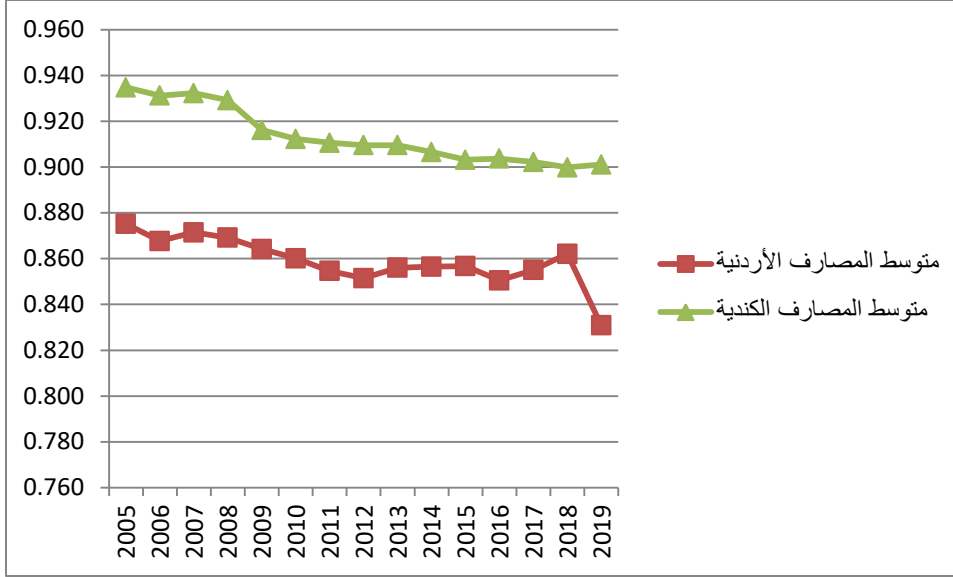
عبر الجدول(36) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المديونية BMO Financial Group وتفاوتها خلال مدة الدراسة اذ كانت في سنة2007 المديونية مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (0.958) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه كبيره خلال العام في , حين في سنة 2017 كانت المديونية منخفضة اذ بلغت (0.937) أي ان المصرف قلل من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

من خلال الجدول (36) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة المديونية Scotia bank اذ حقق اعلى معدل عام 2009 اذ بلغت (0.872) أي ان المصرف لديه مديونية عالية خلال عام 2005 فهو يعتمد على الدين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2018 والتي تبلغ (0.778) مما يدل على انخفاض مديونية المصرف اوان المصرف يعتمد على أمواله الخاصة في تمويل عملياته المصرفية وليس على أموال الغير.

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة المديونية للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل(22) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة المديونية لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (22) متوسطات مؤشر نسبة المديونية للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (22) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة المديونية من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة المديونية كان في 2005 والتي يبلغ (0.875) مما يعني أن المصارف التي حققت نسب مرتفعة كمتوسط هي اكثر مديونية من غيرها اذ تعتمد بصورة كبيرة على أموال الغير لتمويل استثماراتها أي من الممكن ان تتعرض لمخاطر اكبر من المصارف الاخرى , اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2019 بقيمة (0.831) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على انخفاض المديونية في المصارف أي انها تعتمد على راس المال الممتلك اكثر من راس المال الخارجي وبالتالي تمتلك مخاطر اقل.

اما بالنسبة للمصارف الكندية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة المديونية تحققت في 2005 والذي تبلغ (0.935) بسبب اعتمادها على أموال الغير بنسبه كبيره في هذه السنة , وبدأت تنخفض نسبة المديونية حتى وصلت الى ادنى نسبة وكانت في سنة 2018 والتي تبلغ (0.900) مما يدل على انخفاض اعتماد المصارف على الدين الخارجي لتمويل موجوداتها .

2- مضاعف حق الملكية

يساعد مضاعف حق الملكية على فهم مقدار موجودات المصرف التي يتم تمويلها من خلال حقوق المساهمين وهي نسبة بسيطة من اجمالي الموجودات الى اجمالي حقوق الملكية اذا كانت هذه النسبة مرتفعة هذا يعني ان الرافعة المالية مرتفعة والعكس اذا كانت منخفضة وتقاس هذه النسبة من خلال المعادلة :

$$\text{مضاعف حق الملكية} = \frac{\text{اجمالي الموجودات}}{\text{حق الملكية}}$$

ت- تحليل مؤشر نسبة مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الاردنية

يظهر في الجدول (37) نتائج تحليل نسبة مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الأردنية عينة الدراسة وفي السلسلة الزمنية الممتدة (2005- 2019) وكذلك المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف في سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الأخرى وكما يأتي:

الجدول(37) مؤشر مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الأردنية

المتوسط	بنك المؤسسة العربية	بنك القاهرة	بنك الإسكان	بنك الأردن	البنك التجاري	البنك الاستثماري	البنك الأردني الكويتي	السنة
8.511	7.762	7.514	8.091	9.754	5.432	8.024	13.002	2005
7.915	7.869	8.528	4.906	9.804	6.796	9.080	8.424	2006
8.008	7.773	9.096	5.639	9.030	6.762	8.824	8.933	2007
7.816	6.898	9.652	5.961	8.820	7.168	7.968	8.246	2008
7.544	6.350	9.867	6.302	8.911	6.926	7.150	7.306	2009
7.295	6.537	8.952	6.524	8.352	8.094	6.304	6.301	2010
7.074	6.416	8.679	6.616	7.403	8.698	5.245	6.459	2011
6.884	6.329	8.391	6.775	6.935	8.160	5.239	6.356	2012
7.129	7.159	8.377	6.837	6.460	9.250	5.583	6.236	2013
7.174	7.483	8.065	7.314	6.444	9.436	5.504	5.972	2014
7.302	6.736	8.232	7.623	6.012	10.781	5.467	6.262	2015
6.838	7.088	7.385	7.377	5.671	8.677	5.778	5.890	2016
7.074	7.040	8.052	7.293	5.841	9.243	6.003	6.046	2017
7.462	7.154	8.476	7.685	6.274	10.098	6.442	6.108	2018
7.793	7.260	8.724	7.511	6.446	9.961	6.476	8.174	2019
7.455	7.057	8.533	6.830	7.477	8.366	6.606	7.314	المتوسط
8.511	7.869	9.867	8.091	9.804	10.781	9.080	13.002	الحد الاقصى
6.838	6.329	7.385	4.906	5.671	5.432	5.239	5.890	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج المصرف الأردني الكويتي ومناقشتها

من خلال الجدول (37) نلاحظ نتائج مؤشر نسبة مضاعف حق الملكية للمصرف الأردني الكويتي اذ حقق اعلى معدل عام 2005 اذ بلغت (13.002) أي ان المصرف لديه مديونية منخفضة خلال عام 2005 فهو يعتمد على أموال المساهمين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2016 والتي تبلغ (5.890) مما يدل على قله اعتماد المصرف على أموال المساهمين و يعتمد على المديونية بصورة كبيرة في تمويل عملياته المصرفية.

2- تحليل نتائج المصرف الاستثماري ومناقشتها

عبر الجدول(37) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المضاعف وتفاوتها خلال مدة الدراسة للمصرف الاستثماري اذ كانت في سنة 2006 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (9.080) فيبدو ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليلة خلال العام في حين في سنة 2012 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (5.239) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

3- تحليل نتائج المصرف التجاري الاردني ومناقشتها

يمكننا الاطلاع من خلال الجدول (37) على نتائج مؤشر نسبة مضاعف حق الملكية للمصرف التجاري الاردني اذ حقق اعلى معدل عام 2015 اذ بلغت (10.781) أي ان المصرف لديه مديونية منخفضة خلال عام 2005 فهو يعتمد على أموال المساهمين بصورة كبيرة لتمويل انشطته المصرفية , بينما كان اقل قيمة للمؤشر في سنة 2005 والتي تبلغ (5.432) مما يدل على قله اعتماد المصرف على أموال المساهمين و يعتمد على المديونية بصورة كبيرة في تمويل عملياته المصرفية.

4- تحليل نتائج مصرف الاردن ومناقشتها

عبر الجدول(37) يمكننا الاطلاع على قيم مؤشر نسبة المضاعف وتفاوتها خلال مدة الدراسة لمصرف الاردن اذ كانت في سنة 2006 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (9.804) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليلة خلال العام في حين في سنة 2016 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (5.671) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

5- تحليل نتائج مصرف الإسكان ومناقشتها

يتضح من الجدول(37) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف لمصرف الإسكان اذ كانت في سنة2005 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (8.091) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2006 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (4.906) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005.

6- تحليل نتائج مصرف القاهرة عمان ومناقشتها

يتبين من الجدول(37) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف لمصرف القاهرة عمان اذ كانت في سنة2009 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (9.867) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2016 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (7.385) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية خلال المدة الأخيرة.

7- تحليل نتائج مصرف المؤسسة العربية ومناقشتها

ان الجدول(37) يوضح التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف لمصرف المؤسسة العربية اذ كانت في سنة2006 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (7.869) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2012 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (6.329) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية خلال المدة الأخيرة.

ث- تحليل مؤشر نسبة مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الكندية

يظهر في الجدول (38) نتائج تحليل مؤشر نسبة مضاعف حق الملكية للمصارف الكندية عينة الدراسة وخلال السلسلة الزمنية المعتمدة (2005-2019) وكذلك يظهر المتوسط لكل مصرف للمدة الزمنية للدراسة والمتوسط لكل سنة على حدة للمصارف عينة الدراسة ويظهر كذلك المتوسط العام لكل المصارف خلال سنوات الدراسة ويمثل المعدل المعياري المعتمد لمقارنة النتائج الاخرى وكما يأتي :

الجدول(38) مؤشر مضاعف حق الملكية لعينة المصارف الكندية

المتوسط	Scotia bank	BMO Financial Group	Royal Bank	TD Bank Group	السنة
18.926	7.799	21.230	23.657	23.018	2005
18.206	7.303	21.245	24.263	20.014	2006
18.873	7.247	23.959	24.565	19.722	2007
17.924	7.050	23.238	23.626	17.782	2008
14.431	6.352	19.233	17.747	14.391	2009
14.447	5.683	18.814	18.644	14.646	2010
14.777	5.266	17.983	19.146	16.714	2011
14.312	5.306	17.463	17.926	16.553	2012
14.149	5.371	17.067	17.383	16.776	2013
13.945	5.095	16.627	17.257	16.801	2014
13.559	4.879	16.082	16.799	16.476	2015
13.398	4.999	16.252	16.481	15.859	2016
13.524	4.792	15.998	16.296	17.010	2017
13.699	4.513	16.913	16.694	16.678	2018
13.639	4.648	16.685	17.087	16.138	2019
15.187	5.753	18.586	19.171	17.239	المتوسط
18.926	7.799	23.959	24.565	23.018	الحد الاقصى
13.398	4.513	15.998	16.296	14.391	الحد الادنى

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية المنشورة

1- تحليل نتائج TD Bank Group ومناقشتها

يتضح من الجدول(38) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف TD Bank Group اذ كانت في سنة 2005 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (23.018) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2009 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (14.391) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

2- تحليل نتائج Royal Bank ومناقشتها

يتبين من الجدول(38) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف Royal Bank اذ كانت في سنة 2007 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي

تبلغ (24.565) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2017 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (16.296) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية خلال المدة الأخيرة.

3- تحليل نتائج BMO Financial Group ومناقشتها

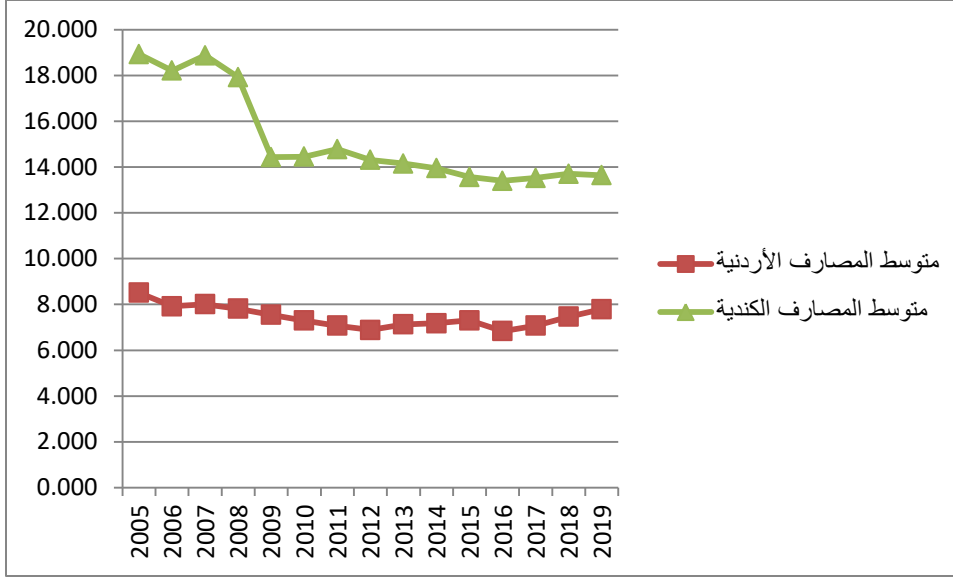
يتضح من الجدول(38) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف BMO Financial Group اذ كانت في سنة 2007 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (23.959) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2017 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (15.998) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005 .

4- تحليل نتائج Scotia bank ومناقشتها

يتضح من الجدول(38) التفاوت الحاصل في قيمة المضاعف خلال مدة الدراسة في قيم مؤشر نسبة المضاعف Scotia bank اذ كانت في سنة 2005 النسبة مرتفعة اكثر من بقية السنوات والتي تبلغ (7.799) اذ ان المصرف يعتمد على الديون بنسبه قليله خلال العام في حين في سنة 2018 كانت النسبة منخفضة اذ بلغت (4.513) أي ان المصرف زاد من اعتماده على الديون الخارجية بعد عام 2005.

ج- مقارنة متوسط مؤشر نسبة المضاعف للمصارف عينه الدراسة

يعرض الشكل(23) التحليل الواقعي لمتوسطات مؤشر نسبة المضاعف لعينة المصارف الأردنية وعينة المصارف الكندية عينه الدراسة للمدة (2005-2019) وكما مبين ادناه:



الشكل (23) متوسطات مؤشر نسبة المضاعف للمصارف عينه الدراسة

المصدر :- اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Excel

الشكل (23) أعلاه يبين نتائج التحليل للمصارف عينه الدراسة والتي تتباين في متوسطات مؤشر نسبة المضاعف من سنة الى أخرى والذي تعكس أيضا تفاوت وتباين أنشطة المصارف عينه الدراسة في ادارة أموال المودعين والمستثمرين.

ففي المصارف الأردنية نجد ان اعلى متوسط لمؤشر نسبة المضاعف كان في 2005 والتي يبلغ (8.511) مما يعني أن المصارف التي حققت نسب مرتفعة كمتوسط هي اقل مديونية من غيرها اذ تعتمد بصورة كبيرة على أموال المساهمين لتمويل استثماراتها أي من الممكن ان تتعرض لمخاطر اقل من المصارف الاخرى , اما ادنى متوسط للمؤشر كان في 2016 بقيمة (6.838) وهي اقل قيمة متوسط للمؤشر قياسا بباقي سنوات الدراسة مما يدل على زيادة المديونية في المصارف أي انها تعتمد على راس المال الخارجي اكثر من راس المال الممتلك وبالتالي تمتلك مخاطر اكبر.

اما بالنسبة للمصارف اللبنانية فان اعلى متوسط لمؤشر نسبة المضاعف تحققت في 2005 والذي تبلغ (18.926) بسبب اعتمادها على أموال المساهمين بنسبه كبيره في هذه السنة , وبدأت تنخفض نسبة متوسط النسبة حتى وصلت الى (13.398) ادنى نسبة وكانت في سنة 2016 مما يدل على انخفاض اعتماد المصارف على الدين الممتلك لتمويل موجوداتها .

المبحث الرابع

اختبار فرضيات الدراسة

هدف الباحث اختبار فرضية الدراسة الرئيسية وما تفرع عنها من فرضيات فرعية ولكلا العينتين المصرفيين المعتمدين في الدراسة . لقد نصت الفرضية الرئيسية للدراسة على الاتي :

الفرضية الرئيسية الأولى :

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف

(H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف

الفرضية الرئيسية الثانية

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والاداء المالي للمصرف

(H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمصرف

الفرضية الرئيسية الثالثة

(H0) لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء المالي للمصرف وسمعته

(H1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء المالي للمصرف وسمعته.

