

"دور أبعاد الإبداع المالي في تحقيق متطلبات النجاح المالي"

دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية لعينة من المصارف الأهلية في إقليم كردستان العراق

حكمت رشيد سلطان¹ و سامي عبدالله عزب²

¹ قسم إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة دهوك، إقليم كردستان العراق - العراق.

² قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة زاخو، إقليم كردستان العراق - العراق.

تاريخ الاستلام: 2017/01 تاريخ القبول: 2017/03 تاريخ النشر: 2017/03 <https://doi.org/10.26436/2017.5.1.190>

الملخص:

شهدت البيئة العالمية في العقدين الأخيرين العديد من التطورات والتغيرات من بينها : ظاهرة العولمة وتقدم تكنولوجيا المعلومات والاقتصاد المبني على المعرفة والإبداع، وقد فرضت هذه التغيرات تحديات جديدة على منظمات الأعمال وخاصة المصارف وأصبح التحدي الرئيس الذي يواجه تلك المنظمات في ظل عولمة النشاط الاقتصادي، هو كيفية زيادة قدراتها التنافسية، والمحافظة عليها لمواكبة تلك التغيرات، ومن ثم تحقيق النجاح فيها.

تأسيساً على ما سبق، تسعى الدراسة الحالية إلى تحديد علاقة الارتباط والتأثير بين أبعاد الإبداع المالي بوصفها متغيراً مستقلاً ومتطلبات النجاح المالي بوصفها متغيراً معتمداً والتي تم تطبيقها في عينة من المصارف الأهلية في إقليم كردستان العراق، والتعرف على الأهمية التي تكتسبها عملية الإبداع المالي في النظام المصرفي ودورها في تحقيق النجاح المالي للمصارف. وبشكل عام تحاول الدراسة الاجابة عن التساؤلات البحثية لتكون حدوداً لمشكلة الدراسة الحالية وعلى النحو الآتي:

1. مدى وجود علاقة ارتباط بين الإبداع المالي ومتطلبات النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟

2. مدى وجود علاقة تأثير للإبداع المالي في تحقيق متطلبات النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟

وتوصلت الدراسة لعدد من الاستنتاجات من أهمها:

أ. أظهرت نتائج التحليل عن وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي على المستوى الكلي لمصارف عينة الدراسة.

ب. هناك تأثير معنوي للإبداع المالي أجمالاً في النجاح المالي على مستوى المصارف عينة الدراسة.

ت. وجود تباين تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة في محافظتي دهوك وأربيل فيما أظهرت نتائج التحليل إلى عدم وجود تباين تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة في محافظة السليمانية.

ووضعت الدراسة عدداً من المقترحات التي تتواءم مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية فضلاً عن اقتراح مجموعة من الدراسات المستقبلية للباحثين في هذا المجال

الكلمات الدالة: أبعاد الإبداع المالي، متطلبات النجاح المالي، المصارف الأهلية، إقليم كردستان العراق.

1. المقدمة

المجالات، جعل اللجوء إلى الإبداع المالي أمراً لا مفر منه أمام الدول والمنظمات وخاصة القطاع المصرفي منه. وأستطاع القطاع المصرفي في إقليم كردستان العراق أن يلامس هذه الأهمية من خلال إقامة ورش العمل والمؤتمرات التي أشارت إلى ضعف الإبداع المالي وضعف تحقيق النجاح المالي في القطاع المصرفي بشكل عام، واستجابة لذلك جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على دور أبعاد الإبداع المالي في تحقيق متطلبات النجاح المالي، إذ تناول الباحث إطاراً شمولياً يعتمد على

يتطلب استمرار التقدم العلمي والتطور التقني الذي تحقق في مختلف المجالات يتطلب النظر للأمور بطريقة متجددة ومن ضمنها توليد الأفكار المستحدثة وتشجيع الإبداع ، خاصة في الدول الأقل تطوراً ، والتي تسعى جاهدة إلى اللحاق بركب التقدم العلمي والتطور التقني، وأن القرن الواحد والعشرون بما يتضمنه من تقدم وتطور في كافة

وهذه الحلول يتطلب فترة وجيزة من الانظمة الجديدة ومن ثم تأسيس أسواق ومنظمات مالية جديدة متخصصة في هذه التطورات الجديدة ويرى (Bos, et al.,2009:3) إن الإبداع المالي يضم الأنشطة التي تقلل من تكاليف المنظمة المالية داخلياً وخارجياً وكذلك تقلل المخاطرة ويوفر احتياجات الزبائن على نطاق واسع من منتجات جديدة على سبيل المثال (أجهزة الصراف الآلي والائتمان وبطاقات السحب الآلي، تعديل معدل القروض العقارية)، وعمليات الانتاج على سبيل المثال (المدفوعات الالكترونية الجديدة وحفظ السجلات وجمع المعلومات ونشرها عبر أجهزة الكمبيوتر والاتصالات وتوريق القروض والخدمات المالية الاخرى)، والأشكال التنظيمية على سبيل المثال (بنوك الانترنت والبنوك المتنوعة بين الدول والخدمات المالية التقليدية وغير التقليدية).

ويوضح (Bruno & Lippe,2012:16) أن الإبداع المالي قد ادخل طرقاً جديدة لاكتساب الميزة التبادلية من الاحتياجات الكمالية على سبيل المثال الرغبة في اقتراض المال ورفع رأس المال الاستثماري أو تعويض الخطر هذا من جهة ، والرغبة في الاقتراض واستثمار الاموال أو تحمل المخاطر من جهة اخرى، وأن الوظيفة الكلية للإبداع المالي هو الحد من عيوب السوق المالية ويساعد على سد الفجوة المتاحة للسلع أو الخدمات للمستهلكين (على سبيل المثال من خلال توفير آلية جديدة للدفع عبر الانترنت أو التسعير من خلال التكنولوجيا المبتكرة وتقدير المخاطر أو أنها تقلل من الاحتكاكات في السوق كأرتفاع تكاليف معاملات بعض المنتجات.

ويعرفه (Avais,2014:1) بأنه تقديم أدوات جديدة للمستثمرين لم يتم تقديمها لهم من قبل ، حيث واصلت الأسواق المالية إنتاج العديد من المنتجات المالية الجديدة بما في ذلك العديد من المشتقات المالية والأشكال الجديدة لها وكذلك منتجات نقل المخاطر البديلة والصناديق المتداولة في البوصة.

واستناداً الى ما سبق فإن التعريف الاجرائي للإبداع المالي هو " تطبيق أفكار جديدة في المنظمات المالية والمصرفية ويتضمن تطورات جديدة في أبعاد الإبداع المالي بما في ذلك الأسواق والمنظمات والأدوات والانظمة ويرافقه في ذلك تطبيق التكنولوجيا المتقدمة وكونها حالة جديدة من قبل المستخدم النهائي وذلك بهدف النجاح المستمر لهذه المنظمات".