الفرضية الرئيسية الرابعة

(H0) لا يتوسط الأداء المالي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين سمعة المصرف.

(H1) يتوسط الأداء المالي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وتحسين سمعة المصرف.

لقد استخدم الباحث لتحليل علاقات الارتباط معامل الارتباط (Pearson) ومن خلال البرنامج الاحصائي (SPSS V.23)، وتحليل تأثير المتغير الوسيط تم استخدام البرنامج الاحصائي (JASP) . (0.15)

أولاً: اختبار فرضيات الدراسة لمصارف اردنية

اختبار الفرضية الرئيسة الأولى :

يتضمن الجدول (39) ادناه اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

جدول(39) اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

القيمة السوقية الى القيمة الدفترية	السعر الى الربح	القيمة السوقية	عائد المساهمين	المتغير التابع المتغير المستقل
-0.378-	0.507	*0.612	0.213	المسؤولية الاجتماعية

المصدر : اعداد الباحث

*معنوي بمستوى 5%

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط موجبة و دالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.612) وهي دالة بمستوى (5%). اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية و عائد المساهمين والسعر الى الربح فكانت علاقات إيجابية الا انها غير دالة احصائيا. وبالنسبة للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية الى الدفترية فقد كانت سالبة وغير دالة احصائيا. عليه يستدل الباحث على عدم رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للفرضية الرئيسة الأولى بالنسبة لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بكل من (عائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية)، ورفض فرضية العدم ، وقبول فرضية الوجود (H1) بالنسبة للفرضية الرئيسة الأولى فيما يخص علاقة المسؤولية الاجتماعية بالقيمة السوقية.

اختبار الفرضية الرئيسة الثانية :

يتضمن الجدول (40) ادناه اختبار الفرضية الرئيسة الثانية

جدول(40) اختبار الفرضية الرئيسة الثانية

مضاعف حق الملكية	نسبة المديونية	القوة الايراضية	ROE	ROA	النقد الى الموجودات	الاحتياطي القانوني	الرصيد النقدي	المتغير التابع المتغير المستقل
0.130	0.102-	0.095	0.087	0.081	0.184-	0.064	0.178-	المسؤولية الاجتماعية

المصدر : اعداد الباحث

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط موجبة وغيردالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية وكل من (الاحتياطي القانوني وROA وROE والقوة الايرادية ومضاعف حق الملكية، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.064، 0.081، 0.087، 0.095، 0.130). اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية الرصيد النقدي والنقد الى الموجودات ونسبة المديونية فكانت علاقات سلبية الا انها غير دالة احصائيا، اذ بلغت على التوالي (-0.178، 0.184، 0.102). عليه يستدل الباحث على عدم رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للفرضية الرئيسية الثانية وهذا يعني (عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي للمصرف).

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة :

يتضمن الجدول (41) ادناه اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

جدول(41) اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

مضاعف حق الملكية	نسبة المديونية	القوة الايرادية	ROE	ROA	النقد الى الموجودات	الاحتياطي القانوني	الرصيد النقدي	المتغير المستقل المتغير التابع
0.187	-0.109-	0.367	0.303	0.325	0.172	0.228	0.149	عائد المساهمين
-0.245-	0.112	0.162	0.064	0.115	-0.015-	-0.112-	-0.042-	القيمة السوقية
0.439	0.203	0.365	0.440	0.403	0.277	0.509	0.296	السعر الى الربح
0.147	0.289	0.022	0.022	-0.018-	0.277	0.047	0.262	القيمة السوقية الى القيمة الدفترية

المصدر : اعداد الباحث

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط بين ابعاد الأداء المالي وباقي ابعاد السمعة للمصرف فقد تنوعت بين الموجبة والسالبة ، وان كانت باجمعا غير معنوية. عليه يستدل الباحث على عدم رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للفرضية الرئيسية الثانية وهذا يعني (عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء المالي للمصرف وسمعته).

اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة:

لقد تفرع عن الفرضية أعلاه الفرضيات الفرعية الاتية :

1- الفرضية الفرعية الأولى

(H0) لا تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (42) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

جدول (42) اختبار الفرضية الفرعية الأولى

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	التأثير المباشر ومستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد أعلى	حد أدنى					
440	208-	115 (0.48)	222 (0.008)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة الرصيد النقدي	المسؤولية الاجتماعية
1.53	2.60-	0.55- (0.61)	3.94 (0.33)	عائد المساهمين		
1.24E+10	-4.39E+09	-1.59E+08 (0.81)	8.03E+09 (0.02)	القيمة السوقية		
67	135-	34.1- (0.51)	277 (0.004)	السعر الى الربح		
1940	3418-	739- (0.59)	7056- (0.14)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الآتي :

1- بوجود نسبة الرصيد النقدي هناك معنوية للتأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج ، اذ بلغت قيمة التأثير (222) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (277) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (8.03E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة الرصيد النقدي معنوياً عند مستوى (1% او 5%) ، حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للاختبار، الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف)، علماً ان توسط نسبة الرصيد النقدي أدى في اغلب الحالات الى جعل العلاقة غير المباشرة سلبية بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

2- الفرضية الفرعية الثانية

(H0) لا يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (43) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

جدول(43) اختبار الفرضية الفرعية الثانية

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	التأثير المباشر ومستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
278	358-	40- (0.80)	337 (0.001)	عمر المصرف وعمر الادراج	الاحتياطي القانوني	المسؤولية الاجتماعية
2.02	1.58-	0.22 (0.81)	3.17 (0.42)	عائد المساهمين		
2.47E+09	-2.4E+09	-1.2E+08 (0.74)	8.00E+09 (0.02)	القيمة السوقية		
131	101-	15 (0.80)	228 (0.01)	السعر الى الربح		
1060	872-	94 (0.59)	7890- (0.11)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- مع وجود الاحتياطي القانوني توجد معنوية للتأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج، اذ بلغت قيمة التأثير (337) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%) . فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (228) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%) . اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (8.00E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%) . فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط الاحتياطي القانوني معنويا عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف).

3- الفرضية الفرعية الثالثة

(H0) لا تتوسط نسبة النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (44) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

جدول(44) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	التأثير المباشر ومستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
450	207-	120 (0.47)	217 (0.006)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة النقدية للموجودات	المسؤولية الاجتماعية
1.61	2.89-	0.64- (0.58)	4.03 (0.31)	عائد المساهمين		
1.09E+09	-6.9E+09	-2.4E+08 (0.74)	8.11E+09 (0.01)	القيمة السوقية		
64	132-	34- (0.50)	277 (0.005)	السعر الى الربح		
2003	3630-	813- (0.57)	6982- (0.15)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج بوجود نسبة النقدية للموجودات، اذ بلغت قيمة التأثير (217) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%) . فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (277) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%) . اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (8.11E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%) . فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.
- 2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة النقدية للموجودات معنويا عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا يتوسط النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف) . ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة النقدية للموجودات كان سلبيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت سلبا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

4- الفرضية الفرعية الرابعة

(H0) لا تتوسط نسبة العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (45) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

جدول (45) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	و مستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
283	391-	55- (0.45)	319 (0.001)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة العائد على الموجودات	المسؤولية الاجتماعية
2.96	2.16-	0.400 (0.76)	3 (0.43)	عائد المساهمين		
2.5E+09	-2.1E+09	6.9E+08 (0.41)	7.8E+09 (0.06)	القيمة السوقية		
103	75-	14 (0.75)	292 (0.018)	السعر الى الربح		
6335	4690-	22 (0.69)	7817- (0.07)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- مع وجود نسبة العائد على الموجودات ، هناك تأثير معنوي مباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج، اذ بلغت قيمة التأثير (319) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (292) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (7.8E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (6%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة العائد على الموجودات معنويا عند مستوى (1% او 5%). حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للاختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط نسبة العائد

على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة العائد على للموجودات كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

5- الفرضية الفرعية الخامسة

(H0) لا تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف يبين

الجدول (46) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة.

جدول (46) اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	و مستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
283	-401-	59- (0.73)	396 (0.001)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة العائد على حق الملكية	المسؤولية الاجتماعية
2.790	-2-	0.39 (0.75)	3 (0.43)	عائد المساهمين		
3.85E+0 9	-2.5E+09-	1.17E+07 (0.52)	7.86E+09 (0.07)	القيمة السوقية		
114	-81-	17 (0.74)	226 (0.017)	السعر الى الربح		
1117	-919-	99 (0.85)	7893- (0.11)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- بوجود نسبة العائد على حق الملكية نلاحظ معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج، اذ بلغت قيمة التأثير (396) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (226) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (7.86E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (7%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة العائد على حق الملكية معنويا عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة العائد على الموجودات كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

6- الفرضية الفرعية السادسة

(H0) لا تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (47) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

جدول (47) اختبار الفرضية الفرعية السادسة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	التأثير المباشر ومستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
3.42	-2.36-	0.53 (0.72)	2.84 (0.45)	عائد المساهمين		
5.58E+09	-2.1E+09	1.28E+08 (0.38)	7.74E+09 (0.07)	القيمة السوقية		
94	-65-	14 (0.72)	228 (0.02)	السعر الى الربح		
8572	-2603-	112 (0.50)	7907- (0.09)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- مع وجود القوة الايرادية كمتغير وسيط نلاحظ ان قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح بلغت (228) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (7.74E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (7%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط القوة الايرادية معنويا عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط القوة الايرادية كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

7- الفرضية الفرعية السابعة

(H0) لا تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (48) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية السابعة

جدول (48) اختبار الفرضية الفرعية السابعة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	و مستوى مغنويته التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
359	-239-	60 (0.69)	277 (0.008)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة المديونية	المسؤولية الاجتماعية
1.21	-0.93-	0.14 (0.79)	3.25 (0.42)	عائد المساهمين		
2.04E+09	-5.1E+09	-2.3E+08 (0.85)	8.1E+09 (0.008)	القيمة السوقية		
53	-78-	12.5- (0.71)	255 (0.01)	السعر الى الربح		
2042	-9604-	530- (0.67)	7246- (0.12)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- حققت المسؤولية الاجتماعية بوجود نسبة المديونية تأثير مباشر معنوي في عمر المصرف وعمر الادراج، اذ بلغت قيمة التأثير (277) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (255) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة

السوقية فقد بلغ (7.1E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة المديونية معنوياً عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة المديونية كان سلبياً، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت سلباً على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

8- الفرضية الفرعية الثامنة

(H0) لا يتوسط مضاعف الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) يتوسط مضاعف الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (49) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

جدول (49) اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	ومتوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
192	-326-	67- (0.61)	404 (0.002)	عمر المصرف وعمر الادراج	مضاعف حق الملكية	المسؤولية الاجتماعية
1.98	-1.31-	0.34 (0.69)	3.05 (0.44)	عائد المساهمين		
1.79E+09	-6.5E+09	-5.5E+08 (0.45)	8.43E+09 (0.008)	القيمة السوقية		
118	-70-	24 (0.62)	219 (0.02)	السعر الى الربح		
2940	-1870-	535 (0.62)	8330- (0.08)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الآتي :

1- بوجود مضاعف حق الملكية نلاحظ معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج، إذ بلغت قيمة التأثير (404) إذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في نسبة السعر الى الربح (219) وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%). أما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (8.43E+09) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة المديونية معنويًا عند مستوى (1% او 5%). حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا يتوسط مضاعف حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة المديونية كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

ثانيا: اختبار فرضيات الدراسة لعينة المصارف الكندية

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :

يتضمن الجدول (50) ادناه اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

جدول(50) اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

القيمة السوقية الى القيمة الدفترية	السعر الى الربح	القيمة السوقية	عائد المساهمين	المتغير التابع المتغير المستقل
-0.001-	-0.364-	**0.805-	0.184	المسؤولية الاجتماعية

المصدر : اعداد الباحث

**معنوي بمستوى 1%

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط سالبة و دالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية إذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (-0.805) وهي دالة بمستوى (1%). أما علاقة الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية فكانت

علاقات غير دالة احصائيا. عليه يستدل الباحث على رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى بالنسبة لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالقيمة السوقية، وعدم رفض فرضية العدم بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى فيما يخص علاقة المسؤولية الاجتماعية بعائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية :

يتضمن الجدول (51) ادناه اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

جدول (51) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

مضاعف حق الملكية	نسبة المديونية	القوة الايرادية	ROE	ROA	النقد الى الموجودات	الاحتياطي القانوني	الرصيد النقدي	المتغير التابع المتغير المستقل
**0.649	**0.718	0.202	0.476	0.334	0.195-	0.395	0.236-	المسؤولية الاجتماعية

المصدر : اعداد الباحث

**معنوي بمستوى 1%

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية وكل من نسبة المديونية ومضاعف حق الملكية اذ بلغت علاقة الارتباط بينهما (0.718 و 0.649) وهي علاقة معنوية عند مستوى (1%). اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية والاحتياطي القانوني و ROA و ROE والقوة الايرادية فقد كانت إيجابية ولكنها غير معنوية ، اذ بلغت على التوالي (0.334، 0.395، 0.202، 0.474، 0،). اما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والرصيد النقدي والنقد الى الموجودات فقد كانت علاقة سلبية وغير معنوية . عليه يستدل الباحث على رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بكل من نسبة المديونية ومضاعف حق الملكية ، وعدم رفض فرضية العدم فيما يخص الابعاد الأخرى.

اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة :

يتضمن الجدول (52) ادناه اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

جدول(52) اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

مضاعف حق الملكية	نسبة المديونية	القوة الايرادية	ROE	ROA	النقد الى الموجودات	الاحتياطي القانوني	الرصيد النقدي	المتغير المستقل المتغير التابع
0.399	0.499	**0.700	*0.582	**0.701	0.495-	0.138	*0.595-	عائد المساهمين
**0.778-	**0.856-	*0.538-	*0.621-	*0.532-	0.348	0.475-	0.479	القيمة السوقية
0.305-	0.254-	0.058	0.123-	0.063-	*0.529	0.231-	0.306	السعر الى الربح
0.381	0.418	*0.574	**0.659	0.464	0.025	0.285-	0.251-	القيمة السوقية الى القيمة الدفترية

المصدر : اعداد الباحث

**معنوي بمستوى 1%

*معنوي بمستوى 5%

يتضح من الجدول أعلاه ما يلي :

- 1- وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة احصائيا بين عائد المساهمين وابعاد (ROA و ROE والقوة الايرادية)، فيما كانت العلاقة سلبية ودالة احصائيا بين عائد المساهمين والرصيد النقدي مما يعني رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للابعاد أعلاه وعدم رفضها بالنسبة لباقي ابعاد الأداء المالي.
- 2- وجود علاقة ارتباط سالبة ودالة احصائيا بين القيمة السوقية وابعاد (ROA و ROE والقوة الايرادية ونسبة المديونية ومضاعف حق الملكية)، مما يعني رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للابعاد أعلاه وعدم رفضها بالنسبة لباقي ابعاد الأداء المالي.
- 3- وجود علاقة ارتباط موجبه ودالة احصائيا بين السعر الى الربح والنقد الى الموجودات، مما يعني رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للبعد أعلاه وعدم رفضها بالنسبة لباقي ابعاد الأداء المالي.
- 4- وجود علاقة ارتباط موجبه ودالة احصائيا بين القيمة السوقية الى القيمة الدفترية وكل من ROE والقوة الايرادية ، مما يعني رفض فرضية العدم (H0) بالنسبة للبعدين أعلاه وعدم رفضها بالنسبة لباقي ابعاد الأداء المالي.

اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة:

لقد تفرع عن الفرضية أعلاه الفرضيات الفرعية الآتية :

1- الفرضية الفرعية الأولى

(H0) لا تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (53) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

جدول (53) اختبار الفرضية الفرعية الأولى

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	و مستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد ادنى	حد اعلى					
2	0.75-	0.62 (0.37)	0.21 (0.82)	عائد المساهمين		
4.68E+13	-2.9E+14	9.43E+13 (0.22)	-9.6E+14 (0.001)	القيمة السوقية		
13	26-	6- (0.50)	38- (0.20)	السعر الى الربح		
6.55E+15	-1.2E+14	1.18E+15 (0.13)	-1.2E+15 (0.77)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الآتي :

1- بوجود نسبة الرصيد النقدي فان التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-9.6E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية والسعر الى الربح بوجود نسبة الرصيد النقدي غير معنوية.

2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة الرصيد النقدي معنوياً عند مستوى (1% او 5%) ، حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للاختبار. الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط نسبة الرصيد النقدي

العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف)، علما ان توسط نسبة الرصيد النقدي أدى في اغلب الحالات الى جعل العلاقة غير المباشرة موجبة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

2- الفرضية الفرعية الثانية

(H0) لا يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (54) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

جدول(54) اختبار الفرضية الفرعية الثانية

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	مستوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
1.11	0.84-	0.14 (0.78)	0.69 (0.58)	عائد المساهمين		
1.06E+12	-3.6E+14	-9.6E+13 (0.10)	-9.6E+14 (0.002)	القيمة السوقية		
20	30-	5- (0.70)	40- (0.21)	السعر الى الربح		
9.78E+13	-7.5E+15	-2.5E+15 (0.13)	2.49E+15 (0.77)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- مع وجود الاحتياطي القانوني فان التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-9.6E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.
- 2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط الاحتياطي القانوني معنويا عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف).

3- الفرضية الفرعية الثالثة

(H0) لا تتوسط نسبة النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (55) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

جدول(55) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	ومتوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
31	53-	11- (0.61)	344- (0.001)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة النقدية للموجودات	المسؤولية الاجتماعية
19	-42	0.42 (0.74)	041 (0.40)	عائد المساهمين		
7.07E+13	-3.2E+14	-5.1E+13 (0.32)	-1E+15 (0.004)	القيمة السوقية		
64	132-	11- (0.46)	34- (0.20)	السعر الى الربح		
1.72E+15	-7.1E+15	9.54E+13 (0.82)	7.17E+13 (0.90)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج بوجود نسبة النقدية للموجودات، اذ بلغت قيمة التأثير (344-) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (1E+15-) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%). فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.
- 2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة النقدية للموجودات معنويا عند مستوى (1% او 5%). حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للاختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا يتوسط النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير

المباشر لتوسط نسبة النقدية للموجودات كان سلبيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت سلبا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

4- الفرضية الفرعية الرابعة

(H0) لا تتوسط نسبة العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (56) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

جدول (56) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	ومتوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
2-	200-	69 (0.08)	286- (0.001)	عمر المصرف وعمر الادراج	نسبة العائد	المسؤولية الاجتماعية
289	0.008	1.08 (0.09)	256- (0.86)	عائد المساهمين		
2.6E+12	-4E+14	-1.3E+14 (0.10)	-9.2E+14 (0.001)	القيمة السوقية		
32	13-	2.71 (0.51)	47- (0.34)	السعر الى الربح		
1.11E+16	-6.1E+11	3.3E+15 (0.10)	-3.3E+15 (0.62)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- مع وجود نسبة العائد على الموجودات ، هناك تأثير معنوي مباشر للمسؤولية الاجتماعية في عمر المصرف وعمر الادراج، اذ بلغت قيمة التأثير (319) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%) . اما التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-9.2E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%) . فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.
- 2- كان التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط عمر المصرف وعمر الادراج وعائد المساهمين معنويا عند مستوى (8% او 9%) . حيث ان قيمة (صفر) لا تتوسط الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد برفض فرضية العدم ، بمعنى (تتوسط نسبة

العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وعمر المصرف وعمر الادراج وعائد المساهمين). وعدم رفض فرضية العدم لما سواها، ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة العائد على للموجودات كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

5- الفرضية الفرعية الخامسة

(H0) لا تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (57) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

جدول (57) اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	التأثير المباشر ومستوى معنويته	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
3	0.25-	137 (0.10)	0.54- (0.61)	عائد المساهمين		
-6.6E+13	-5.4E+14	-1.9E+14 (0.02)	-8.6E+14 (0.003)	القيمة السوقية		
35	-28-	3.84 (0.81)	49- (0.15)	السعر الى الربح		
1.46E+16	2.41E+15	7.66E+15 (0.02)	-7.7E+15 (0.20)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- بوجود نسبة العائد على حق الملكية نلاحظ التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-8. 6E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.
- 2- كان التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في كل من القيمة السوقية والقيمة السوقية الى الدفترية معنويا عند مستوى (5%) . حيث ان قيمة (صفر) لم تتوسط الحدين الأعلى والادنى للاختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد برفض فرضية العدم ، بمعنى (تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية والقيمة السوقية الى الدفترية). فيما لا يمكن رفض

فرضية العدم بالنسبة لباقي الابعاد. ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة العائد على الموجودات كان ايجابيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

6- الفرضية الفرعية السادسة

(H0) لا تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (58) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

جدول(58) اختبار الفرضية الفرعية السادسة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	مستوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
2.23	0.09-	0.63 (0.15)	0.200 (0.90)	عائد المساهمين		
3.12E+13	-3.7E+14	-1E+14 (0.19)	-9.5E+14 (0.001)	القيمة السوقية		
26	-1.47-	3.42 (0.22)	49- (0.25)	السعر الى الربح		
1.02E+16	-2.3E+14	2.28E+15 (0.15)	-2.3E+15 (0.70)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

- 1- مع وجود القوة الايرادية كمتغير وسيط نلاحظ التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-9.5E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.
- 2- لم يكن التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط القوة الايرادية معنوياً عند مستوى (1% او 5%) . حيث ان قيمة (صفر) توسطت الحدين الأعلى والادنى للاختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد بعدم رفض فرضية العدم ، بمعنى (لا تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير غير المباشر لتوسط القوة

الايراداية كان ايجابيا، الامر الذي يوشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت ايجابا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

7- الفرضية الفرعية السابعة

(H0) لا تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (59) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية السابعة

جدول(59) اختبار الفرضية الفرعية السابعة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	ومتوى معنوية التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
474	0.161	2.45 (0.03)	1.62- (0.24)	عائد المساهمين		
<u>-3.3E+14</u>	<u>-8.8E+14</u>	<u>-5.4E+14</u> (0.004)	<u>-5.2E+14</u> (0.03)	القيمة السوقية		
61	-59-	1.32 (0.97)	46- (0.28)	السعر الى الربح		
1.97E+16	3.16E+15	1.17E+16 (0.06)	-1.2E+16 (0.07)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- حققت المسؤولية الاجتماعية بوجود نسبة المديونية تأثير مباشر معنوي في القيمة السوقية ، اذ بلغت قيمة التأثير (-5.2E+14) اذا ازدادت المسؤولية الاجتماعية بمقدار وحدة واحدة ، وهو تأثير معنوي عند مستوى (5%) . فيما بلغت قيمة التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية الى الدفترية (-1.2E+16) وهو تأثير معنوي عند مستوى (7%) . فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وباقي المؤشرات معنوية.

2- كان التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في سمعة المصرف بتوسط نسبة المديونية معنويا عند مستوى (1% او 6%) . حيث ان قيمة (صفر) لم تتوسط الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد برفض فرضية العدم ، بمعنى (تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). فيما لا يتم رفض فرضية العدم بالنسبة لباقي الابعاد ويلاحظ أيضا ان

معظم التأثير غير المباشر لتوسط نسبة المديونية كان سلبيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت سلبا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

8- الفرضية الفرعية الثامنة

(H0) لا يتوسط مضاعف الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

(H1) يتوسط مضاعف الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

يبين الجدول (60) ادناه نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

جدول (60) اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

حدود الثقة 95%		التأثير غير المباشر	ومتوى معنوي التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل
حد اعلى	حد ادنى					
3.38	-0.55-	1.32 (0.15)	0.59- (0.67)	عائد المساهمين		
-1.6E+14	-7.2E+14	-3.7E+14 (0.01)	-6.8E+14 (0.008)	القيمة السوقية		
40	-60-	9.55- (0.70)	36- (0.36)	السعر الى الربح		
1.73E+16	6.1E+13	8.09E+15 (0.09)	-8.1E+15 (0.20)	السوقية الى الدفترية		

المصدر : اعداد الباحث

يتبين من الجدول أعلاه الاتي :

1- بوجود مضاعف حق الملكية نلاحظ التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد بلغ (-6.8E+14) وهو تأثير معنوي عند مستوى (1%)، فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.

2- كان التأثير غير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية والقيمة السوقية الى الدفترية بتوسط نسبة المديونية معنويا عند مستوى (1% او 5% و9%) . حيث ان قيمة (صفر) لم تتوسط الحدين الأعلى والادنى للأختبار الامر الذي يدفع الباحث الى الاعتقاد برفض فرضية العدم ، بمعنى (يتوسط مضاعف حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف). ويلاحظ أيضا ان معظم التأثير

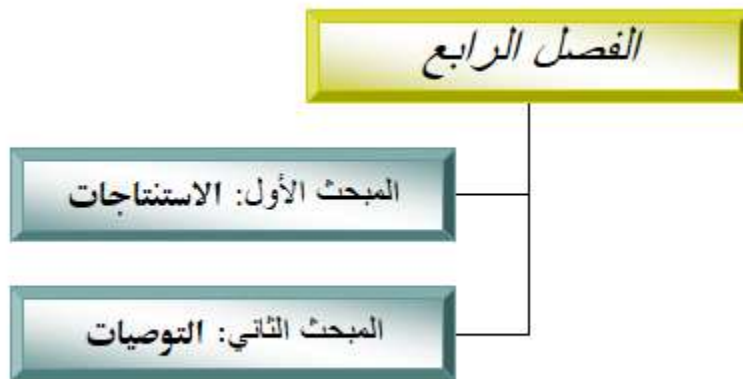


غير المباشر لتوسط نسبة المديونية كان سلبيا، الامر الذي يؤشر انه كلما زادت هذه النسبة كلما اثرت سلبا على العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.



الاستنتاجات و التوصيات

قدمت هذه الدراسة محاولة منهجية في تشخيص وتحليل مجموعة من المتغيرات متمثلة بالمسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف والأداء المالي , واعتماداً على ما أفضت إليه نتائج اختبار أنموذج الدراسة وفرضياتها , وبموجب ما تقدم من نتائج الدراسة يمكن استخلاص أهم الاستنتاجات وصولاً إلى وضع التوصيات والمقترحات المناسبة وسيعرض هذا الفصل ضمن مبحثين هما :-



المبحث الأول

الاستنتاجات

يتضمن هذا المبحث أهم الاستنتاجات التي توصلت اليها الدراسة اذ توصلت الدراسة

الى الاستنتاجات الآتية:

أولاً:- الاستنتاجات المتعلقة بالتحليل المالي للمسؤولية الاجتماعية للمصارف عينة الدراسة

أ- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الأردنية:-

1- ان المصارف عينة الدراسة تتفاوت في نسبة المسؤولية الاجتماعية من سنة الى أخرى والذي عكس أيضاً تفاوت وتباين المصارف عينة الدراسة في رغبتها وقدرتها في دعم الأنشطة الاجتماعية فيما يخص المجتمع الخارجي والبيئة والصحة والتعليم.

2- بدأت تظهر رغبة إدارة المصارف لدعم الموظف وتطوير إمكاناته من اجل الحصول على افضل ما لديه من قدرات.

3- المصارف الأردنية أبدت ورغبتها في دعم الأنشطة الاجتماعية بكافة أنواعها سواءا كانت صحية او بيئية او اجتماعية سواءا في داخل المجتمع المحلي المحيط بالمصرف او المجتمع خارج حدود البلد الام كما في دعم الشعب الفلسطيني.

ب- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الكندية:-

1- تفاوت متوسط اجمالي المسؤولية الاجتماعية للمصارف الكندية مما يشير الى ان المصارف اذ كلما زادت مشاركة المصارف في خدمة المجتمع انعكس ذلك على ربحيتها اذ تزداد أيضاً وبنفس الوقت تزداد المبالغ المنفقة على المسؤولية الاجتماعية ولكن تبقى الزيادة بوتيرة اقل مهما زادت.

2- ترى إدارة المصرف بان أساس عملها واستمرار بقائها وتزايد ربحيتها وسمعتها مرهون بملاكها الوظيفي اذ كلما كان الموظف مرتاح في عمله ويشعر بأهميته وثقله وانه عنصر مؤثر في خطة العمل كلما اصبح مبدع اكثر .

3- تساهم المصارف الكندية بنشاط في الحوار العالمي لمعالجة قضايا تغير المناخ التي تركز على مخاطر المناخ في الإقراض والاستثمار والتأمين وكذلك تعمل المصارف على توفير الإعانات



الفصل الرابع:- الاستنتاجات و التوصيات



والتبرعات ليس فقط الى المجتمع المحلي وانما لدول الخارج مثل الولايات المتحدة وغيرها من الدول التي تكون بحاجة للتبرعات لمعالجة الفقر او اللاجئين.

ثانيا:- الاستنتاجات المتعلقة بالتحليل المالي لسمعة المصارف عينة الدراسة

أ- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الأردنية:-

- 1- بالنسبة لعائد المساهمين للمصارف الأردنية عينة الدراسة خلال المدة والذي يبين الأداء المالي الجيد نوعا لكن بنسبة اقل من المصارف الكندية عينة الدراسة من خلال المقارنة بين العينتين.
- 2- بسبب التحديات التي تواجه الاقتصاد الأردني بصورة خاصة والاقتصاد العربي بصورة عامة فان المصارف بقيت تحقق نسب نمو مقبولة لكن بصور اقل من المصارف الكندية.

ب- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الكندية:-

- 1- ان إدارة المصارف عينة الدراسة حريصة على ان يكون اداءها المالي عالي بالتالي تزداد الأرباح المتحققة والتي ينعكس إيجابيا على ربحية السهم العائدة للمساهم وبالتالي أصبحت هذه المصارف ذا سمعه افضل .
- 2- نتيجة النشاط الاقتصادي المتميز للمصارف الكندية خلال مدة الدراسة أدى ذلك الى ارتفاع ربحية السهم وبالتالي ارتفاع سعر السهم بالتالي زيادة القيمة السوقية لتصل الى اعلى قيمة خلال الخمسة عشر سنة.

ثالثا:- الاستنتاجات المتعلقة بالتحليل المالي لمؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة الدراسة

أ- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الأردنية:-

- 1- ان المصارف الأردنية لديها نسبة السيولة عالية بالتالي تكون اكثر قدرة على مواجهة سحبات المودعين المفاجئة .
- 2- ان المصارف الأردنية فانها تعتمد على أموال المساهمين بنسبه اقل في عملها بسبب الوضع السياسي والاقتصاد الغير المستقر وكذلك الثقة والوعي لدى المجتمع الاردني في النظام المصرفي قليلة لذا تعتمد بصورة اكبر على الأموال المملوكة في عملها .

ب- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الكندية:-

- 1- ان متوسطات مؤشر السيولة في المصارف الكندية قليلة ويدل ذلك على ان المصارف الكندية تحتفظ بمبالغ نقدية قليلة وتستثمر الجزء الأكبر في الاستثمارات المتنوعة وذلك كون الظروف السياسية والاقتصادية شبه مستقرة فيها افضل من العالم العربي بكثير .
- 2- بالنسبة للمصارف الكندية فانها تعتمد على أموال المساهمين بنسبه كبيره في عملها بسبب الوضع السياسي والاقتصاد المستقر نوعا ما وكذلك الثقة والوعي لدى المجتمع الكندي في النظام المصرفي اكبر .

رابعا:- الاستنتاجات المتعلقة باختبار الفرضيات للمصارف عينة الدراسة

أ- الاستنتاجات المتعلقة باختبار الفرضيات للمصارف الاردنية

- 1- فيما يتعلق بالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف يتضح من خلال نتائج التحليل الوصفي وجود علاقة ارتباط موجبة و دالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية و عائد المساهمين والسعر الى الربح فكانت علاقات إيجابية الا انها غير دالة احصائيا. وبالنسبة للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية الى الدفترية فقد كانت سالبة وغير دالة احصائيا أي كلما زادت المصارف من مساهماتها في الأنشطة الاجتماعية كلما زادت سمعتها المصرفية.
- 2- يتبين من خلال التحليل الوصفي لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي وجود علاقة ارتباط موجبة وغير دالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية وكل من الاحتياطي القانوني وROA وROE والقوة الأيرادية ومضاعف حق الملكية أي كلما زادت المصارف من انفاقها على الأنشطة الاجتماعية زادت سمعتها مما يزيد من اقبال الزبائن للتعامل معها بالايدياع او الاستثمار, اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية والرصيد النقدي والنقد الى الموجودات ونسبة المديونية فكانت علاقات سلبية وذلك كون المسؤولية الاجتماعية هي نفقات لذا تقلل وتسحب من النقدية لذلك كلما زادت المصارف من انفاقها على المسؤولية الاجتماعية كلما انخفضت النقدية لدى المصرف.
- 3- اما فيما يتعلق بالعلاقة بين الأداء المالي للمصارف الأردنية وسمعتها فقد تنوعت بين الموجبة والسالبة وان كانت بأجمعها غير معنوية. عليه يتضح عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الأداء المالي للمصرف وسمعته.