2.2. أهمية الإبداع المالي: The Importance Of Financial Innovation

للإبداع المالي أهمية كبيرة في المنظمات المالية والمصرفية، ويمكن تلخيص أهمية الإبداع المالي في النقاط الاتية :

1. الإبداع هو ظاهرة مهمة في أي قطاع من القطاعات الاقتصادية الحديثة ، وبطبيعة الحال فإن أهمية الإبداع المالي يبين التحسينات في القطاع المالي ولها تداعيات إيجابية مباشرة في النواحي الإقتصادية، وعلاوة على ذلك فإن الإبداع المالي يشجع على المزيد من الإدخار

طروحات الكتاب والباحثين في الإدارة المالية وإدارة الأعمال ، وإدارة الأسواق المالية وأستهدف الدراسة بناء إطار ميداني لدور أبعاد الإبداع المالي في تحقيق النجاح المالي عن طريق وصف المتغيرات وتشخيصها فضلاً عن تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة الرئيسية، وتقديم المقترحات لمصارف عينة الدراسة والباحثين في هذا الموضوع مستقبلاً.

وتأسيساً على ما تقدم فقد تم بناء نموذج افتراضي يحدد طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (الإبداع المالي)، والمتغير المعتمد (النجاح المالي)، وانبثقت منه مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية التي اختبرت من خلال أساليب احصائية للبيانات والمعلومات المجمعّة عن المصارف عينة الدراسة في إقليم كردستان العراق ، وأكدت نتائجها دعمها لفرضيات الدراسة وأهدافها وسريان أنموذجها.

2. المبحث الاول: مفهوم الإبداع المالي وأهميته وأبعاده

1.2. مفهوم الإبداع المالي: The Concept Of Financial Innovation

للإبداع دور مهم في التنمية الإقتصادية وهذا الأمر لاجدال فيه ، والتعريف العام للإبداع يوضح عندما تظهر الأفكار الجديدة وتظهر معها الحلول والأدوات من أجل تغيير شروط الأعمال التجارية وتحسين أوضاعها وتطبيق الإبداع يزيد من القدرة التنافسية للأعمال ويخلق قيمة لاصحابها (Dabic,2011:196).

ويشير (Btach:2011:17) إلى أن الإبداع المالي له تاريخ طويل في التطور ويمكن توضيح ذلك بأن ظهور الأدوات المالية (الاسهم والسندات) والاسواق المالية (أسواق الاسهم والسندات التقليدية) والمنظمات المالية (المصارف التقليدية) في فترة القرن السابع والثامن عشر يمكن تصنيفها على أنها إبداعات مالية، وفي القرن السابع والثامن عشر كانت الإبداعات المالية عبارة عن الأدوات المالية الجديدة (الديون) في ذلك الوقت يرتبط بالأسواق ذات السيولة العالية والتي وجدت لجمع رأس المال المطلوب لتمويل الحملات الاستكشافية عبر المحيطات والرحلات التجارية، ثم في القرن التاسع عشر فإن المصارف الإستثمارية وباستخدام وسائل المحاسبة الجديدة بدأت بتقييم ربحية الشركات السكك الحديدية وتزويدهم بمصادر التمويل، وبعد ذلك في القرن العشرين ظهر شركات الملكية الخاصة والتي أخذت بتحليل وتمويل المشاريع التي تقدم الحلول للمشاكل التكنولوجية.

ويرى (Gubler,2010:1-49) بأنه يمكن تعريف الإبداع المالي استناداً الى النظام المالي بأنه تغيير في الأداء والحلول الجديدة وتطور أنظمة الاتصال في الأدوات و الأسواق والمنظمات المالية ونشاطهم، والعلاقة بين هذه المجموعة من الابتكارات المالية متعدد الابعاد يمكن وصفها بأنها دوامة الإبداع وهذا يعني أن المنظمات المالية الجديدة تؤدي الى خلق أدوات مالية جديدة ويتم تداولها في أسواق مالية جديدة

إلا أن هناك قدراً من الاتفاق بين الكتاب الآخرين على أنها أبعاد الإبداع المالي، وسنعمد هذه الأبعاد لأنها تتلائم مع الدراسة الحالية، وفيما يأتي شرح مختصر لكل بُعد من الأبعاد والتي كانت القاسم المشترك لرأي الكتاب والباحثين:

1.3.2. الإبداع في توفير السيولة (Innovation in the Availability of Liquidity): يقصد بالسيولة المصرفية بأنها قدرة المصرف على مواجهة إلتزاماته المالية، والتي تتكون بشكل كبير من تلبية طلبات المودعين للسحب من الودائع، وتلبية طلبات المقترضين لتلبية حاجات المجتمع (الحسيني والدوري، 2000:93). وتُعرف بأنها قدرة المصرف على تسديد جميع إلتزاماته المالية نقداً، وعلى الإستجابة لطلبات الإئتمان، أو منح القروض الجديدة، وهذا يستدعي توفر نقد سائل لدى المصارف، أو إمكانية الحصول عليه عن طريق تسهيل بعض أصوله، أي تحويلها إلى نقد سائل بسرعة وسهولة (ابو حمد، 2002:185). وتعرف السيولة أيضاً بأنها مدى توافر أصول سريعة التحويل إلى نقدية بدون خسائر في قيمتها لمقابلة الديون المستحقة في مواعيدها دون تأخير (الهوري، 1987:70) ويرى (Hampel, 1994:158) إن أحد أهم المهام بالنسبة لأداء المصرف هي قياس وتلبية احتياجاته من السيولة، وأن احتياجات سيولة المصرف يجب أن تكون مقاسه بصورة ديناميكية، وربما تكون سلبية إذا امتلك المصرف عدداً كبيراً من مصادر السيولة ذات الأرباح المتدنية العائد إلى احتياجاته لمثل هذه السيولة، ومن ناحية أخرى فإن السيولة القليلة جدا ربما تؤدي إلى مشاكل كبيرة وربما تؤدي إلى فشل المصرف أيضاً.

إن السيولة في المصارف التجارية مسألة حساسة وخطيرة ففي الوقت الذي يمكن أن يطلب من أي دائن في أي شركة صناعية أو زراعية أو عقارية مهلة السداد نجد أن الأمر يصبح خطيراً لو إن المصرف طلب من المودعين الانتظار لحين تدبير الأموال وعلى ذلك فإن نقص السيولة للمصرف ربما يكون مميتاً له وللإقتصاد الوطني ككل (سلطان، 2005:142).