ب- الاستنتاجات المتعلقة بالمصارف الكندية:-

1- فيما يتعلق بالعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف يتضح من خلال نتائج التحليل الوصفي للمصارف الكندية وجود علاقة ارتباط سلبية و دالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية اما علاقة الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية فكانت علاقات غير دالة احصائيا وذلك كون المصارف الكندية تتفق مبالغ كبيرة على الأنشطة الاجتماعية مما يقلل من ربحيتها المتحققة مما يؤثر على سمعتها من ناحية الأرباح بصورة عكسية لان المساهم همم الأكبر تحقيق الربح .

2- يتبين من خلال التحليل الوصفي لعلاقة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة احصائيا بين المسؤولية الاجتماعية وكل من نسبة المديونية ومضاعف حق الملكية اما علاقات الارتباط بين المسؤولية الاجتماعية والاحتياطي القانوني و ROA و ROE والقوة الايرادية فقد كانت ايجابية ولكنها غير معنوية اما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والرصيد النقدي والنقد الى الموجودات فقد كانت علاقة سلبية وغير معنوية وذلك بسبب كون المساهمة بخدمة المجتمع يتم من خلال الانفاق الذي يقلل من السيولة المصرفية فكلما زاد الانفاق انخفضت النقدية المتوفرة لدى المصرف .

3- اما فيما يخص العلاقة بين الأداء المالي للمصارف الكندية وسمعتها فيتضح مايلي :-

أ- وجود علاقة ارتباط موجبة ودالة احصائيا بين عائد المساهمين وابعاد (ROA و ROE والقوة الايرادية فيما كانت العلاقة سلبية ودالة احصائيا بين عائد المساهمين والرصيد النقدي.

ب- وجود علاقة ارتباط سلبية ودالة احصائيا بين القيمة السوقية وابعاد ROA و ROE والقوة الايرادية ونسبة المديونية ومضاعف حق الملكية.

ت- وجود علاقة ارتباط موجبه ودالة احصائيا بين السعر الى الربح والنقد الى الموجودات.

ث- وجود علاقة ارتباط موجبه ودالة احصائيا بين القيمة السوقية الى القيمة الدفترية وكل من ROE والقوة الايرادية.

4- اما بالنسبة لتوسط الأداء المالي المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف يتبين مايلي:-

أ- بوجود نسبة الرصيد النقدي هناك معنوية للتأثير المباشر في القيمة السوقية وهو تأثير معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين

الفصل الرابع:- الاستنتاجات والتوصيات

والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية والسعر الى الربح بوجود نسبة الرصيد النقدي غير معنوية.

ب- لا تتوسط نسبة الرصيد النقدي العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف علما ان توسط نسبة الرصيد النقدي أدى في اغلب الحالات الى جعل العلاقة غير المباشرة موجبة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

ت- مع وجود الاحتياطي القانوني توجد معنوية للتأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية فقد كان تأثير معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والسعر الى الربح والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية معنوية.

ث- لا يتوسط الاحتياطي القانوني العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

ج- لا يتوسط النقدية للموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

ح- مع وجود نسبة العائد على الموجودات هناك تأثير معنوي مباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية هو تأثير معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.

خ- تتوسط نسبة العائد على الموجودات العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين .

د- بوجود نسبة العائد على حق الملكية نلاحظ معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية هو تأثير معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.

ذ- تتوسط نسبة العائد على حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة السوقية والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية.

ر- مع وجود القوة الايرادية كمتغير وسيط نلاحظ معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية هو تأثير معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.

ز- لا تتوسط القوة الايرادية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

س- حققت المسؤولية الاجتماعية بوجود نسبة المديونية تأثير مباشر معنوي في القيمة السوقية فيما كان التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية في القيمة السوقية الى القيمة الدفترية هو تأثير



معنوي فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية الاجتماعية وباقي المؤشرات معنوية.

ش- تتوسط نسبة المديونية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

ص- بوجود مضاعف حق الملكية نلاحظ معنوية التأثير المباشر للمسؤولية الاجتماعية

في القيمة السوقية هو تأثير معنوي , فيما لم تكن العلاقة المباشرة بين كل من المسؤولية

الاجتماعية وعائد المساهمين والقيمة السوقية الى القيمة الدفترية والسعر الى الربح معنوية.

ض- يتوسط مضاعف حق الملكية العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وسمعة المصرف.

المبحث الثاني

التوصيات

وفقا لما تم عرضه من استنتاجات يتقدم الباحث بعدد من التوصيات التي يمكن أن تسهم في قيام المصارف بدعم المجتمع والاهتمام بجانب المسؤولية الاجتماعية والتي بدورها تسهم في تحسين سمعتها لدى الزبائن باعتبارها الهدف الاساسي لتلك المصارف والتي تلعب دوراً أساسياً في تحسين وتوطيد العلاقة بين المصرف والزبون وبالتالي زيادة الأداء المالي لها, ومن هذه التوصيات ما يأتي:-

1- ضرورة قيام المصارف بتعزيز عملها في مجال المسؤولية الاجتماعية من أجل تحسين سمعتها لدى الزبائن عن المصارف لأن ذلك يكون سمعة جيد لدى الزبون عن خدمات المصرف بالتالي يزداد ادائه المالي .

2- ضرورة قيام ادارة المصارف بالاستثمار في أنشطة المسؤولية الاجتماعية من اجل خلق سمعه جيدة و مستدامة لدى الزبائن عن المصارف والخدمات التي تقدمها .

3- ضرورة قيام المصارف بتعزيز عملها في مجال المسؤولية الاجتماعية من أجل تحسين سمعة وصورة المصرف لدى الزبائن لأن ذلك يكون انطباع جيد لدى الزبون عن المصرف.

4- قيام ادارة المصارف باشراف العاملين بدورات تدريبية لتطوير مهاراتهم في مجال تطوير المسؤولية الاجتماعية الداخلية ودعم المجتمع خاصة من هم في تماس مباشر مع الزبائن سواء أكانوا مدراء أقسام أو موظفين فيها, من اجل اطلاع على كل هو جديد عالمياً في مجال الخدمات فضلا عن ادخال تحسينات وتعديلات على الخدمة المقدمة بما يماثل التطورات في خدمات المصارف المنافسة وتلائم حاجات ورغبات الزبائن المتجددة باستمرار.

5- ضرورة قيام المصارف بتعزيز عملها في خدمة المجتمع من خلال انفاقها على المسؤولية الاجتماعية وتنويع الأنشطة الاجتماعية أيضا مما يتسنى لها الحصول على سمعة افضل وأداء مالي جيد.

6- قيام ادارة المصارف بالعمل على تنشيط الأنشطة الاجتماعية في المصرف لمواكبة التطورات الاجتماعية عالميا وذلك من خلال اطلاعها على كل ما هو جديد في مجال الاعمال الخيرية وتوفير البنية الملائمة لافراد المجتمع.

الفصل الرابع:- الاستنتاجات و التوصيات

- 7- ضرورة قيام ادارة المصرف بالعمل على زيادة الوعي الاجتماعي لدى الزبائن الموظفين ونشر ثقافة الخدمة الاجتماعية وبالتالي سوف تكون صورة وسمعة جيدة عن المصرف وخدماته في ذهنية الزبون وبذلك سينعكس ايجابياً على اداءه المالي وبالتالي الحصة السوقية للمصرف.
- 8- ضرورة التعرف على طبيعة وماهية المسؤولية الاجتماعية ومفهومها من قبل إدارات المصارف حتى يتمكنوا من تبنيها والعمل بها.
- 9- العمل على تحسين العلاقة بين الأداء المالي وسمعة المصرف من خلال ابراز نشاطات المصرف المالية والافصاح عن المعلومات .

Sources

A -Books

- 1- A. M. Best Company (2010). An explanation of Best's credit rating system and procedures. A.M Best Publication: United States.
- 2- Archie ,Carroll, 2000," The Pyramid of Corporate Social Responsibility Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders", Business- Horizons, July. August.
- 3- Britton, A. & Waterston, C. 2006, "Financial accounting", 4th ed. edn, Financial Times Prentice Hall, Harlow.
- 4- Copeland, T. E., Koller, T., Murrin, J., & McKinsey & Company 2000, "Valuation: measuring and managing the value of companies", 3rd ed. edn, John Wiley & Sons Inc.
- 5- Crane, A., Matten, D., and Spence, L.J., 2013, 'Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context', 2/e. Abingdon: Routledge.
- 6- Cronje, G. J., Du Toit, G. S., & Motlatla, M. D. C. (2000). Introduction to business management. Cape Town: Oxford University Press.
- 7- Epstein, M. J., & Rejc-Buhovac, A. (2014). Making sustainability work, best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing Limited.
- 8- Epstein, M. J., & Rejc-Buhovac, A. (2014). Making sustainability work, best practices in managing and measuring corporate social, environmental, and economic impacts. Sheffield, UK: Greenleaf Publishing Limited.
- 9- Grayson, D., & Hodges, A. 2004" Corporate social opportunity: seven steps to make corporate social responsibility work for your business" Sheffield: Greenleaf.
- 10- Johnson, G., & Scholes, K. (2002)," Exploring corporate strategy", Text and cases (6th ed) London,Financial Times Prentice Hall.
- 11- Kartasheva, A.V. and Park, S.C. (2012). Real effects of rating standards for catastrophic risks. Bank for International Settlements.

- 12- Koch, M./Möslein, K./Wagner, M. (2000): Vertrauen und Reputation in OnlineAnwendungen und virtuellen Gemeinschaften, in: Engelen, M./Neumann, D. (Hrsg.): Virtuelle Organisation und Neue Medien 2000, Lohmar/Köln, S. 69-83.
- 13- Pandey, I.M. (2007). Financial Management. New Delhi: Vikas Publishing.
- 14- Preble, J. F. 2005. Toward a comprehensive model of stakeholder management. *Business and Society Review*, 110(4), 407-431.
- 15- Sartono, A. (2009). The Financial Management Theory and Applications (4th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- 16- Windsor, D. (2001), 'Corporate Citizenship: Evolution and Interpretation', In J. Andriof, & M. McIntosh (Eds.), *Perspectives in Corporate Citizenship*: 39-52, Greenleaf: Sheffield, UK.

B- Messages and Thesis

- 1- Balboni , Fabio , the economic analysis of corporate social responsibility , university of bologna , doctor thesis, 2010.
- 2- Buckingham, Paul, THE EFFECTS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE FINANCIAL PERFORMANCE OF LISTED COMPANIES IN THE UK, University of Exeter as a thesis for the degree of Doctor of Philosophy in finance, October 2012.
- 3- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- 4- GHAFAR, Abdul,2017," Corporate social responsibility and social enterprises: An empirical study through the lens of Sen's capabilities approach", Submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Faculty of Management and Law University of Bradford.
- 5- Donnelly, Myles,2015," The green economy: The link between corporate social responsibility and financial performance during economic shocks", Cranfield University School of Energy, Environment and Agrifood.

- 6- JADI, Diara MD, 2015," AN EMPIRICAL ANALYSIS OF DETERMINANTS OF FINANCIAL PERFORMANCE OF INSURANCE COMPANIES IN THE UNITED KINGDOM", Submitted for the Degree of Doctoral of Philosophy, Faculty of Management and Law University of Bradford.
- 7- Marom , Yeshayahu (Shaike), 2010, "Corporate Social and Financial Performance: The Case of Companies in Israel", Thesis in partial fulfillment of the Requirements of Anglia Ruskin University For the degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY.
- 8- Ramadan , Abdulhadi H.,2009," DETERMINANTS OF CAPITAL STRUCTURE AND THE FIRM'S FINANCIAL PERFORMANCE: AN APPLICATION ON THE UK CAPITAL MARKET", Thesis submitted in fulfilment of the requirements for the award of PhD degree.
- 9- Ramadan, Abdulhadi H, 2009," DETERMINANTS OF CAPITAL STRUCTURE AND THE FIRM'S FINANCIAL PERFORMANCE: AN APPLICATION ON THE UK CAPITAL MARKET", Thesis submitted in fulfilment of the requirements for the award of PhD degree.
- 10- STOCKWELL, JR, ROBERT RAYMOND," MPROVING THE IMAGE, IDENTITY, AND REPUTATION OF URBAN SCHOOL SYSTEMS", Submitted to the Office of Graduate Studies of Texas A&M University in partial fulfillment of the requirements for the degree of DOCTOR OF EDUCATION, 2010.
- 11- Weintraub, R. (2007), 'Neoclassical Economics, The Concise Encyclopaedia of Economics Retrieved April 22nd, 2012 .
- 12- Yang, Sungun,2005," THE EFFECTS OF ORGANIZATION-PUBLIC RELATIONSHIPS ON ORGANIZATIONAL REPUTATION FROM THE PERSPECTIVE OF PUBLICS", Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- 13- Zyl , liam tian van, "TOWARD THE DEVELOPMENT OF A CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY LEADERSHIP QUESTIONNAIRE", Thesis degree of Master, Stellenbosch University,2013.

C-Articles and Research

- 1- Adams, M., and Buckle, M. (2003). The determinants of corporate financial performance in the Bermuda insurance market. *Applied Financial Economics*, 13(2), 133-143.
- 2- Alhammadi, Abdulaziz ,(2018),” CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: CONCEPTS, PERSPECTIVES, AND LINK WITH CORPORATE PERFORMANCE: LITERATURE REVIEW”, *International Journal of Business and Management Review*, Vol.6, No.2, pp.1-14, p 4.
- 3- Alrowwad ,Ala'aldin ., Obeidat, Bader Yousef ., Tarhini ,Ali., Aqqad,Noor .,” The Impact of Transformational Leadership on Organizational Performance via the Mediating Role of Corporate Social Responsibility: A Structural Equation Modeling Approach”, *International Business Research*; 2017, Vol. 10, No. 1.
- 4- Alrowwad, Ala'aldin., Yousef Obeidat, Bader ., Tarhini, Ali,2017,” The Impact of Transformational Leadership on Organizational Performance via the Mediating Role of Corporate Social Responsibility: A Structural Equation Modeling Approach”, *International Business Research*; Vol. 10, No. 1; p 203.
- 5- Alrubaiee, Laith Salman., Aladwan , Sami ., Abu Joma, Mahmoud Hussein., Idris, Wael Mohamed., Khater, Saja., Relationship between Corporate Social Responsibility and Marketing Performance: The Mediating Effect of Customer Value and Corporate Image, *International Business Research*; Vol. 10, No. 2; 2017.
- 6- Altman, B. and Vidaver-Cohen, D., (2000), ‘Corporate Citizenship in the New Millennium: Foundation for an Architecture of Excellence’ *Business and Society Review*, 105(1) 145-169.
- 7- Aras, G., Aybars, A., & Kutlu, O. (2010). Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *Managing corporate performance*, 59, 229–254.
- 8- Babiü-Hodoviü a, Vesna, Mehiü a ,Eldin , Arslanagiü a ,Maja,2011,” Influence of Banks’ Corporate Reputation on Organizational Buyers Perceived Value”, *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24 (2011) 351–360.
- 9- Barnea, Amir., Rubin, Amir.,” Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders”, *Journal of Business Ethics* (2010) 97:71–86.

- 10- Barnett, Michael L., Jermier, John M. Lafferty, Barbara A.,2006," CORPORATE REPUTATION: THE DEFINITIONAL LANDSCAPE", Accepted for publication in Corporate Reputation Review Volume 9.
- 11- Batchimeg, Bayaraa, 2017," Financial Performance Determinants of Organizations: The Case of Mongolian Companies", Vol. 9, Issue 3, pp. 22 – 33.
- 12- Beaver, G. 2001, "Editorial: corporate performance and shareholder value", Strategic Change, vol. 10, no. 5, pp. 241-245.
- 13- Bertelsmann Foundation (2006), 'Who is who in corporate social responsibility rating?' Stuttgart University working paper.
- 14- Burca, A. M., and Batrinca, G. (2014). The determinants of financial performance in the Romanian insurance market. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 4(1), 299-308.
- 15- Cadez, S., & Czerny, A. (2016). Climate change mitigation strategies in carbon intensive firms. Journal of Cleaner Production, 112, 4132–4143.
- 16- Cajetan I. Mbama, Patrick O. Ezepue ,2016,"Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance: UK Customers' Perceptions" ,<https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>.
- 17- Cadez, S., & Czerny, A. (2016). Climate change mitigation strategies in carbon intensive firms. Journal of Cleaner Production, 112, 4132–4143. doi:10.1016/j.jclepro.2015.07.099.
- 18- Chahal, Hardeep, Kumari, Archana, 2014," Measurement, Validation and Factor Structure of Corporate Reputation in Banking Sector of India", Global Business Review 15(2) 237–261.
- 19- Clardy, A. (2012): Organizational Reputation: Issues in Conceptualization and Measurement. Corporate Reputation Review 15(4), 285-303.
- 20- Cornetta , Marcia Millon , Erhemjamtsa, Otgontsetseg , Tehranian, Hassan,2014," Corporate Social Responsibility and its Impact on Financial Performance: Investigation of U.S. Commercial Banks", E-mail addresses: mcornett@bentley.edu.

- 21- Cole, C. R., He, E., McCullough, K. A., Semykina, A., & Sommer, D. W. (2011). An empirical examination of stakeholder groups as monitoring sources in corporate governance. *Journal of Risk and Insurance*, 78(3), 703- 730.
- 22- Cravens, K.S., Oliver, E., & Ramamoorti, S., 2003. The reputation Index: Measuring and managing corporate reputation. *European Management Journal*, 21(2), pp.201–212.
- 23- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- 24- De Fontnouvelle, Patrick, Virginia DeJesus-Rueff, John S. Jordan and Eric S. Rosengren (2006). "Capital and Risk: New Evidence on Implications of Large Operational Losses." Federal Reserve Bank of Boston. Working Paper. September.
- 25- Delgado, J.B., De Quevedo, E., Blanco, V., 2008. La influencia de la estructura de la propiedad sobre la reputación corporativa. Evidencia empírica para el caso español. ~ In: Paper presented at the XVII Congreso Nacional de la Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, Sevilla.
- 26- Demsky, Joel S. (2003) "Corporate Conflicts of Interest," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 17., No. 2, Spring.
- 27- Dessi, R. & Robertson, D. 2003, "Debt, incentives and performance: evidence from UK panel data", *Economic Journal*, vol. 113, no, 490.
- 28- Doumpos, M., Gaganis, C., & Pasiouras, F. (2012). Estimating and explaining the financial performance of property and casualty insurers: A two-stage analysis. *JCC: The Business and Economics Research Journal*, 5(2), 155-170.
- 29- Dowling, G.R. 2016." Defining and Measuring Corporate Reputations", *European Management Review* 13 (3): 207–223.
- 30- Eidson, C., & Master, M. (2000). Top ten . . . most admired . . . most respected: Who makes the call? *Across the Board*, 37(3), 16–22.
- 31- Eling, M., and Schmeiser, H. (2010). Insurance and the credit crisis: Impact and ten consequences for risk management and supervision. *The Geneva Papers*, 35, 9-34.

- 32- Fatihudin, Didin, Jusni, Mochklas, Mochamad, 2018, "HOW MEASURING FINANCIAL PERFORMANCE", Volume 9, Issue 6, June 2018, pp. 553–557.
- 33- Fenn, P., Vencappa, D., Diacon, S., Klumpes, P., and O'Brien, C. (2008). Market structure and the efficiency of European insurance companies: A stochastic frontier analysis. *Journal of Banking & Finance*, 32(1), 86-100.
- 34- Ferguson, T.D., D.L. Deephouse, W.L. Ferguson, 2000, 'Do strategic groups differ in reputation' *Strategic Management Journal* 21: 1195–1214.
- 35- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A., & Sever, J.W. (2000). The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255.
- 36- Fombrun, Charles J. and Cees B. M. van Riel (2004), *Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputation*. New Jersey: Pearson Education.
- 37- Galant, Adriana & Cadez, Simon, 2017, "Corporate social responsibility and financial performance relationship: a review of measurement approaches", *Journal Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, VOL. 30, NO. 1, 676–693.
- 38- Gatzert, Nadine, Schmit, Joan, Kolb, Andreas, 2014, "Assessing the Risks of Insuring Reputation Risk", Working Paper, University of Erlangen-Nürnberg.
- 39- Giogia, D.A., Schultz, M., Corley, K.G., 2000. Organizational identity, image, and adaptive instability. *Acad. Manage. Rev.* 25 (1), 63–81.
- 40- Gotsi, M., & Wilson, A. 2001. Corporate reputation: Seeking a definition. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1): 24 – 30.
- 41- Gunn, Joshua L., Liao, Lin, Yang, Jinxuan, 2019, "Audit Firms' Corporate Social Responsibility Activities and Auditor Reputation".
- 42- Greening, D. W., and Turban, D. B. 2000. Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business and Society*, 39, 254–280.
- 43- Hamidu, Aminu Ahmadu (PhD Candidate), (2015), "Corporate Social Responsibility: A Review on Definitions, Core Characteristics and Theoretical Perspectives", *Mediterranean Journal of Social Sciences MC SER Publishing, Rome-Italy*, Vol 6 No 4, p85.

- 44- Hardaker, S., Fill, C., 2005. Corporate service brands: The intellectual and emotional engagement of employees. *Corp. Reput. Rev.* 7 (4), 365---376.
- 45- Heal, Geoffrey," Corporate Social Responsibility ñ An Economic and Financial Framework", Search Conference the Monte Paschi Vita, Columbia Business School December 2004.
- 46- Henard, D., Dacin, P.A., 2010. Reputation for product innovation: its impact on consumers. *J. Prod. Innov. Manage.* 27 (3), 321---335.
- 47- Hillman, A. J., and Keim, G. D. 2001. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line? *Strategic Management Journal*, 22 (2), 125-139.
- 48- Husted, B. W. & Allen, D. B. (2006) 'Corporate social responsibility in the multinational enterprise: strategic and institutional approaches', *Journal of International Business Studies*, 37(6): 838-849.
- 49- Kaur, Amanpreet., Singh , Balwinder, 2018," Measuring the Immeasurable Corporate Reputation", Indian Institute of Management, Lucknow SAGE Publications, 17(1) 53-64.
- 50- Khurana, R., 2002. Searching for a Corporate Savior: The Irrational Quest for Charismatic CEOs. Princeton University Press, New Jersey.
- 51- Laitinen, E. 2002, ""A dynamic Performance Management System: Evidence from small Finnish Technology Companies". ", *Scandinavian Journal of Management*, vol. 18, no. 1, pp. 65-99
- 52- Lins, K. V., Servaes, H., and Tamayo, A. 2017. Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis. *The Journal of Finance* LXXII (4): 1785-1824.
- 53- Lease, R.C., Kose, J., Avner, K., Uri, L., Oded, H.S., 2000. Dividend Policy: its Impact on Firm Value. Harvard Business School Press, Boston.
- 54- Lewis, B.R., Soureli, M., 2006. The antecedents of consumer loyalty in retail banking. *J. Consumer Behav.* 5, 15---31
- 55- Mahadevappa, R. B. R. (2010). Social responsibility of hospitals: an Indian context. *Social Responsibility Journal*, 6(2), 68-285.

- 56- Mao, H., Carson, J. M., Ostaszewski, K. M. and Shoucheng, L. (2014). Pricing Life Insurance: Combining Economic, Financial, and Actuarial Approaches. *Journal of Insurance Issues*, 134-159.
- 57- Marcoux, A. (2003), 'A fiduciary argument against stakeholder theory', *Business Ethics Quarterly*, 13(1), 1-24.
- 58- Margolis, J. D. and Walsh, J. P. 2001. Misery loves companies: whither social initiatives by business? Harvard Business School: Social Enterprise Series No. 19.
- 59- Margolis, J. D., & Walsh, J. P., "Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business" ,*Administrative Science Quarterly*, (2003), 48(2), 268–305.
- 60- Marom, I. Y. 2006. Toward a unified theory of the CSP–CFP link, *Journal of Business Ethics*, 67(2), 191-200.
- 61- Martin, J. (2002), *Organizational Culture: Mapping the Terrain*. Thousand Oaks: Sage.
- 62- Melewar, T. C. and Elizabeth Jenkins (2002), "Defining the Corporate Identity Construct," *Corporate Reputation Review*, 5 (1), 76-90.
- 63- Moore, G. 2001. Corporate social and financial performance: an investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business Ethics*, 34, 299-315.
- 64- Naranjo-Gil, D. (2016). The role of management control systems and top teams in implementing environmental sustainability policies. *Sustainability*, 8, 359–371.
- 65- Naranjo-Gil, D. (2016). The role of management control systems and top teams in implementing environmental sustainability policies. *Sustainability*, 8, 359–371.
- 66- Nguyen, N., 2010. Competence and benevolence of contact personnel in the perceived corporate reputation: an empirical study in financial services. *Corp. Reput. Rev.* 12 (4), 345---356.
- 67- Nguyen, P., & Aman, H. (2006). Corporate governance and stock performance of Japanese firms. SSRN 892223. Social Sciences Research Network Publication.
- 68- Odetayo, T.A , Adeyemi, A. Z , Sajuyigbe, A.S , Impact of Corporate Social Responsibility on Profitability of Nigeria Banks, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, August 2014, Vol. 4, No. 8.

- 69- Orts, E. and Strudler, A. (2009), 'Putting a stake in stakeholder theory', *Journal of business ethics*, 88, 605-615.
- 70- Paniaguaa , Jordi, Rivellesb, Rafael , Sopenab, Juan,2018," Corporate governance and financial performance: The role of ownership and board structure", *Journal of Business Research*, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.060> .
- 71- Peng, C. W., & Yang, M. L. (2014). The effect of corporate social performance on financial performance: The moderating effect of ownership concentration. *Journal of Business Ethics*, 123, 171–182.
- 72- Phillips, P. A. & Sipahioglu, M. A. 2004, "Performance implications of capital structure: evidence from quoted UK organisations with hotel interests", *Service Industries Journal*, vol. 24, no. 5.
- 73- Rein, G.L., 2005. A reference model for designing effective reputation information systems. *Journal of Information Science*, 31(5), pp.365 –380.
- 74- Rindova, V. P., & Kotha, S. (2001). Accumulating reputation through strategic action flows: Lessons from Amazon.com and its competitors in Internet retailing. Unpublished paper, University of Maryland, College Park.
- 75- Rindova, V., Petkova, A.P. & Kotha, S., 2007. Standing out: how new firms in emerging markets build reputation. *Strategic Organization*, 5(1), pp.31–70.
- 76- Ruiz , Belén, Esteban, Águeda , Gutiérrez, Santiago, 2014," Determinants of reputation of leading Spanish financial institutions among their customers in a context of economic crisis", *BRQ Business Research Quarterly* Volume 17, Issue 4, October–December 2014.
- 77- Sala, Marta Carrió i, (2011), Creating a new multistakeholder methodology for measuring corporate reputation, *Corporate Excellence Center for Reputation Leadership*.
- 78- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation—An empirical study. *Schmalenbach Business Review*, 56(1), 46–71
- 79- Schwaiger, M. (2004). Components and parameters of corporate reputation—An empirical study. *Schmalenbach Business Review*, 56(1), 46–71.

- 80- Seifert, B., Morris, S. A., & Bartkus B. R. (2004). Having, giving, and getting: Slack resources, corporate philanthropy, and firm financial performance. *Bus. Soc.*, 43(2), 135-161.
- 81- Shiu, Y. (2004). Determinants of United Kingdom general insurance company performance. *British Actuarial Journal*, 10(05), 1079-1110.
- 82- Spence, L. J. & Schmidpeter, R. (2002) 'SMEs, social capital and the common good', *Journal of Business Ethics*, 45: 93–108.
- 83- Starešinić, Berislava; Omazić, Mislav Ante; Aleksić, Ana, 2019," Reputation as a Key Resource for Market Success in the Banking Sector", *ENTRENOVA* 12-14, September 2019.
- 84- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85, 411–427. doi:10.1007/s10551-008-9780-6.
- 85- Ukhriyawati, Catur F. , Ratnawati, Tri ., Riyadi ,Slamet ., 2017," The Influence of Asset Structure, Capital Structure, Risk Management and Good Corporate Governance on Financial Performance and Value of The Firm through Earnings and Free Cash Flow As An Intervening Variable in Banking Companies Listed in Indonesia Stock Exchange", *International Journal of Business and Management*; Vol. 12, No. 8.
- 86- Vaaland, I., Heide, M., & Grønhaug, K. (2008). Corporate social responsibility: investigating theory and research in the marketing context. *European Journal of Marketing*, 42(9/10), 927-953.
- 87- Veh, Annika,. Gobel, Markus ., Vogel, Rick .," Corporate reputation in management research: a review of the literature and assessment of the concept", *Business Research* (2019) 12:315–353.
- 88- Vitezic, N., 2011. Corporate reputation and social responsibility: an analysis of large companies in Croatia. *Int. Bus. Econ. Res. J.* 10 (8), 85---95
Volume 37, December 2018, Pages 89-96.
- 89- Walsh, G., & Beatty, E.S. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 127–143.

- 90- Walsh, G., Beatty, S., & Shiu, K.M.E. (2009a). The customer-based corporate reputation scale: Replication and short form. *Journal of Business Research*, 62(10), 924–930.
- 91- Walter, Ingo, 2006, "Reputational Risk and Conflicts of Interest in Banking and Finance: The Evidence So Far", Working Paper.
- 92- Weaver, S. C. 2001, "Measuring Economic Value Added: A Survey of the Practices of EVA Proponents", *Journal of Applied Finance*, vol. 11, no. 1.
- 93- Wei, Yong-Kang (2002), "Corporate Image as Collect Ethos: A Poststructuralist Approach," *Corporate Communications*, 7 (4), 269-278.
- 94- Yoona, Borham . , Chung, Yeasun., "The effects of corporate social responsibility on firm performance: A stakeholder approach", *Journal of Hospitality and Tourism Management*
- 95- Zeitun, R., & Tian, G. G. (2007). Capital structure and corporate performance: evidence from Jordan. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*,1(4).

الملاحق

ملحق (1) متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك الأردني الكويتي

الإيرادات	إجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
60847858	1433051	1285251	147800	2005
79702510	1852205	1685365	166840	2006
96774226	2311450	2162816	148634	2007
116655753	2957115	2773877	183238	2008
117870774	2526305	2347059	179246	2009
112733542	2733639	2422441	311198	2010
109046337	2789513	2426153	363360	2011
117574046	3075187	2611478	463709	2012
123013386	3371359	2906891	464468	2013
124103958	3912156	3386154	526002	2014
127900068	4570931	3806032	764899	2015
118844580	4306342	3601346	704996	2016
123411209	5222834	4444507	778327	2017
124688329	5407207	4521075	886132	2018
122675444	5581919	4737223	844696	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (2) متغيرات السمعة للبنك الأردني الكويتي

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر اغلاق السنه السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.167364017	102876000	100000000	0.638	2.39	2.79	2005
0.146953405	187666000	100000000	0.522	2.79	3.2	2006
1.375	216947	100000000	0.592	3.2	7.6	2007
-	239398	100000000	0.464	7.6	3.13	2008
0.588157895	-	100000000	0.439	3.13	2.53	2009
0.191693291	286572	100000000	0.519	2.53	2.88	2010
0.138339921	324557	100000000	0.399	2.88	2.41	2011
-	346643	100000000	0.464	2.41	2.02	2012
0.163194444	374085	100000000	0.475	2.02	2.59	2013
-	404526	100000000	0.465	2.59	2.86	2014
0.282178218	431784	100000000	0.386	2.86	2.73	2015
0.104247104	448579	100000000	0.597	2.73	2.63	2016
-	459693	100000000				
0.045454545	-					
0.036630037	-					

0.330798479	468411	100000000	0.54	2.63	3.5	2017
-	445562	100000000	0.843	3.5	1.93	2018
0.448571429						
-	459532	100000000	0.599	1.93	1.67	2019
0.134715026						

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (3) متغيرات الأداء المالي للبنك الأردني الكويتي