من خلال التعريفات والمفاهيم السابقة يرى الباحثان بأن السيولة في المفهوم المالي تدور حول نشاط محوري، وهو توفير الأموال لمواجهة الإلتزامات والظروف الطارئة والإبداع في الموازنة بين توفير السيولة بالكمية المناسبة والتوقيت المناسب وبين الإفراط في الاحتفاظ بالسيولة بحيث لايلحق الضرر بمصالح المصرف أو مصالح الزبائن.

2.3.2. الإبداع في الاستثمار (Innovation in Investment): يقصد بالإستثمار توظيف الموارد ومنها النقد بهدف تحقيق عوائد مستقبلية، فهو علاقة بين الموجود والزمن المستقبلي لتحقيق منفعة معينة، وتحمل مخاطر تنعكس بالخسائر، فالإستثمار ظاهرة كبيرة يمارسها الأفراد والعائلات والمنظمات والدول

والاستثمار، ويمكن أيضاً أن يكون أكثر انتاجية في القرارات الاستثمارية ، كما أن للإبداع المالي آثار إيجابية غير مباشرة (Frame&whit,2002:4) .

2. تكمن أهمية الإبداع المالي في مساهمتها في تعزيز الوساطة المالية والتي تخصص المدخرات للاستثمار مما يساهم في النمو الاقتصادي ، ونظراً للدور الهام الذي يلعبه الإبداع المالي في النظام المالي والاقتصاد ككل فهناك مجال كبير للبحث والتطوير في المستقبل (Bos, et al., 2009:4).

3. الإبداع المالي هو محرك للنمو وتفعيل المعايير الاقتصادية حيث له دور أساس في خلق وظائف جديدة ، وتوفير دخل أعلى ، وتقديم الفرص الاستثمارية، وحل المشاكل الاجتماعية ، والصحية ، والحفاظ على البيئة ، وحماية الأمن، ولمساعدة تحقيق هذه الاهداف يجب على الحكومات خلق الحوافز المناسبة لأستمرار النمو في مجال الإبداع وتطوير التكنولوجيا، وأحتضان سياسات سليمة لضمانات اجتماعية واسعة والوصول الى مفاتيح العلم والتكنولوجيا (OECD, 2003).

4. يساعد الإبداع المالي في توزيع الفوائد على جميع أنحاء المجتمع حيث يساهم في خفض الأسعار وصنع سلع وخدمات جديدة على نطاق واسع ، فالإبداع المالي يغير الوضع الراهن ويؤدي الى تغير جذري في المجتمع ويساعد على تميز المنظمات المالية عن منافسيها ، اما بالنسبة للمستهلك فيؤدي الى تحسينات مفيدة في السلع والخدمات والعمليات القائمة فضلاً عن تخفيض في الأسعار الحقيقية (Bruno & Lippe, 2012:11) .

5. للإبداع المالي أهمية في تفسير الاداء المصرفي، وأثر الإبداع المالي على الاداء المالي لايزال يساء فهمه بسبب عدم فهم برامج تشغيل الإبداع المالي وتأثيره في الاداء المالي وإن معظم الدراسات الموجودة تعتمد نهج التبسيط للعلاقة في أداء الإبداع الذي لا يأخذ في الاعتبار سوابق الإبداع المالي داخل وخارج المنظمة المصرفية التي يمكن أن تؤثر على هذه العلاقة هذا من جهة، ومن جهة أخرى أهملت معظم الدراسات إمكانية السببية العكسية بين الإبداع والاداء المالي (Nuiruri & Ngari, 2014:52).

3.2. أبعاد الإبداع المالي: Dimensions of Financial Innovation

تناول الكتاب والباحثون أبعاد الإبداع المالي وفق صيغ تتفق في العدد والمحتوى أحياناً وتفترق أحياناً أخرى ، إلا أن هناك قدراً من الاتفاق بين المتخصصين في الإدارة المالية على أبعاد الإبداع المالي والتي تتمثل في : الإبداع في توفر السيولة ، الإبداع في الاستثمار، الإبداع في التمويل، الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية، والإبداع في إدارة المخاطر حيث يشير كل من (Llewellyn, 2009:5-7) و(Btach, 2011:24) و (Cristian, 2012:31) إلى هذه الأبعاد، وعلى الرغم من أن بعض الكتاب يسميها وظائف الإبداع المالي

بتمويل قصير الأجل، وعلى هذا الاساس فالتمويل أنواع منها التمويل طويل الأجل ومتوسط الأجل وقصير الأجل.

وتتمثل الوظائف الرئيسية للمدير المالي في وضع خطط للتمويل والحصول على الموارد المالية وكيفية الحصول عليها ومن ثم استخدام هذه الموارد بشكل يؤدي إلى زيادة فعالية عمليات وإنجازات المنظمة إلى الحد الأقصى ، وهذا يتطلب الإبداع والمعرفة بالأسواق المالية التي تحصل المنظمة من خلالها على الموارد المالية وكيفية الوصول إلى قرارات الاستثمار السليمة والفعالة (ويستون وبرجام،2006:25).

ولضمان الاختيار الأنسب من بين ما هو متاح من مصادر التمويل لابد أن تتوافر لدى الإدارة المالية للمنظمة القدرات الكافية وأن يكون المدير المالي مبدعاً بما فيه الكفاية لتقييم أثر استعمال مصادر التمويل المختلفة في ربحية المنظمة وقيمتها الحالية ، كما ويتوجب عليها أن تستقر على أي نوع من مصادر التمويل ، وأن يكون ملماً بجميع مصادر التمويل المتاحة وطبيعة تلك المصادر وميزاتها وعيوبها وكلفة كل منها والاجراءات اللازمة للحصول عليها وهذا يتطلب إبداعاً في هذا المجال لاختيار الأنسب من بين تلك المصادر(عقل،2011:149).

من خلال التعاريف والمفاهيم السابقة يمكن القول أن التمويل هو عبارة عن إتاحة أو تدبير الموارد النقدية للمنظمة في أي وقت تكون هناك حاجة إليه والتي يتم بموجبها توفر الموارد الحقيقية التي توجه لتكوين رؤوس الأموال الجديدة، ويكون التمويل عن طريق تحديد أفضل مصدر للأموال وذلك بالمقارنة بين مصادره المتاحة.

4.3.2. الإبداع في تسعير الخدمات (Innovation in services pricing): يمثل السعر بالنسبة للزبون تلك القيمة النقدية أو العينية التي تحدد من قبل مقدم الخدمة ثمناً لخدمته وما تمثله من منافع أو فوائد، وينظر للسعر على أنه تلك القوة الشرائية التي يظهرها الزبون للحصول على السلعة أو الخدمة المطلوبة (الضمور،2003:1).

ويرى (الصميدعي ويوسف،2001:286) بأن "السعر يعبر عن انعكاس أو تجسيد لقيمة الشيء بالنسبة للزبون خلال فترة معينة. ويعرفه (عبيدات،2004:20) بأنه "قيمة المنتج التي يمكن تعديلها صعوداً أو هبوطاً وفقاً لمتغيرات داخلية وخارجية تحيط بعمل المنظمة وبما يتفق وإمكانات الشراء لدى المنتفعين ووفق أذواقهم. ويعرفه (البيجاني،1999:5) بأنه فن ترجمة القيمة في وقت معين ومكان معين للسلع والخدمات المعروضة إلى قيمة نقدية وفقاً للعملة المتداولة في المجتمع مع الأخذ بالاعتبار الظروف الداخلية للمنظمة.

ويشير مفهوم السعر المصرفي إلى معدل الفائدة على الودائع والقروض والرسوم والمصرفيات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمات المصرفية أو العمولات التي يتلقاها المصرف نتيجة تقديمه الخدمات للغير(معل،1994:153).

بكل تنظيماًتها وهو نوع من التحسب للمستقبل (الجميل، 2008:3). ويعرفه (حريوش وآخرون،1996:9) بأنه "التضحية بمنفعة حالية يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك حالي، وذلك من أجل الحصول على منفعة مستقبلية أكبر يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك مستقبلي.

وينظر (حردان،2009:15) إلى الاستثمار في مجال الادارة المالية على أنه توظيف في أصل من الأصول المالية كالاسهم والسندات والقبولات البنكية وشهادات الإيداع وغيرها ويسمى بالاستثمارات المالية. ويستند تصنيف الاستثمارات إلى معايير أو أسس متعددة، إذ يمكن أن تتباين وفق معيار الزمن فهناك استثمارات طويلة ومتوسطة الأجل نظراً إلى امتلاكها أدوات مالية متداولة في أسواق رأس المال أو استثمارات قصيرة الأجل لامتلاكها أدوات متداولة في الأسواق النقدية. وتمتلك المنظمات الاستثمارات لأسباب مختلفة ، فبعض المنظمات كشركات التأمين وبعض المصارف يكون محور نشاطها الاستثمار حيث تمتلك وعاء لإحتواء فوائدها المالية ، في حين أن البعض الآخر يمتلك الاستثمارات ذات الطابع التجاري بقصد تدعيم العلاقات التجارية مع الغير أو بهدف الحصول على مزايا تجارية لها (الازهري،1998:15).

تأسيساً على ما سبق يتضح أن الاستثمار هو "التخلي عن استخدام أموال حالية ولفترة زمنية معينة من أجل الحصول على مزيد من التدفقات النقدية في المستقبل تكون بمثابة تعويض عن الفرصة الضائعة للأموال المستثمرة، وكذلك تعويض عن الانخفاض المتوقع في القوة الشرائية للأموال المستثمرة بسبب التضخم مع إمكانية الحصول على عائد معقول مقابل تحمل عنصر المخاطرة". وتكمن عملية الإبداع في الاستثمار في محاور متعددة أهمها الموازنة الدقيقة في محتويات الحقيقية الاستثمارية من نقد و أوراق مالية وموجودات متداولة وثابتة، فضلاً عن الإبداع في تقليل المخاطرة من خلال استخدام أدوات مناسبة وتعظيم العوائد.

3.3.2. الإبداع في التمويل (Innovation in Funding): المقصود بالتمويل هو توفير الموارد المالية اللازمة لإنشاء المشروعات الاستثمارية، أو تكوين رؤوس الأموال الجديدة واستخدامها لبناء الطاقات الإنتاجية قصد إنتاج السلع والخدمات، أو هو البحث عن الطرائق المناسبة للحصول على الأموال واختيار وتقييم تلك الطرائق والحصول على المزيج الأفضل بينهما بشكل يناسب كمية ونوعية احتياجات والتزامات المنظمة المالية (خوني وحساني،2008:95). ويرى (الجميل،2012:179) أن التمويل هو توفير الأموال اللازمة لتغطية كلف معينة رأسمالية وتشغيلية ، فأى موجود تقتنيه المنظمة يعد كلفة رأسمالية بحاجة إلى تمويل معين يلائمه في الأجل، ويمول بتمويل طويل الأجل، وأي نفقة تتحملها المنظمة تعد كلفة تشغيلية بحاجة إلى تمويل معين يلائمها في الأجل فيكون تمويل النفقة تلك

المخاطر وفق تصنيفات محددة متفق عليها في المصرف لما ينطوي الإبداع في ادارة المخاطر على الرقابة والسيطرة عليها بهدف تقليلها وتحجيم آثارها

3. المبحث الثاني. مفهوم النجاح المالي وأهميته ومتطلباته

1.3 مفهوم النجاح المالي: The Concept Of Financial Success

يعني النجاح في اللغة العربية طبقاً لقاموس مجمع اللغات (السابق،1985:941) بلوغ النتيجة المطلوبة . أما في اللغة الانجليزية وطبقاً لقاموس (Webster's,1974:1163) يعني النجاح الوصول إلى ما هو مفضل والوصول إلى التفوق. ويرى (Hitt, 2001:101) و (Roger, 2005:1) و (Hayes& 2001:12-20 Pisano, 1996:12-20) إن النظر إلى نجاح المنظمة المالية من خلال الاداء المالي، والكفاءة التشغيلية، والانتاجية أو تحقيق ربح أو عائد مستهدف أو إجراء بعض برامج التحسين في إطار الجودة الشاملة وإعادة الهندسة والمقارنة المرجعية يعد نظرة ضيقة لا يوفر النجاح طويل الأمد في الاسواق التنافسية لأن جميعها يمكن تقليدها او استنساخها بسهولة.

ويقصد بالنجاح المالي عدم تعرض المنظمة المالية لخسائر متتالية، وإنما وجود أرباح متتالية، بالإضافة إلى قدرة المنظمة على تسديد ديونها المستحقة، ودفع أرباح أسهمها العادية أو الممتازة، وهو ما تهدف إليه جميع المنظمات المالية الحديثة (الجهاماني،1999:74). ويشير (Daft,2001: 260-261) بأن نجاح المنظمة هو قدرة إدارتها في الحصول على المعرفة والخبرات والافكار، والتحليل الناجح والدقيق لخبرات المنظمات المالية المناظرة، ولايتحقق إلا بإدارة ناجحة للمعرفة، ومراعاة إن نجاح المنظمات المناظرة قد يكون انتقالاً لها، أو انتقالاً الى الاسواق التي تتعامل معها المنظمة ، أو اقتناصها لفرص جديدة بعد ان حققت اهدافها في الوقت المحدد. ويوضح (دهام،2007:142) بأن جميع المفاهيم التي وردت في أدبيات الباحثين مثل النجاح التنافسي، والنجاح الاستراتيجي، والنجاح الطويل الأمد، والنجاح التشغيلي، والنجاح المالي تصب مضمانيها في مفهوم النجاح المنظمي بوصفه مفهوماً شاملاً، أما الاختلاف في المسميات فيعود إلى الاختلاف في المداخل وفي النظر إلى النجاح من منظور داخلي أو خارجي أو تدريجي.