السنة	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	اجمالي الموجودات	صافي الربح	حق الملكية	حقوق المساهمين	النقدية	الودائع	احتياطيات	نقد لدى البنك المركزي	اجمالي المطلوبات
2005	3.9E+07	1.4E+09	2.8E+07	1.1E+08	1E+08	5.3E+08	1.1E+09	4.8E+07	3E+08	1.3E+09
2006	5.6E+07	1.6E+09	4E+07	2E+08	1.9E+08	3.8E+08	1E+09	6E+07	1.8E+08	1.5E+09
2007	6.4E+07	2E+09	4.5E+07	2.3E+08	216947	5.8E+08	1.4E+09	8E+07	2.5E+08	1.8E+09
2008	6.8E+07	2.1E+09	4.9E+07	2.5E+08	239398	4.9E+08	1.5E+09	1E+08	2.8E+08	1.8E+09
2009	6E+07	2.1E+09	4.5E+07	2.9E+08	286572	5.5E+08	1.6E+09	1.2E+08	4.1E+08	1.8E+09
2010	7.4E+07	2.1E+09	5.2E+07	3.3E+08	324557	4.5E+08	1.6E+09	1.4E+08	2.7E+08	1.8E+09
2011	5.6E+07	2.3E+09	4E+07	3.5E+08	346643	5.1E+08	1.8E+09	1.6E+08	2.6E+08	1.9E+09
2012	6.3E+07	2.4E+09	4.7E+07	3.8E+08	374085	5.1E+08	1.8E+09	1.8E+08	2.1E+08	2E+09
2013	6.6E+07	2.6E+09	4.7E+07	4.1E+08	404526	6.3E+08	2E+09	2E+08	3.7E+08	2.1E+09
2014	6.3E+07	2.61E+09	4.7E+07	4.4E+08	431784	5.5E+08	2E+09	2.2E+08	3.3E+08	2.17E+09
2015	5.6E+07	2.84E+09	3.9E+07	4.5E+08	448579	6.4E+08	2.2E+09	2.4E+08	4E+08	2.39E+09
2016	4.3E+07	2.7E+09	3E+07	4.7E+08	459693	5.1E+08	2.1E+09	2.5E+08	2.8E+08	2.3E+09
2017	4.2E+07	2.8E+09	2.7E+07	4.7E+08	468411	5.5E+08	2.1E+09	2.7E+08	2.2E+08	2.4E+09
2018	5.6E+07	2.7E+09	4.2E+07	4.5E+08	445562	4.4E+08	2E+09	2.7E+08	2.1E+08	2.3E+09
2019	4.7E+07	3.8E+09	3E+07	4.6E+08	459532	5.4E+08	2E+09	2.8E+08	4E+08	2.3E+09

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (4) متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك الاستثماري

السنة	الإعانات الخارجية	الإعانات الداخلية	اجمالي الإعانات	الإيرادات
2005	20317.00	437116.00	457433.00	39751036.00
2006	21794	409230	431024	19595708
2007	47510	446273	493783	21,189,896
2008	90530	545520	636050	21,613,918
2009	24,991	706,485	731476	21,423,013
2010	29754	676748	706502	34889370
2011	83331	927871	1011202	36492291
2012	112990	1151265	1264255	42145138
2013	102624	1327381	1430005	34426254
2014	99481	1560119	1659600	35683318

39200482	1827681	1670921	156760	2015
47099528	2157252	2028572	128680	2016
52429624	2370994	2277645	93349	2017
50080875	2457420	2317103	140317	2018
53458917	2583396	2387146	196250	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (5) متغيرات السمعة للبنك الاستثماري

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الإغلاق للسنة السابقة	سعر الإغلاق للسنة الحالية	السنة
0.896755162	69153000000.00	44000000	0.626	3.39	6.43	2005
-0.51788491	73996000000.00	44000000	0.222	6.43	3.1	2006
-0.10322581	79230000000.00	61325000	0.104	3.1	2.78	2007
-0.30215827	85752000000.00	61325000	0.145	2.78	1.94	2008
-0.24226804	93249000000.00	77500000	0.094	1.94	1.47	2009
0.068027211	107421000000.00	77500000	0.141	1.47	1.57	2010
-0.07006369	131422000000.00	85250000	0.112	1.57	1.46	2011
-0.19178082	134509000000.00	99155174	0.113	1.46	1.18	2012
0.016949153	138754000000.00	100000000	0.119	1.18	1.2	2013
0.066666667	145463000000.00	100000000	0.123	1.2	1.28	2014
-0.0078125	153759000000.00	100000000	0.143	1.28	1.27	2015
0.157480315	162037000000.00	100000000	0.153	1.27	1.47	2016
-0.00680272	173880000000.00	100000000	0.151	1.47	1.46	2017
-0.06849315	174226000000.00	100000000	0.155	1.46	1.36	2018
-0.04411765	177371000000.00	100000000	0.157	1.36	1.3	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (6) متغيرات الأداء المالي للبنك الاستثماري

الاجمالي المطلوبات	الاحتياطيات	الودائع	النقدية	حقوق المساهمين	نقد لدى البنك المركزي	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
485732410	9363037	417313850	229099724	69153000000	124769586	69153104	27551003	554885514	32705237	2005
597919560	10770784	473320298	233839196	73996000000	84114562	73995631	9771765	671915191	11719301	2006
619896930	12436063	548527539	228886664	79230000000	48219005	79229944	6385123	699126874	9133005	2007
597529465	13692741	516786189	217606650	85752000000	94357848	85752798	8875046	683282263	11553216	2008
573465674	14576516	519421743	138555433	93249000000	50985465	93249362	7238285	666715036	10629137	2009
569621520	16543908	503910333	99034028	107421000000.00	40739981	107421268	10887111	677216707	15869235	2010
559874508	18926416	487896858	122417218	131422000000.00	39366571	131897466	9595553	691771974	13649967	2011
573281078	20192600	469125777	118406297	134509000000.00	47545437	135233017	11252371	708514095	13588965	2012
639394904	22999082	564517024	139533806	138754000000.00	72605317	139528150	11930675	778923054	16263525	2013

658869328	26410044	578160307	114329574	145463000000.00	69221128	146294010	12365392	805163338	15903120	2014
690773584	29775173	593094612	153382083	153759000000.00	102527791	154646307	14309826	845419891	20604844	2015
785233458	34373574	625249741	170652515	162037000000.00	91250017	164343214	15607259	949576672	22378226	2016
894449149	43847164	686332916	190996604	173880000000.00	108370113	178796984	15775075	1073246133	19738346	2017
973265686	40738900	759015870	197982419	174226000000.00	131690084	178837230	16008647	1152102916	21198446	2018
996768448	41983652	777698431	185276564	177371000000.00	120759451	182010889	16100016	1178779337	22910535	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (7) متغيرات المسؤولية الاجتماعية للبنك التجاري الأردني

السنة	الإعانات الخارجية	الإعانات الداخلية	اجمالي الإعانات	الإيرادات
2005	200626	2,573,186	2,773,812	27,781,913
2006	151165	1,019,912	1,171,077	21747542
2007	189553	1032682	1,222,235	27327322
2008	223576	1314665	1,538,241	27833864
2009	156058	1452706	1,608,764	26737149
2010	276573	1335357	1,611,930	27768314
2011	309300	1458251	1,767,551	33419263
2012	307660	1473045	1,780,705	31551724
2013	320582	1598816	1,919,398	35566214
2014	441804	1834967	2,276,771	45636399
2015	373595	2109183	2,482,778	64022315
2016	382907	2377573	2,760,480	49640647
2017	421428	2299471	2,720,899	48154193
2018	312790	2266648	2,579,438	44566468
2019	313780	2122349	2,436,129	42582900

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (8) متغيرات السمعة للبنك التجاري الأردني

السنة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	سعر الاغلاق للسنة السابقة	توزيعات الأرباح	اجمالي عدد الأسهم القائمة	حقوق المساهمين	التغير في سعر السهم
2005	3.7	2.44	0.15	63250000	668500000	0.51639344
2006	2.05	3.7	0.169	63250000	755100000	-0.44594595
2007	2.76	2.05	0.196	63250000	812300000	0.34634146
2008	2.27	2.76	0.128	73053750	876300000	-0.17753623
2009	1.57	2.27	0.076	73053750	909800000	-0.30837004
2010	1.61	1.57	0.53	82769898	942400000	0.02547771
2011	1.09	1.61	-0.16	82769898	921800000	-0.32298137

-0.13761468	1034700000	93342179	0.022	1.09	0.94	2012
0.09574468	1140500000	100000000	0.032	0.94	1.03	2013
0.09708738	123900000	105000000	0.1	1.03	1.13	2014
0.00	138000000	105000000	0.139	1.13	1.13	2015
0.18584071	145800000	120000000	0.078	1.13	1.34	2016
-0.12686567	149500000	120000000	0.032	1.34	1.17	2017
-0.2991453	134000000	120000000	0.042	1.17	0.82	2018
-0.03658537	139200000	120000000	0.88	0.82	0.79	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (9) متغيرات الأداء المالي للبنك التجاري الاردني

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الاحتياطيات	الودائع	النقدية	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
296,291,795	39,984,721	4646825	2.6E+08	80,438,450	66,853,568	13,015,074	363,145,363	14,521,066	2005
437675984	66,830,352	6E+06	4E+08	156772533	75508468	10682700	5.13E+08	9264696	2006
468032668	82,107,330	8E+06	4E+08	155752353	81227982	12420154	5.49E+08	13161336	2007
540528340	81,546,574	9E+06	4E+08	129497000	87628197	9338221	6.28E+08	11515832	2008
539111430	72288321	1E+07	5E+08	131549585	90976256	5560865	6.3E+08	7230382	2009
668535998	84846369	1E+07	6E+08	157602145	94242379	4376426	7.63E+08	7171160	2010
709603832	64884383	1E+07	7E+08	140135036	92175714	-1329749	8.02E+08	-992003	2011
740871062	103655689	2E+07	7E+08	172024549	103471968	2062878	8.44E+08	3036278	2012
940929839	123785204	2E+07	9E+08	185086041	114050688	3199256	1.05E+09	4149256	2013
1.045E+09	101320285	2E+07	1E+09	180518146	123863476	10002131	1.17E+09	31795507	2014
1.35E+09	270541021	2E+07	1E+09	362189203	137981432	15756877	1.49E+09	24114060	2015
1.119E+09	109103135	2E+07	1E+09	161714573	145814791	9325406	1.27E+09	11978279	2016
1.233E+09	128088936	2E+07	1E+09	179955251	149540599	3788813	1.38E+09	6337928	2017
1.22E+09	91872118	2E+07	1E+09	153867731	134043931	5029366	1.35E+09	6324044	2018
1.247E+09	71264135	2E+07	9E+08	107906674	139198774	5313066	1.39E+09	12780231	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (10) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك الاردن

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
6.7E+07	2941272	2581821	359451	2005

7.1E+07	3062362	2597595	464767	2006
8.3E+07	3083227	2875896	207331	2007
9.1E+07	4146228	3636828	509400	2008
8.5E+07	4438503	4232215	206288	2009
1E+08	4367530	4062659	304871	2010
1.1E+08	4832137	4439007	393130	2011
1.2E+08	5572889	5359143	213746	2012
1.1E+08	5495180	5250964	244216	2013
1.2E+08	5927589	5622464	305125	2014
1.3E+08	6190373	5668267	522106	2015
1.3E+08	6626094	6081169	544925	2016
1.6E+08	7480967	6791070	689897	2017
1.4E+08	8184759	7516096	668663	2018
1.5E+08	7084211	6402645	681566	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (11) متغيرات السمعة لبنك الاردن

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.2581262	121600000	66000000	0.27	5.23	6.58	2005
-0.5547112	140400000	100000000	0.297	6.58	2.93	2006
-0.003413	161206000	100000000	0.244	2.93	2.92	2007
-0.2123288	179604000	100000000	0.244	2.92	2.3	2008
-0.0434783	192668000	100000000	0.267	2.3	2.2	2009
0.32272727	214408000	128700000	0.317	2.2	2.91	2010
-0.2714777	259194000	142786301	0.252	2.91	2.12	2011
0.02830189	276510000	155100000	0.234	2.12	2.18	2012
0.12844037	316986000	155100000	0.263	2.18	2.46	2013
0.06097561	335746000	155100000	0.304	2.46	2.61	2014
-0.0421456	362242000	155100000	0.204	2.61	2.5	2015
0.136	405447000	200000000	0.207	2.5	2.84	2016
0.02816901	433665000	200000000	0.234	2.84	2.92	2017
-0.2636986	411891000	200000000	0.208	2.92	2.15	2018
-0.0232558	411300000	200000000	0.201	2.15	2.1	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (12) متغيرات الأداء المالي لبنك الاردن

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الاحتياطيات	الودائع	التقديرة	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
1064156220	252214091	29106163	970501818	437271432	121557090	23207357	1185713310	31187756	2005
1235851970	304152359	34428697	1132168427	499847357	140378684	25582705	1376230654	35901027	2006
1294513141	214886601	39256252	1179523097	443932689	161205938	24384386	1455719079	39668038	2007
1494852518	212394623	49462893	1330230190	411657461	191165685	32858476	1686018203	44296513	2008
1693868784	322356841	62001698	1526392377	515583546	214123064	25369137	1907991848	36908946	2009
1733304766	369688690	73346947	1586988837	590575295	235759389	32115410	1969064155	45426675	2010
1775549937	187834046	65862426	1631418265	482126579	277308106	36570701	2052858043	49673963	2011
1725851142	247117221	82064413	1587636483	504185062	290776783	33189566	2016627925	46222214	2012
1755445412	222203686	115994601	1614122235	404950710	321491586	36393178	2076936998	50204089	2013
1850325314	258250810	108902043	1702899486	463570676	339862052	44824589	2190187366	59999897	2014
1839276919	234500507	130181071	1688475993	670819265	366944954	40062793	2206221873	61966178	2015
1926402830	228197814	153922827	1752602588	747649239	412436234	42202024	2338839064	62315408	2016
2125975589	268583151	181475545	1910696951	659265363	439156350	45609461	2565131939	67583363	2017
2201623163	360142503	122857129	2013035313	747696424	417457047	41244423	2619080210	62958932	2018
2287994501	384396176	127200201	2070363278	780843268	420107025	40378045	2708101526	61130161	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (13) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك الاسكان

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
1.7E+08	7819966	6501814	1318152	2005
2E+08	6381986	6096526	285460	2006
2.4E+08	1E+07	9145130	879752	2007
2.5E+08	1E+07	1E+07	358049	2008
2.6E+08	1.1E+07	1E+07	326975	2009
2.6E+08	1.1E+07	1E+07	414800	2010
3E+08	1.3E+07	1.3E+07	403000	2011
3.3E+08	1.3E+07	1.2E+07	430000	2012
3.6E+08	1.6E+07	1.5E+07	636000	2013
3.5E+08	2.3E+07	1.6E+07	6889000	2014
3.5E+08	1.7E+07	1.6E+07	1104000	2015
3.6E+08	1.7E+07	1.7E+07	777718	2016
3.3E+08	1.8E+07	1.7E+07	877000	2017
3.5E+08	1.9E+07	1.7E+07	2021000	2018
3.6E+08	2.2E+07	2.1E+07	1033431	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (14) متغيرات السمعة لبنك الاسكان

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
1.56400507	373800000	100000000	0.658	7.89	20.23	2005
-0.64903609	808300000	236482919	0.779	20.23	7.1	2006
-0.02112676	850000000	247470035	0.867	7.1	6.95	2007
0.248920863	869000000	250596505	0.766	6.95	8.68	2008
-0.17281106	891100000	252000000	0.238	8.68	7.18	2009
0.091922006	920100000	252000000	0.313	7.18	7.84	2010
0.017857143	938600000	252000000	0.349	7.84	7.98	2011
0.033834586	950800000	252000000	0.373	7.98	8.25	2012
0.054545455	971816463	252000000	0.396	8.25	8.7	2013
0.045977011	984814952	252000000	0.477	8.7	9.1	2014
0.038461538	990797069	252000000	0.483	9.1	9.45	2015
-0.01587302	1012948145	315000000	0.491	9.45	9.3	2016
-0.1	1063160166	315000000	0.387	9.3	8.37	2017
0	1026194184	315000000	0.287	8.37	8.37	2018
-0.34528076	1068300134	315000000	0.267	8.37	5.48	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (15) متغيرات الأداء المالي لبنك سكان

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الاحتياطيات	الودائع	النقدية	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
2801219864	676338829	87568681	2465084102	1084590918	395033104	74051778	3196252968	105158872	2005
3261250340	857117033	107224687	2977734246	1455375184	834876098	94705866	4096126438	130072576	2006
4129777729	1113230435	121382017	3731206409	1922781795	890294037	111463294	5020071766	154531206	2007
4519566069	994243497	137524287	3795262735	1714722228	911012975	101322745	5430579044	142021758	2008
5123864965	1478337776	152332325	4714477838	2221312402	966472772	66562510	6090337737	97014124	2009
5655732177	1560185378	162081172	5213915372	2448257836	1023928266	88437238	6679660443	116401968	2010
5889334069	1103176880	175164737	5374960654	2095255351	1048635618	100002298	6937969687	135701388	2011
6044962647	1043819775	189857572	5566756100	1899966536	1046664962	104488612	7091627609	142240804	2012
6169994828	1212222931	207213235	5686307647	1757205820	1057095527	106926629	7227090355	150127003	2013
6556531338	1619961866	224022021	6063373324	2156722493	1038398129	123917229	7594929467	162103022	2014
6883358473	1037131493	245522451	6345289788	1717511998	1039340255	124728034	7922698728	177020116	2015
6760174653	1052501966	266474087	6140690235	1625131420	1060050542	131012613	7820225195	190336131	2016
7024709806	1249146768	253268121	6369854503	1781816783	1116230361	125204267	8140940167	180012696	2017

7219944027	1182417706	232240944	6488969414	1772432948	1080093574	94526738	8300037601	132000598	2018
7317435795	1114595764	252340988	6535762190	1623408294	1123813842	83707200	8441249637	132174952	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (16) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك القاهرة عمان

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
73397245	3097496	3000216	97280	2005
71073711	3852298	3657088	195210	2006
75016615	4577730	4302561	275169	2007
74881556	4599162	4259649	339513	2008
86765280	5145670	4789049	356621	2009
103793044	5298223	4877083	421140	2010
115217452	5926673	5491467	435206	2011
114489198	5991322	5548039	443283	2012
129157262	6747666	6240668	506998	2013
136630876	6978838	6496878	481960	2014
131938987	7666583	6925820	740763	2015
128129374	7042709	6391052	651657	2016
125971889	7000565	6258420	742145	2017
133704045	7208343	6532190	676153	2018
#####	7196946	6331934	865012	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (17) متغيرات السمعة لبنك القاهرة عمان

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.5467033	163341000	45000000	0.467	7.28	11.26	2005
- 0.6802842	138236000	75000000	0.285	11.26	3.6	2006
- 0.0638889	145044000	75000000	0.261	3.6	3.37	2007
- 0.2195846	151501000	88000000	0.254	3.37	2.63	2008
- 0.1444867	177051000	88000000	0.29	2.63	2.25	2009
0.3688889	205926000	100000000	0.347	2.25	3.08	2010
- 0.1331169	223570000	100000000	0.366	3.08	2.67	2011
-	241237000	100000000	0.353	2.67	2.58	2012

0.0337079								
0.0581395	264178000	125000000	0.408	2.58	2.73	2013		
0.03663	291812000	125000000	0.278	2.73	2.83	2014		
-0.2190813	307935000	180000000	0.257	2.83	2.21	2015		
-0.158371	326472000	180000000	0.195	2.21	1.86	2016		
-0.2096774	336584000	180000000	0.169	1.86	1.47	2017		
-0.0748299	336397000	180000000	0.167	1.47	1.36	2018		
-0.25	349875109	180000000	0.161	1.36	1.02	2019		

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (18) متغيرات الأداء المالي لبنك القاهرة عمان

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الاحتياطيات	الودائع	النقدية	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
1.064E+09	3.5E+08	2E+07	9E+08	5E+08	1.6E+08	3.1E+07	1.227E+09	4.4E+07	2005
1.041E+09	2.5E+08	2E+07	9E+08	4E+08	1.4E+08	1.9E+07	1.179E+09	3.1E+07	2006
1.174E+09	2.9E+08	3E+07	1E+09	5E+08	1.5E+08	2.1E+07	1.319E+09	3.1E+07	2007
1.311E+09	2.3E+08	3E+07	1E+09	4E+08	1.5E+08	2E+07	1.462E+09	2.7E+07	2008
1.57E+09	3.1E+08	4E+07	1E+09	5E+08	1.8E+08	2.6E+07	1.747E+09	3.4E+07	2009
1.638E+09	2E+08	4E+07	1E+09	5E+08	2.1E+08	3.5E+07	1.843E+09	4.7E+07	2010
1.717E+09	1.3E+08	5E+07	2E+09	4E+08	2.2E+08	3.7E+07	1.94E+09	5.1E+07	2011
1.783E+09	2.1E+08	6E+07	1E+09	4E+08	2.4E+08	3.5E+07	2.024E+09	5E+07	2012
1.949E+09	2E+08	7E+07	2E+09	5E+08	2.6E+08	4.1E+07	2.213E+09	5.9E+07	2013
2.062E+09	1.9E+08	7E+07	2E+09	8E+08	2.9E+08	4.5E+07	2.353E+09	6.2E+07	2014
2.224E+09	2.1E+08	9E+07	2E+09	9E+08	3.1E+08	4.1E+07	2.532E+09	6E+07	2015
2.154E+09	2.3E+08	1E+08	2E+09	6E+08	3.4E+08	3.5E+07	2.491E+09	5E+07	2016
2.447E+09	5.2E+08	1E+08	2E+09	8E+08	3.5E+08	3E+07	2.794E+09	4.2E+07	2017
2.589E+09	3.3E+08	1E+08	2E+09	5E+08	3.5E+08	3E+07	2.935E+09	4.2E+07	2018
2,774,571,269	332,657,295	9E+07	2E+09	6E+08	3.6E+08	27,506,810	3,133,800,635	44,208,357	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (19) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك المؤسسة العربية

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
2.7E+07	4589370	4542290	47080	2005
2.7E+07	1901007	1743914	157093	2006
2.9E+07	2313144	2220263	92881	2007
3.2E+07	2368838	2299461	69377	2008
3E+07	2165421	2117067	48354	2009
3.5E+07	2098614	2059507	39107	2010
2.7E+07	2368137	2283774	84363	2011
3.9E+07	2684023	2565371	118652	2012
4.1E+07	3061816	2931816	130000	2013
4.4E+07	3392593	3258093	134500	2014
4.8E+07	4074129	3880118	194011	2015
4.7E+07	4150641	3975981	174660	2016
4.3E+07	4076284	3911284	165000	2017
4.2E+07	3719233	3569233	150000	2018
4.1E+07	2704715	2559715	145000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (20) متغيرات السمعة لبنك المؤسسة العربية

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.21012658	52921000	34500000	0.264	3.95	4.78	2005
-0.4435146	65781000	56062500	0.245	4.78	2.66	2006
-0.1691729	77345000	56062500	0.164	2.66	2.21	2007
-0.280543	85104000	70919063	0.154	2.21	1.59	2008
-0.2830189	96225000	70919063	0.115	1.59	1.14	2009
0.03508772	106598000	89600000	0.129	1.14	1.18	2010
-0.1355932	118156000	89600000	0.126	1.18	1.02	2011
-0.0294118	130717000	98679039	0.112	1.02	0.99	2012
0.09090909	133585000	100000000	0.106	0.99	1.08	2013
0.00925926	146983000	110000000	0.122	1.08	1.09	2014
0.0733945	152777000	110000000	0.142	1.09	1.17	2015
0.11111111	157108000	110000000	0.128	1.17	1.3	2016
-0.0846154	160242000	110000000	0.118	1.3	1.19	2017
-0.1932773	160179000	110000000	0.088	1.19	0.96	2018

-0.15625	156892000	110000000	0.018	0.96	0.81	2019
----------	-----------	-----------	-------	------	------	------

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (21) متغيرات الأداء المالي لبنك المؤسسة العربية

السنة	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	اجمالي الموجودات	صافي الربح	حق الملكية	حقوق المساهمين	نقد لدى البنك المركزي	النقدية	الودائع	الاحتياطيات	اجمالي المطلوبات
2005	16527404	410786480	11861343	52920820	52921000	64669876	138172980	289605919	9667216	357865660
2006	15951935	517654162	10991248	65781371	65781000	49557019	173290405	349068282	11768302	451872791
2007	15215240	601180052	10557968	77344767	77345000	46990561	207023837	442791172	8983077	523835285
2008	14987932	587006228	9919883	85103604	85104000	67091186	171819013	409686818	13433254	501902624
2009	13191183	610981717	9236879	96224742	96225000	72122160	157501165	423042642	15075521	514756975
2010	14350434	696827633	10358282	106598221	106598000	69572030	172079831	507953071	16174300	590229412
2011	16569338	758080329	11300733	118155704	118156000	38869780	106369741	562794719	19129009	639924625
2012	15978655	827350973	11031333	130717010	130717000	39367271	113772789	575756283	21063845	696633963
2013	17115341	956291367	11695674	133584999	133585000	54912900	159385715	734350057	23065915	822706368
2014	19340453	1099926447	13441467	146982806	146983000	145069408	242193635	870942628	25262017	952943641
2015	23904628	1029034055	15644384	152777146	152777000	80211515	158065194	794696679	27979986	876256909
2016	21431515	1113522127	14065727	157107581	157108000	114640271	466505184	832123264	30184402	956414546
2017	19432719	1128063057	12964911	160241804	160242000	72984906	157683347	841257355	32404477	967821253
2018	14211341	1145903091	9716214	160178766	160179000	49020779	162005960	830364832	27887865	985724325
2019	3455618	1139059465	1935274	156892296.00	156892000	68048129	129909667	836377405	31099587	982167169

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (22) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لبنك TD Bank Group

السنة	الإعانات الخارجية	الإعانات الداخلية	اجمالي الإعانات	صافي الربح	الإيرادات
2005	\$27,500,000	\$1,674,000,000	\$1,701,500,000	2,229,000,000	11,897,000,000
2006	\$33,040,000	\$1,785,000,000	\$1,818,040,000	4,603,000,000	13,104,000,000
2007	\$32,600,000	\$1,869,000,000	\$1,901,600,000	3,997,000,000	14,281,000,000
2008	\$47,000,000	\$1,895,000,000	\$1,942,000,000	3,833,000,000	14,669,000,000
2009	\$50,900,000	\$2,168,000,000	\$2,218,900,000	3,120,000,000	17,860,000,000
2010	\$57,700,000	\$2,213,000,000	\$2,270,700,000	4,644,000,000	19,565,000,000
2011	\$66,200,000	\$2,410,000,000	\$2,476,200,000	6,045,000,000	21,662,000,000
2012	\$65,300,000.00	\$2,594,000,000.00	\$2,659,300,000	6,471,000,000	23,122,000,000
2013	\$74,700,000.00	\$2,900,000,000.00	\$2,974,700,000	6,640,000,000	27,259,000,000
2014	\$82,000,000	\$3,280,000,000	\$3,362,000,000	7,883,000,000	29,961,000,000
2015	\$92,500,000	\$3,591,000,000	\$3,683,500,000	8,024,000,000	31,426,000,000
2016	\$102,800,000	\$3,722,000,000	\$3,824,800,000	8,936,000,000	34,315,000,000
2017	\$107,000,000	\$4,179,000,000	\$4,286,000,000	10,517,000,000	36,149,000,000
2018	\$116,000,000	\$4,215,000,000	\$4,331,000,000	11,334,000,000	38,834,000,000
2019	\$126,000,000	\$4,365,000,000	\$4,491,000,000	11,686,000,000	41,065,000,000

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (23) متغيرات السمعة لبنك TD Bank Group

السنة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	سعر الاغلاق للسنة السابقة	توزيعات الأرباح	اجمالي عدد الأسهم القائمة	حقوق المساهمين	التغير في سعر السهم
2005	26.35	20.84	6.42	691300000	15866000000	0.264395393
2006	29.93	26.35	12.73	716800000	19632000000	0.135863378
2007	34.97	29.93	11.01	718600000	21404000000	0.168392917
2008	17.93	34.97	9.77	769600000	31674000000	-0.48727481
2009	31.36	17.93	6.96	847100000	38720000000	0.749023982
2010	37.15	31.36	10.23	867100000	42302000000	0.184630102
2011	37.4	37.15	12.93	885700000	46852000000	0.006729475
2012	42.17	37.4	13.57	906600000	49000000000	0.127540107
2013	47.12	42.17	6.9	1,837,900,000.00	51383000000	0.117382025
2014	47.78	47.12	8.29	1,839,100,000.00	56231000000	0.014006791
2015	39.17	47.78	8.43	1,849,200,000.00	67028000000	-0.18020092
2016	49.34	39.17	9.35	1,853,400,000.00	74214000000	0.259637478
2017	58.58	49.34	11.01	1,850,600,000.00	75190000000	0.18727199
2018	94.72	58.58	12.03	1,835,400,000.00	80040000000	0.616934107
2019	56.13	94.72	12.5	1,835,400,000.00	87701000000	-0.40741132

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (24) متغيرات الأداء المالي لبنك TD Bank Group

السنة	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	اجمالي الموجودات	صافي الربح	حق الملكية	النقدية	الودائع	نقد لدى البنك المركزي	اجمالي عدد الأسهم القائمة	اجمالي المطلوبات
2005	3,060,000,000	365,210,000,000	2,229,000,000	15,866,000,000	13,418,000,000	246,981,000,000	1,673,000,000	691,300,000	349,344,000,000
2006	5,527,000,000	392,914,000,000	4,603,000,000	19,632,000,000	10,782,000,000	260,907,000,000	2,019,000,000	716,800,000	373,282,000,000
2007	4,661,000,000	422,124,000,000	3,997,000,000	21,404,000,000	16,536,000,000	276,393,000,000	1,790,000,000	718,600,000	400,720,000,000
2008	4,104,000,000	563,214,000,000	3,833,000,000	31,674,000,000	17,946,000,000	375,694,000,000	2,517,000,000	769,600,000	531,540,000,000
2009	3,169,000,000	557,219,000,000	3,120,000,000	38,720,000,000	21,517,000,000	391,034,000,000	2,414,000,000	847,100,000	518,499,000,000
2010	5,777,000,000	619,545,000,000	4,644,000,000	42,302,000,000	21,710,000,000	429,971,000,000	2,574,000,000	867,100,000	577,243,000,000
2011	7,125,000,000	735,493,000,000	6,045,000,000	44,004,000,000	24,112,000,000	449,428,000,000	3,096,000,000	885,700,000	691,489,000,000

762,106,000,000	906,600,000	3,436,000,000	487,754,000,000	25,128,000,000	49,000,000,000	6,471,000,000	811,106,000,000	7,329,000,000	2012
810,638,000,000	1,837,900,000	3,581,000,000	541,605,000,000	32,164,000,000	51,383,000,000	6,640,000,000	862,021,000,000	7,503,000,000	2013
888,511,000,000	1,839,100,000	2,781,000,000	600,716,000,000	46,554,000,000	56,231,000,000	7,883,000,000	944,742,000,000	9,075,000,000	2014
1,037,345,000,000	1,849,200,000	3,154,000,000	144,378,000,000	45637000000	67,028,000,000	8,024,000,000	1,104,373,000,000	9,170,000,000	2015
1,102,753,000,000	1,853,400,000	3,907,000,000	157,891,000,000	57621000000	74,214,000,000	8,936,000,000	1,176,967,000,000	10,646,000,000	2016
1,203,805,000,000	1,850,600,000	3,971,000,000	479,792,000,000	39,089,000,000	75,190,000,000	10,517,000,000	1,278,995,000,000	12,321,000,000	2017
1,254,863,000,000	1,835,400,000	4,735,000,000	522,051,000,000	50,447,000,000	80,040,000,000	11,334,000,000	1,334,903,000,000	13,773,000,000	2018
1,327,589,000,000	1,835,400,000	4,863,000,000	886,977,000,000	30,446,000,000	87,701,000,000	11,686,000,000	1,415,290,000,000	13,229,000,000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (25) متغيرات المسؤولية الاجتماعية Royal Bank

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
19,184,000,000	3,646,000,000	3,581,000,000	65,000,000	2005
20,637,000,000	4,159,000,000	4,076,000,000	83,000,000	2006
22,462,000,000	4,495,800,000	4413000000	82800000	2007
21,582,000,000	4,203,000,000	4104000000	99000000	2008
29,106,000,000	4,959,100,000	4854000000	105100000	2009
28,330,000,000	4,907,100,000	4777000000	130100000	2010
27,638,000,000	4,724,000,000	4,626,000,000	98,000,000	2011
29,772,000,000	5,082,000,000	4,987,000,000	95,000,000	2012
30,682,000,000	5,700,300,000	5596000000	104300000	2013
34,108,000,000	6,277,500,000	6166000000	111500000	2014
35,321,000,000	6,503,000,000	6403000000	100000000	2015
38,405,000,000	6,425,000,000	6335000000	90000000	2016
40,669,000,000	7,462,000,000	7364000000	98000000	2017
42,576,000,000	7,838,000,000	7723000000	115000000	2018
46,002,000,000	8,130,000,000	8000000000	130000000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (26) متغيرات السمعة ل Royal Bank

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الإغلاق للسنة السابقة	سعر الإغلاق للسنة الحالية	Royal Bank
0.413009648	19847000000	1,283,433,000,000	10.36	32.13	45.4	2005
0.22246696	22123000000	1,279,956,000,000	14.48	45.4	55.5	2006
-0.085765766	24439000000	1,273,185,000,000	16.86	55.5	50.74	2007