اعتماداً على ماتقدم يمكن تقديم التعريف الاجرائي لمفهوم النجاح المالي بأنه " قدرة المنظمة المالية على تعظيم الربح وذلك من خلال استخدام عدة عناصر ومتطلبات بكفاءة ودمج هذه العناصر والمتطلبات بفاعلية لإنتاج قيمة للزبائن، وهذا يؤدي إلى كفاءة مالية جيدة وتنافس أفضل للمنظمة المالية ويظهر ذلك من خلال تطور

فالتسعير هو وضع أسعار مناسبة تكفي لتغطية التكاليف والحصول على الأرباح من جهة، وأجذاب الزبائن من جهة أخرى والتسعير الأمثل ليس طريقة لتغطية تكاليف وإحداث غطاء إيجابي فحسب بل إنه إستراتيجية كبيرة يجب أن تأخذ بالاعتبار كل الأهداف التسويقية خلال عملية التسويق (البكري،2005:56).

على ضوء ذلك فان نجاح المصرف يعتمد على تحديد أسعار خدماته المصرفية بالشكل الذي يتم خلق التوازن بين قيمة الخدمة وما يتوقعه الزبون من منافع من هذه الخدمة، ومن ناحية أخرى فان السعر يعتبر محدداً أساسياً لربحية المصرف (الشمري،2009:34).

أن الإبداع في التسعير يتمثل في مجموعة أنشطة فرعية تختص بوظيفة التسعير وتتمثل هذه الأنشطة في الإبداع في عملية التوازن بين التسعير الذي يقود إلى الأرباح للمصرف والتسعير الجاذب للزبائن، فضلاً عن الإبداع في توقيت التسعير في ضوء ظروف البلد والزبائن وحجم الخدمة المصرفية المقدمة وآلية و استراتيجية التسعير ومرونته.

5.3.2 الإبداع في إدارة المخاطر (Innovation in Risk Management)

: توجد للمخاطر تعريفات متعددة تعكس وجهات نظر الباحثين المختلفة حول هذا المفهوم فقد تم تعريف المخاطرة في قاموس Webster بأنها: إمكانية التعرض إلى الخسارة أو الضرر أو المجازفة، ومن هنا فإن المخاطرة تتضمن احتمالية حصول أحداث غير مرغوب فيها (Brigham & Gapenski, 2005:145).

وفي مجال الإدارة المالية تعني المخاطرة: الاختلاف في التدفقات النقدية الفعلية عن التدفقات النقدية المتوقعة (Van Home & Wachowice, 1995:45). أما في مجال العمل المصرفي فتعني المخاطرة كما عرفها (Keegan,2004:9) بأنها احتمالية تعرض المصرف إلى خسائر غير متوقعة وغير مخطط لها، أو تذبذب العائد المتوقع على استثمار معين، ينتج عنه آثار سلبية لها قدر من التأثير على تحقيق أهداف المصرف المرجوة وتنفيذ استراتيجياته بنجاح. ويرى (Peter,2003:2-3) إن الهدف من إدارة المخاطرة في المنظمات المالية هو تفادي أكبر مخاطرة قد تواجه أي منظمة مالية وهي الإفلاس وتكاليفه المباشرة وغير المباشرة التي تكون في معظمها كبيرة ومعلومة، فالنظرة إلى الإفلاس مستقبلاً كإمكانية غير عادية بالنسبة للمنظمة تؤدي لإعادة الهيكلة أو الإغلاق.

ويرى الباحثان بأن إدارة المخاطرة هي عملية تحديد وقياس ومراقبة وضبط المخاطر والتقليل من حدتها أو الخسائر الناجمة عنها، ويضاف إلى ذلك فن التعامل مع المخاطر وحسن إدارتها بما يضمن تجنب المصرف التعرض للخسائر الناجمة عن أشكال المخاطر المختلفة التي يواجهها المصرف أثناء قيامه بممارسة نشاطه. وأن الإبداع في إدارة المخاطر يتمثل في التخطيط للمخاطر من خلال استخدام أدوات مناسبة لتحديد درجة التأكد وعدم التأكد فضلاً عن تنظيم وتبويب هذه

تتمثل في: الموارد المالية ، وتكنولوجيا المعلومات، والموارد البشرية ، والقيادة ، والتخطيط المالي ، واستراتيجية التسويق، والوصول إلى المعلومات وتحليلها، ويتبين لنا إن جميع هذه المتغيرات لها أهمية حيوية في نجاح المنظمات المالية والتجارية. كما أن العديد من الأبحاث والدراسات تدعم هذه المتغيرات في نجاح المنظمات المالية ونجاح الأعمال التجارية لذلك سوف نختار هذه المتطلبات موضوعاً للدراسة الحالية وفيما يلي توضيح متطلبات النجاح المالي :

1.3.3. الموارد البشرية (The Human Resources): يركز الباحثون في مدخل الموارد البشرية على أهمية سعي المنظمات لتطوير الأفراد لكي يحققوا مستويات أعلى من الكفاءة والإنجاز وتصبح المؤسسات بالنسبة لهم كيانات سانه لا كيانات ضابطة وحاكمة فالفلسفة الأساس لهذا المدخل تقوم على افتراض ان العاملين الافضل ينجزون أعمالاً أفضل لذا حاول الكثير من الباحثين التنظيميين السلوكيين أمثال (Roliker) و (Douglas Mc Gregor) جاهدين جعل المنظمات مكان عمل يزخر بممارسات بشرية أكثر مودة (الخفاجي،2012:43-44). ويرى (البلتاجي،9:2010) إن الموارد البشرية تعد من أهم مقومات نجاح الصناعة المصرفية. ويشير (Nickels, et al,2003:328) الى أن إدارة الموارد البشرية هي عملية تقييم الحاجة من الموارد الانسانية ثم إيجاد الافراد المطابقين لتلك الحاجات والحصول على افضل عمل من كل مستخدم من خلال تقديم الحوافز و بيئة العمل الصحيحتين وبما يؤدي إلى تحقيق أهداف المنظمة.

أما (Holden et al,2004:3) فيعتبر أنها توحيد لمجموعة من الممارسات مثل التعبئة والتدريب وإدارة العملية والدافعية والقيادة والتقييم والاتصالات بهدف قيادة التحسينات في نوعية قوة عمل المؤسسة بأعتبار أن توحيد ممارسات الموارد البشرية يؤدي إلى نجاح تلك المنظمات. ويعد الاشخاص في جميع المستويات هم أساس المنظمة والسماح لهم بالمشاركة الكاملة تمكنهم من إظهار قدراتهم ومواهبهم من أجل فائدة المنظمة (العزاوي،2002:70).

ويشير (Kock,2003:51) أن من المفيد تقييم انظمة ممارسات الموارد البشرية بدلاً من التركيز على الممارسات الفردية والمنطق وراء هذا الافتراض هو ان اداء المنظمة يتعزز من خلال أنظمة الممارسات التي تدعم بعضها البعض ويمتلك تأثير الدعم المتبادل على مساهمات المستخدمين باداء المنظمة ففاعلية برامج التدريب الشامل ربما تتعزز عندما تتوحد مع مناهج تقييم اداء المستخدمين.

2.3.3. الموارد المالية (The Financial Resources): يقصد بها كيفية الحصول على الأموال اللازمة لأنجاز أعمال المنظمة والتخطيط لكيفية استعمال هذه الأموال ، وهل أن هذه الأموال التي حصلت عليها المنظمة تأتي من بيع السلع والخدمات ، أو الاستثمارات التي تقوم بها ، أو من الاقتراض من

العائدات والاحتفاظ بأكبر قدر من الزبائن والحصة السوقية للمنظمة من بين المنظمات المالية المنافسة".

2.3. أهمية النجاح المالي : The Importance Of Financial Success

للنجاح المالي أهمية كبيرة في المنظمات المالية والاقتصاد الوطني أيضاً، ويتبين ذلك من خلال ما يأتي:

أ. للنجاح المالي أهمية في الرفاه المالي والاجتماعي، ومن المعلوم إن النجاح المالي في أحد مرتكزاته هو المعرفة المالية وبالتالي فإن تحقيق نجاح مالي يعني وجود معرفة مالية فضلاً عن وجود إبداع في السياسات والممارسات المالية والذي أدى إلى تحقيق في النجاح المالي (Weiss & Sherraden, 2014:1).

ب. يعد النجاح المالي نظام الإنذار المبكر للتنبؤ بالتعثر المالي حيث يوفر معلومات مستقلة وحقيقية للمنظمة والمدير المالي، والذي يساهم كثيراً في عملية إتخاذ القرار في العلاقات التجارية، حيث إن التعثر المالي يمكن أن يوصل إلى الفشل المالي والذي، وفي حالة عدم معرفة أسباب التعثر المالي فإن أول الخاسرين هم المساهمين في المنظمة ويولي ذلك الموظفين العاملين في المنظمة ويقود ذلك إلى فقدان وظائفهم ويؤدي إلى حالة من عدم الاستقرار ولذلك فإن النجاح المالي يوفر الانذار المبكر للتنبؤ بالتعثر المالي وتطبيق التدابير اللازمة لذلك (Bartol & Nartin, 1991:223-224).

ت. للنجاح المالي أهمية في تحديد هوية المنظمة وتوجهاتها وسياسات وقواعد العمل للتنظيم الإداري ومن ثم تحديد مقومات ومتطلبات الاستقرار ونمو المنظمات ، كما تحدد طبيعة المنتجات والخدمات التي تقدمها تلك المنظمات إلى المجتمعات (الطائي،2001:137).

ث. ويضيف الباحثان بأن النجاح المالي يوفر السيطرة الكاملة على إدارة الأموال والقدرة على توفير الخدمات والمعلومات المالية المتنوعة وبالتالي يحقق الراحة النفسية لدى الأفراد ، فالنجاح المالي لايتطلب أموالاً طائلة لتكون المنظمة المالية ناجحة فحسب بل يتطلب السيطرة الكاملة على إدارة تلك الأموال ومساعدة الآخرين عن طريق تقديم الخدمات المالية الجديدة لهم.

3.3. متطلبات النجاح المالي : The Requirements of Financial Success

يتطلب النجاح المالي في المنظمات المالية بذل الجهود وفي جميع المجالات التي تؤدي إلى النجاح المالي وخاصة في المنافسة الكبيرة التي تشهدها تلك المنظمات مع منافسيها. حيث يشير (Vilkinas,2011:8) إلى أن متطلبات النجاح المالي تتمثل في: القيادة الفعالة، وموقع المنظمة المالية، والعوامل اللازمة لإنشاء المنظمة، ومدى توفر هذه العوامل.

ويرى (Jasra,et.al.,2011:277) أن متطلبات النجاح المالي

المرووسين ودفعهم نحو إنجاز المهام ورفع الروح المعنوية لديهم وتعزيز قدراتهم وثقتهم بإمكانية مواجهة تلك الظروف وجعلهم يبذلون جهوداً إضافية لتحقيق النجاح المطلوب في المؤسسة (Mac millan & Tampoe,2000:201). ويؤكد (Daft,2001:380) إن القيادة الجيدة والناجحة تعني التحدي للوضع الراهن، والقيادة ضرورية لمواجهة التحديات الجديدة. وقد أثبتت العديد من الدراسات التطبيقية على أهمية ودور ونمط القيادة للمنظمة من حيث تأثيرها الواسع في العديد من المتغيرات التنظيمية مثل الأداء التنظيمي، والالتزام التنظيمي، الرضا الوظيفي، الإبداع، تخفيض حالات الصراع وتقليل معدلات دوران أو غياب العمال (Krishnan,2005:16).

4.3.3 التخطيط المالي (Financial Planning): التخطيط من الوظائف المهمة في المنظمات المالية والتي يقع على عاتق القيادة وجوب النهوض به كوظيفة أساسية تختص بها الإدارة العليا، ولا تنتهي هذه الوظيفة إلا بتحقيق الهدف من خلال نشاطات الإدارة التي تعمل على تنفيذ الخطة.

ويقصد بالتخطيط " وضع مجموعة من الافتراضات حول الوضع في المستقبل أو هو عمل ذهني يعتمد على التفكير العميق والرؤية الصائبة في الحاضر لمواجهة المستقبل " (النمر وآخرون،2006:94) ..

ويرى كل من (Jones & George,2006:261) بأن التخطيط هي العملية التي يستعملها القادة الناجحون لتحديد واختيار أهداف وطرق عمل معينة للمنظمة ، وتضع الخطة المنظمة التي تنتج عن عملية التخطيط تفاصيل أهداف المؤسسة وترشيد المدراء إلى كيفية تحقيق هذه الأهداف .

أما التخطيط المالي فيعرفه (كراجة،1991:170) بأنه " نوع من أنواع التخطيط الذي يهتم بكيفية الحصول على الأموال اللازمة للمشروع من مصادرها المختلفة بأقل التكاليف وأفضل الشروط كما يهتم بكيفية استثمار هذه الأموال بحيث تحقق أفضل وأعلى العوائد للمنظمة وبأقل الأخطار وهو علم له قواعد وأصول ويحتاج إلى خبرة في التطبيق و القدرة على التنبؤ وتحليل الماضي والاعداد للمستقبل". ويعرفه (Pauntu,2010:3) بأنه عملية التأكد وإتخاذ القرار بأفضل وسيلة لجعل أموال المنظمة تعمل لصالحها، ويتم من خلال القيام بالعمل الذي يريد المنظمة إنجازها وكيفية والإدراك لأية مشاكل قد تواجهها.