-0.28852976	30638000000	1,305,706,000,000	6.79	50.74	36.1	2008
0.56232687	36906000000	1,398,675,000,000	5.16	36.1	56.4	2009
-0.072340426	38951000000	1,420,719,000,000	6.95	56.4	52.32	2010
-0.006498471	39702000000	1,430,722,000,000	16.88	52.32	51.98	2011
0.151981531	44267000000	1,442,167,000,000	19.82	51.98	59.88	2012
0.19255177	47665000000	1,443,735,000,000	22.04	59.88	71.41	2013
0.12365215	52690000000	1,442,553,000,000	24.06	71.41	80.24	2014
-0.075897308	62146000000	1,442,935,000,000	13.48	80.24	74.15	2015
0.225488874	71017000000	1,485,876,000,000	13.58	74.15	90.87	2016
0.129635743	73829000000	1,466,988,000,000	15.15	90.87	102.65	2017
-0.089722358	79861000000	1,443,894,000,000	16.75	102.65	93.44	2018
0.09963613	83523000000	1,434,779,000,000	17.53	93.44	102.75	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (27) متغيرات الأداء المالي ل Royal Bank

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الودائع	التقديية	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
449674000000.00	5,001,000,000	306,860,000,000	10238000000	19,847,000,000	3,387,000,000	469,521,000,000	4,702,000,000	2005
514657000000.00	4,401,000,000	343,523,000,000	14903000000	22,123,000,000	4,728,000,000	536,780,000,000	6,204,000,000	2006
575907000000.00	4,226,000,000	365,205,000,000	16107000000	24,439,000,000	5,492,000,000	600,346,000,000	7,025,000,000	2007
693221000000.00	11,086,000,000	438,575,000,000	31127000000	30,638,000,000	4,555,000,000	723,859,000,000	6,005,000,000	2008
618083000000.00	8,353,000,000	398,304,000,000	17276000000	36,906,000,000	3,858,000,000	654,989,000,000	5,526,000,000	2009
687255000000.00	9,330,000,000	433,033,000,000	22582000000	38,951,000,000	5,223,000,000	726,206,000,000	6,968,000,000	2010
752,370,000,000	12,428,000,000	479,102,000,000	18888000000	41,463,000,000	6,444,000,000	793,833,000,000	8,980,000,000	2011
779,072,000,000	12,617,000,000	508,219,000,000	22872000000	46,028,000,000	7,539,000,000	825,100,000,000	9,690,000,000	2012
810,285,000,000	15,550,000,000	563,079,000,000	24589000000	49,460,000,000	8,342,000,000	859,745,000,000	10,447,000,000	2013
886,047,000,000	17,421,000,000	614,100,000,000	25820000000	54,503,000,000	9,004,000,000	940,550,000,000	11,710,000,000	2014
1,010,264,000,000	12,452,000,000	697,227,000,000	32,145,000,000	63,944,000,000	10,026,000,000	1,074,208,000,000	12,623,000,000	2015
1,108,646,000,000	14,929,000,000	757,589,000,000	42780000000	71,612,000,000	10,458,000,000	1,180,258,000,000	13,299,000,000	2016

1,138,425,000,000	28,407,000,000	789,635,000,000	61069000000	74,428,000,000	11,469,000,000	1,212,853,000,000	14,672,000,000	2017
1,254,779,000,000	30,209,000,000	837,046,000,000	66680000000	79,955,000,000	12,431,000,000	1,334,734,000,000	15,760,000,000	2018
1,345,310,000,000	26,310,000,000	886,005,000,000	64655000000	83,625,000,000	12,871,000,000	1,428,935,000,000	15,914,000,000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (28) متغيرات المسؤولية الاجتماعية لBMO Financial Group

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	الإعانات الخارجية	السنة
9,958,000,000	1880900000.00	\$1,843,000,000.00	\$37,900,000.00	2005
9,809,000,000	1961800000.00	1921000000	40800000	2006
8,996,000,000	1911400000.00	1861000000	50400000	2007
8,875,000,000	1882900000.00	1827000000	55900000	2008
9,461,000,000	2045000000.00	1990000000	55000000	2009
11,161,000,000	2133302000.00	2,079,000,000	54,302,000	2010
12,861,000,000	2329400000.00	2,263,000,000	66400000	2011
15,929,000,000	2507629000.00	2,420,000,000	87,629,000	2012
16,063,000,000	2565000000.00	\$2,509,000,000	56000000	2013
16,718,000,000	2911700000.00	2854000000	57700000	2014
19,389,000,000	3227900000.00	3171000000	56900000	2015
21,087,000,000	3357300000.00	3300000000	57300000	2016
22,260,000,000	3534300000.00	3472000000	62300000	2017
23,037,000,000	3348500000.00	3,285,000,000	63500000	2018
25,483,000,000	3728200000.00	3,661,000,000	67200000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (29) متغيرات السمعة لBMO Financial Group

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.12534626	13842000000	500,060,000,000	9.36	57.76	65	2005
0.055384615	15061000000	501,257,000,000	10.4	65	68.6	2006
- 0.194314869	15298000000	499,950,000,000	8.29	68.6	55.27	2007
- 0.418310114	17904000000	502,062,000,000	7.55	55.27	32.15	2008
0.737169518	20197000000	540,294,000,000	6.17	32.15	55.85	2009
0.029185318	21880000000	559,822,000,000	9.53	55.85	57.48	2010
- 0.027835769	26353000000	591,403,000,000	9.74	57.48	55.88	2011
0.962240515	28655000000	644,407,000,000	12.33	55.88	109.65	2012

- 0.353944368	30107000000	648,476,000,000	12.36	109.65	70.84	2013
0.160079051	34313000000	645,860,000,000	12.85	70.84	82.18	2014
- 0.049890484	39422000000	644,916,000,000	13.16	82.18	78.08	2015
0.236808402	42304000000	644,049,000,000	13.86	78.08	96.57	2016
0.041627835	44354000000	649,650,000,000	15.87	96.57	100.59	2017
- 0.113331345	45727000000	642,930,000,000	16.36	100.59	89.19	2018
0.128377621	51076000000	638,881,000,000	17.34	89.19	100.64	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (30) متغيرات الأداء المالي ل BMO Financial Group

اجمالي المطلوبات	نقد لدى البنك المركزي	الودائع	النقدية	حق الملكية	صافي الربح	اجمالي الموجودات	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	السنة
280,020,000,000	449,000,000	193,793,000,000	20,721,000,000	13,842,000,000	2,396,000,000	293,862,000,000	3,328,000,000	2005
304,917,000,000	333,000,000	203,848,000,000	19,608,000,000	15,061,000,000	2,663,000,000	319,978,000,000	3,456,000,000	2006
351,226,000,000	457000000	232,050,000,000	22,890,000,000	15,298,000,000	2,131,000,000	366,524,000,000	2,395,000,000	2007
398,146,000,000	480000000	257,670,000,000	21,105,000,000	17,904,000,000	1,978,000,000	416,050,000,000	1,981,000,000	2008
368,261,000,000	326,000,000	236,156,000,000	13,295,000,000	20,197,000,000	1,787,000,000	388,458,000,000	2,080,000,000	2009
389,760,000,000	461000000	249,251,000,000	20,554,000,000	21,880,000,000	2,810,000,000	411,640,000,000	3,571,000,000	2010
472,739,000,000	817000000	302,373,000,000	25,656,000,000	27,836,000,000	3,114,000,000	500,575,000,000	3,990,000,000	2011
495,359,000,000	1,059,000,000	323,702,000,000	26,282,000,000	30,090,000,000	4,189,000,000	525,449,000,000	5,127,000,000	2012
505,818,000,000	1,211,000,000	368,369,000,000	32607000000	31,481,000,000	4,195,000,000	537,299,000,000	5,250,000,000	2013
553,255,000,000	1,638,000,000	393,088,000,000	34496000000	35,404,000,000	4,333,000,000	588,659,000,000	5,236,000,000	2014
601,968,000,000	2,232,000,000	438,169,000,000	47,677,000,000	39,913,000,000	4,405,000,000	641,881,000,000	5,341,000,000	2015
645,607,000,000	1,958,000,000	473,372,000,000	36,102,000,000	42,328,000,000	4,631,000,000	687,935,000,000	5,732,000,000	2016
665,226,000,000	1,435,000,000	479,792,000,000	39,089,000,000	44,354,000,000	5,350,000,000	709,580,000,000	6,646,000,000	2017
727,572,000,000	1,655,000,000	522,051,000,000	50,447,000,000	45,721,000,000	5,450,000,000	773,293,000,000	7,410,000,000	2018
801,119,000,000	1,896,000,000	568,143,000,000	56,790,000,000	51,076,000,000	5,758,000,000	852,195,000,000	7,272,000,000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (31) متغيرات المسؤولية الاجتماعية Scotiabank

الإيرادات	اجمالي الإعانات	الإعانات الداخلية	Scotiabank	السنة
17253880000	96800000	40000000	56800000	2005
19347975000	93600000	40000000	53600000	2006
22238676000	1127653000	1084653000	43000000	2007

27801441000	1418106000	1375106000	43000000	2008
25,326,890,000	1405902000	1366902000	39000000	2009
25,149,385,000	1443913000	1393913000	50000000	2010
29,082,006,000	1713366000	1663366000	50000000	2011
31,219,580,000	1585749000	1532749000	53000000	2012
34,241,322,000	2353199000	2291199000	62000000	2013
33,833,677,000	2264298000	2199298000	65000000	2014
35,139,477,000	2282968000	2212968000	70000000	2015
37,337,193,000	1983769000	1913769000	70000000	2016
39,492,799,000	1992811000	1912811000	80000000	2017
40,293,260,000	1535139000	1445139000	90000000	2018
42,581,441,000	1551301000	1451301000	100000000	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (32) متغيرات السمعة ل Scotiabank

التغير في سعر السهم	حقوق المساهمين	اجمالي عدد الأسهم القائمة	توزيعات الأرباح	سعر الاغلاق للسنة السابقة	سعر الاغلاق للسنة الحالية	السنة
0.133660934	23524953000.00	998000000	2.01	40.7	46.14	2005
0.128305158	27389555000.00	988000000	2.32	46.14	52.06	2006
-0.077986938	36308226000.00	989000000	2.48	52.06	48	2007
-0.306875	39756029000.00	987000000	3.02	48	33.27	2008
0.479410881	38170121000.00	1013000000	3.3	33.27	49.22	2009
0.160097521	44890057000.00	1032000000	3.23	49.22	57.1	2010
-0.109807356	63051537000.00	1072000000	3.28	57.1	50.83	2011
0.132992327	67515008000.00	1133000000	3.26	50.83	57.59	2012
0.136655669	72480781000.00	1195000000	3.37	57.59	65.46	2013
0.00122212	79893447000.00	1214000000	3.36	65.46	65.54	2014
-0.146017699	88727555000.00	1210000000	3.19	65.54	55.97	2015
0.335715562	95488537000.00	1204000000	3.63	55.97	74.76	2016
0.1035313	102431566000.00	1203000000	3.91	74.76	82.5	2017
-0.168969697	115647730000.00	1213000000	4.1	82.5	68.56	2018
0.073366394	118114076000.00	1227000000	4.24	68.56	73.59	2019

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

ملحق (33) متغيرات الأداء المالي ل Scotiabank

السنة	الأرباح قبل الفوائد والضرائب	اجمالي الموجودات	صافي الربح	حق الملكية	النقدية	الودائع	الاحتياطيات	نقد لدى البنك المركزي	اجمالي المطلوبات
2005	8329812000	183460578000.00	5885586000	23524953000	45368710000	107546636000.00	8484621000	26318551000	159935625000.00
2006	9315624000	200016602000.00	6798908000	27389555000	45930010000	113279538000.00	9234621000	27726572000	172627047000.00
2007	10167221000	263125631000.00	7610060000	36308226000	55104441000	131017687000.00	10226133000	32710560000	226817405000.00
2008	13119095000	280284251000.00	9624057000	39756029000	56048362000	130673257000.00	11833379000	40325039000	240528222000.00
2009	12,970,595,000	242,448,272,000	9,651,781,000	38,170,121,000	58,411,980,000	139,233,073,000	15,782,650,000	47,733,280,000	204,278,151,000.00
2010	12,191,068,000	255,111,139,000	9,432,950,000	44,890,057,000	55,813,802,000	145,669,819,000	17,155,348,000	39,667,416,000	210,221,082,000.00
2011	14,244,620,000	332,041,259,000	10,617,655,000	63,051,537,000	53,073,501,000	144,670,083,000	16,863,893,000	37,419,234,000	268,989,722,000.00
2012	14,850,277,000	358,209,421,000	10,575,091,000	67,515,008,000	52,868,707,000	160,994,182,000	18,012,026,000	33,256,154,000	290,694,413,000
2013	14,585,867,000	389,260,505,000	10,892,706,000	72,480,781,000	74,882,563,000	183,369,415,000.00	20,443,702,000	26,185,183,000	316,779,724,000.00
2014	13,651,057,000	407,030,262,000	10,118,599,000	79,893,447,000	82,482,561,000	190,726,667,000.00	23,064,638,000	32,180,973,000	327,136,815,000.00
2015	14,244,136,000	432,931,945,000	10,134,005,000	88,727,555,000	79,229,042,000	209,461,602,000.00	27,067,127,000	31,581,674,000	344,204,390,000.00
2016	16,640,943,000	477,391,654,000	11,590,602,000	95,488,537,000	106,276,488,000	248,416,381,000	31,206,925,000	38,876,946,000	381,903,117,000
2017	18,201,458,000	490,882,681,000	12,407,290,000	102,431,566,000	116,476,559,000	260,559,467,000	37,862,359,000	61,140,777,000	388,451,115,000
2018	18,292,628,000	521,862,287,000	12,770,916,000	115,647,730,000	122,762,983,000	287,948,379,000	43,564,318,000	69,070,417,000	406,214,557,000
2019	18,482,724,000	549,001,676,000	13,190,054,000	118,114,076,000	134,999,146,000	312,968,147,000	51,472,191,000	70,052,340,000	430,887,600,000

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية للمصارف عينة الدراسة المدرجة في البورصة للمدة من 2005 – 2019

Abstract

This study aims to show how social responsibility and its role in improving the reputation of the bank through the adoption of financial performance indicators in some Jordanian and Canadian banks and to come up with results and recommendations that help the management of banks to realize the nature of the relationship between the components of social responsibility and reputation through financial performance in Jordanian and Canadian banks, the study sample.

The study was conducted by selecting a sample of Jordanian and Canadian banking organizations represented by seven Jordanian banks (Jordan Kuwait Bank, Investment Bank, Jordan Commercial Bank, Bank of Jordan, Housing Bank, Cairo Amman Bank, Arab Corporation Bank) and four Canadian banks representing the foreign sector They are (TD Bank Group, Royal Bank, BMO Financial Group, Scotia bank).

As for the duration of the study, it was fifteen years for the period (2005-2019), according to the annual reports available for the sample banks.

The correlation coefficient (Pearson) was used to analyze the correlations through the statistical program (SPSS V.23), and to analyze the effect of the mediating variable, the statistical program (JASP 0.15) was used.

Thus, the study reached a set of theoretical and field conclusions, and based on the conclusions reached by the study, a set of recommendations consistent with these conclusions were presented.

The most prominent of these conclusions were:

1- With regard to the relationship between social responsibility and the reputation of the bank, it is clear from the results of the descriptive analysis of Jordanian banks that there is a positive and statistically significant correlation between social responsibility and the market value. However, it is not statistically significant. As for the relationship between social responsibility and market value to book value, it was negative and not statistically significant.

The most important recommendations were:

1 - The necessity for banks to strengthen their work in the field of social responsibility in order to improve the mental image of customers about banks, because this would create a good reputation for the customer about the services of the bank, thus increasing its financial performance.

**The Republic of Iraq
Ministry of Higher Education and Scientific Research
Karbala University - College of Administration and Economics
Department of Financial and Banking Sciences**



**The role of social responsibility in improving the reputation of the bank
through financial performance indicators
A comparative study of a sample of Jordanian and Canadian
For the period from (2005-2019)**

**Thesis submitted to
The Council of the College of Administration and Economics at the
University of Karbala
It is part of the requirements for obtaining a doctorate degree philosophy
in banking and finance**

**by the student
Hawraa Zaki Hameed Kazem**

**Under the supervision
Ass . Prof. Dr. Zainab Makki Al-Banaa
Ass . Prof. Dr. Kamal Kazem Jawad Al-Shamry**