ويرى (Emery,et. al.,2007:704) إن التخطيط المالي هو عملية تقييم آثار قرارات التمويل والاستثمار البديلة بما هو متوقع في الخطة المالية، ثم مقارنة النتائج المستخرجة مع هذه الخطة. ويوضح كل من (النعيمة والتميمي،2008:169) بأن التخطيط المالي هونشاط متواصل ومستمر ، ويؤشر إلى نمو كل من المؤسسة في ادائها واستثماراتها واحتياجاتها للأموال خلال مدة زمنية محددة.

المنظمات المالية الاخرى (المركهي،2008:29). ويشير (Thurik,2007:71) إن للموارد المالية أهمية كبيرة في النجاح المالي خاصة في المنظمات المالية الصغيرة والمتوسطة، فهذه المنظمات تجد صعوبة في الحصول على مصادر التمويل والتي تكون مصدراً رئيساً للنجاح في تلك المنظمات. في حين يرى (Pitman,2008:253) أن المرونة المالية لها تأثير كبير على نجاح المنظمات المالية الصغيرة والمتوسطة وذلك عن طريق الاستفادة من كسب المال من طرف ثالث وتعتبر أفضل فرصة لنجاحها .

وتكمن أهمية الموارد المالية في إمكانية التعبير من خلاله عن مجموعة من القضايا الاقتصادية للأحداث والعمليات التي تقوم بها الوحدة، وتشمل المؤشرات المالية التي تعبر عن صافي أرباح التشغيل، ومعدل العائد على رأس المال المستثمر، والنمو في المبيعات والتدفق النقدي، وهناك إستراتيجيتين يمكن للوحدة إتباعهما لزيادة القيمة الاقتصادية في مجال الأداء المالي هما استراتيجية نمو الإيرادات وتحسين الإنتاجية (السريتي،2013:196).

ويرى الباحثان ضرورة وجود الموارد المالية الضرورية لنجاح المنظمة المالية بدءاً من الأموال التي يحتاجها لتأسيس المنظمة وانتهاءً بتوفير التمويل الدائم لضمان نجاحها.

3.3.3 القيادة (Leadership) : وتعريف القيادة بأنها " عملية التأثير على جماعة في موقف معين ووقت معين وظروف معينة لاسترشاد الأفراد ودفعهم للسعي برغبة لتحقيق أهداف المنظمة مانحة إياهم خبرة للمساعدة في تحقيق أهداف مشتركة (الخفاف،2007:9). ويعرفها (سلامة،2007:20) بأنها " العمل الذي يؤثر في نشاط المنظمة لتوجيه الجهود بها في الاتجاه الذي يؤدي الى تحقيق الأهداف المعاصرة".

ويعرف (Conger,2002:47) القيادة الناجحة بأنها " القيادة التي تتجاوز تقديم الحوافز مقابل الأداء المرغوب إلى تطوير وتشجيع المرؤوسين فكرياً وإبداعياً وتحويل اهتماماتهم الذاتية لتكون جزءاً أساسياً من الرسالة العليا للمنظمة". ويشير (Daft,2000:502) إلى أنه لا يمكن نجاح الأعمال دون توفر القيادة الفعالة، وإن التطور في مفهوم القيادة سيستمر مع تغير حاجات المنظمة . وتتميز القيادة الناجحة في قدرتها على التأثير الإيجابي في المرؤوسين وكسب رضاهم (Weaver,2008:26). إن القيادة في المنظمات عامةً والمالية خاصة هي بمثابة الرأس من الجسد للإدارة ومن أجل ذلك تمثل القيادة الناجحة أداءً متميزاً وانجاز أفضل (العامري والغالبى، 2008:456).

ولقد أشار العديد من الباحثين إلى أهمية ودور القائد في نجاح وتحقيق اهداف المنظمة وبما ان عملية التغيير تعد وظيفة تنظيمية حيوية تحتم على جميع المنظمات ان تتغير وبشكل منتظم لكي تتمكن من مواكبة التغيرات والتطورات المستمرة ،حيث يقوم القائد الناجح بتحفيز والهام

خلال العمل بها وكسب الزبائن الجدد ، ومعظم الدراسات والبحوث تركز على أن التكنولوجيا لها دور مهم في نجاح المنظمات المالية والتجارية. ويشير (Butler,2008:103) إن معظم الحكومات في العالم تركز على برامج الدعم الحكومي لتكنولوجيا المعلومات لتطوير القطاع المالي وذلك من أجل المحافظة على الاستقرار الإقتصادي داخل المجتمع.

7.3.3. الوصول إلى المعلومات والتحليل (Access to Information and Analysis): يركز هذا العامل على نشاطات جمع المعلومات ونشرها عبر المنظمة المالية والسرعة التي تجمع فيها تلك المعلومات وكيفية إستعمالها ، وأستعمال التحليل الاحصائي، ويهتم التحليل بالاساليب التي تستعمل لأختبار المشاكل وإستعمال أدوات إحصائية وإستعمال تحليل الجودة والعملية وإفتتاح المنظمة أمام مقترحات التحسين (Shafer & Meredith, 1998: 92).

وهي بذلك تعني إدارة البيانات والمعلومات المالية والطرق المستخدمة في المقارنة المرجعية بالإضافة الى تحليل البيانات والكيفية التي يمكن بموجبها إيصال البيانات الى العاملين داخل المؤسسة (العلي،2000:519).

ويتوقف نجاح المنظمات المالية على قدرة من يجري تمكينهم في الوصول إلى المعلومات المناسبة بالسرعة المطلوبة والدقة الملائمة وفي الوقت المحدد ولذلك فان قدرة الوصول الى المعلومات المطلوبة بصنع القرارات المبنية على المعلومات المسبقة يتطلب توافر نظم اتصالات فاعلة تحقق ذلك (الملوك،2002:67).

كما إن عملية إتخاذ القرارات الرشيدة والفاعلة ينبغي أن تكون مستندة على تحليل البيانات والمعلومات للحصول على الحقائق اللازمة لإتخاذ القرارات بعيداً عن الحدس والتخمين أو الخبرة (الفضل والطائي، 2004:292).

وتشمل المعلومات والتحليل المقارنة المرجعية والتي تتضمن إختيار مقياس للمنتجات أو الخدمات أو الكلف أو الممارسات التي تمثل أفضل أداء للعمليات أو النشاطات المشابهة للغاية لنجاح المنظمة، والفكرة هي تطوير الهدف المنشود ومن ثم تطوير معيار أو مقارنة مرجعية يقارن بها نجاح المنظمة (Heizer & Render, 2004:195). وتتألف المقارنة المرجعية من أربع خطوات رئيسة (التخطيط ، التحليل ، الدمج ، إتخاذ الاجراء) ، ولكن تركز المقارنة المرجعية على تحديد الاهداف الكمية للتحسين المستمر وتعتمد على المقارنة مع المنافسين المباشرين وتطبق كل أشكال المقارنة المرجعية بشكل أفضل في المواقف التي يكون فيها البرنامج بعيد الامد للتحسين المستمر مطلوباً (Krajewski & Ritzman,1999:223).

5.3.3. استراتيجية التسويق (Marketing Strategy): يقصد باستراتيجية التسويق بأنه تقييم مجمل الاستراتيجيات الخاصة بوظيفة التسويق والمتعلقة بعناصر المزيج التسويقي، والتي تشمل المنتج ، والتوزيع ، والترويج والتسعير ، كما تتضمن عملية تقييم نتائج السوق والزبائن، ويساعد الادارة الاستراتيجية في التسويق على توجيه جهودها بهذا الشأن حالياً ومستقبلاً والذي يعزز الموقف التنافسي للمنظمة المالية (Walker,et.al.,1999:164). ويعرفها (الخصيري،1999:306) بأنها "الرؤية الممتدة بالغة الطموح وشديدة الاتساع والتي في إطارها وضوئها تتحدد أنواع القرارات التي تتخذها قمة الجهاز الإداري في المصرف، والتي تتعلق بالمصرف كمنظمة كلية أي تتعلق بمصير ومستقبل ذلك المصرف وتفاعله بين الذات وبين البيئة المحيطة به".

ويرى كل من (Verhees & Meulenberg,2009:27) أن تطوير استراتيجية التسويق هو أمر حيوي للحفاظ الدائم على المنظمات المالية ونجاحها، فضلاً عن إن التوجه نحو السوق ضروري أيضاً لتطوير الأعمال التجارية ويخلق السلوك الضروري لإنشاء قيمة للزبائن ليكونا مرتبطين مع أداء تلك المنظمات، ويشكل أكثر تحدياً لوحظ أن التوجه نحو السوق مثمر في اختيار منتجات جديدة والتي تكون متجانسة مع المنتجات الأخرى في السوق.

6.3.3. تكنولوجيا المعلومات (Technological Information): يعرفها (الخناق،2006:58) بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المتطورة من أجهزة الحاسوب وملحقاته والبرمجيات والشبكات والاتصالات وقواعد البيانات والإجراءات والإفراد التي تستخدم في الاستحواذ على البيانات والمعلومات وتنظيمها ونقلها وتخزينها ومعالجتها ونشرها ومشاركتها داخل المنظمة وخارجها مع إمكانية استرجاعها وتحويلها من أجل تحسين موارد نظم المعلومات في المنظمة وتطويرها ومشاركتها وصولاً لتحقيق الأهداف بفاعلية.

ويرى (Curran,2007:120-127) أن تكنولوجيا المعلومات تلعب دوراً هاماً في إمكانية الحصول المعلومات المالية والتي تساعد على البدء بالمشاريع الجديدة والمربحة، وتكنولوجيا المعلومات لها علاقة وثيقة بتحسين عمليات الإنتاج، حيث تساهم هذه المنظمات في التنمية الإقتصادية بطرق مختلفة من خلال خلق فرص العمل والإبداع في الإقتصاد ككل، فضلاً عن إن عدداً كبيراً من الأفراد يعتمد على هذه المنظمات بشكل مباشر أو غير مباشر.

ويؤكد (Jasra,et,al ,2011:277) أن الموارد التكنولوجية هي من أهم عناصر النجاح في أي عمل تجاري وخاصة في المنظمات المالية، فاستخدام التقنيات الحديثة في هذه المنظمات تميل إلى أن تكسب زبائنها أكثر من منافسيها ، وعلى الرغم من أن تكلفة التكنولوجيا الحديثة لها كلفتها ولكن في النهاية تستعاد تكلفتها من

ب. هل هناك علاقة تأثير للإبداع المالي في تحقيق متطلبات النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟
4.1.2. أهمية الدراسة : تتجسد أهمية البحث في جانبين مهمين هما:

أ. يكتسب البحث أهميته بكونه مساهمة متواضعة لتعميق المعرفة العلمية عبر البحث والتحليل لأهم الآراء التي تناولت مواضيع الدراسة.
ب. يكتسب البحث أهميته الميدانية في كونه تناول مجالاً مازال هناك ندرة في الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجال في بيئة إقليم كردستان العراق ويحدود اطلاع الباحث ، كما إن الدراسة تكتسب أهميتها الميدانية في أن نتائجها يمكن أن تكون ذات فائدة لإدارة المصارف المبحوثة.

4.1.3. أهداف الدراسة: يسعى البحث إلى تقديم إطار فكري لتوضيح مفاهيم الدراسة ذات العلاقة والمتمثلة بكل من أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي باعتباره أحد أهم الأهداف الرئيسية للبحث الحالي ، فضلاً عن تقديم إطار ميداني يهدف إلى تحديد وتشخيص العلاقة والأثر لابعاد الإبداع المالي لتحقيق متطلبات النجاح المالي في عينة من المصارف الأهلية في إقليم كردستان العراق.

4.1.4. نموذج البحث ومتغيراته: تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة البحث وفرضياته بناء أنموذج متكامل مكوناته فيما بينها لتعبر عن العلاقة النظرية بين متغيرات البحث ، والتي تعطي تصورات وإجابات أولية للفرضيات التي افترضها الباحث للإجابة عن الأسئلة المطروحة في مشكلة البحث. ويفترض الأنموذج أن العلاقة بين المتغيرين هي في إتجاه واحد وعليه فأن تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة وحسب الانموذج هو في إتجاه واحد ويوضح الشكل (1) الأنموذج الافتراضي للبحث.

ويوضح (Stevenson,2005:399) على المنظمة المالية التعرف على المنظمات الاخرى التي هي متفوقة في شيء ما ودراسة كيف تفعل ذلك لتتعلم المنظمة الاخرى كيفية تحسين عملياتها، فالمنظمة لا تحتاج أن تكون على نفس المستوى من الاعمال.

4. المبحث الثالث: الإطار المنهجي للبحث

يتطلب التمهيد للإطار الميداني تحديد المنهجية التي يعتمد عليها الباحث في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وأهميتها وفرضياتها وبناء أنموذجها والأساليب المتبعة في جمع البيانات وتحليلها فضلاً عن وصف مجتمع الدراسة وماهية حدود الدراسة.

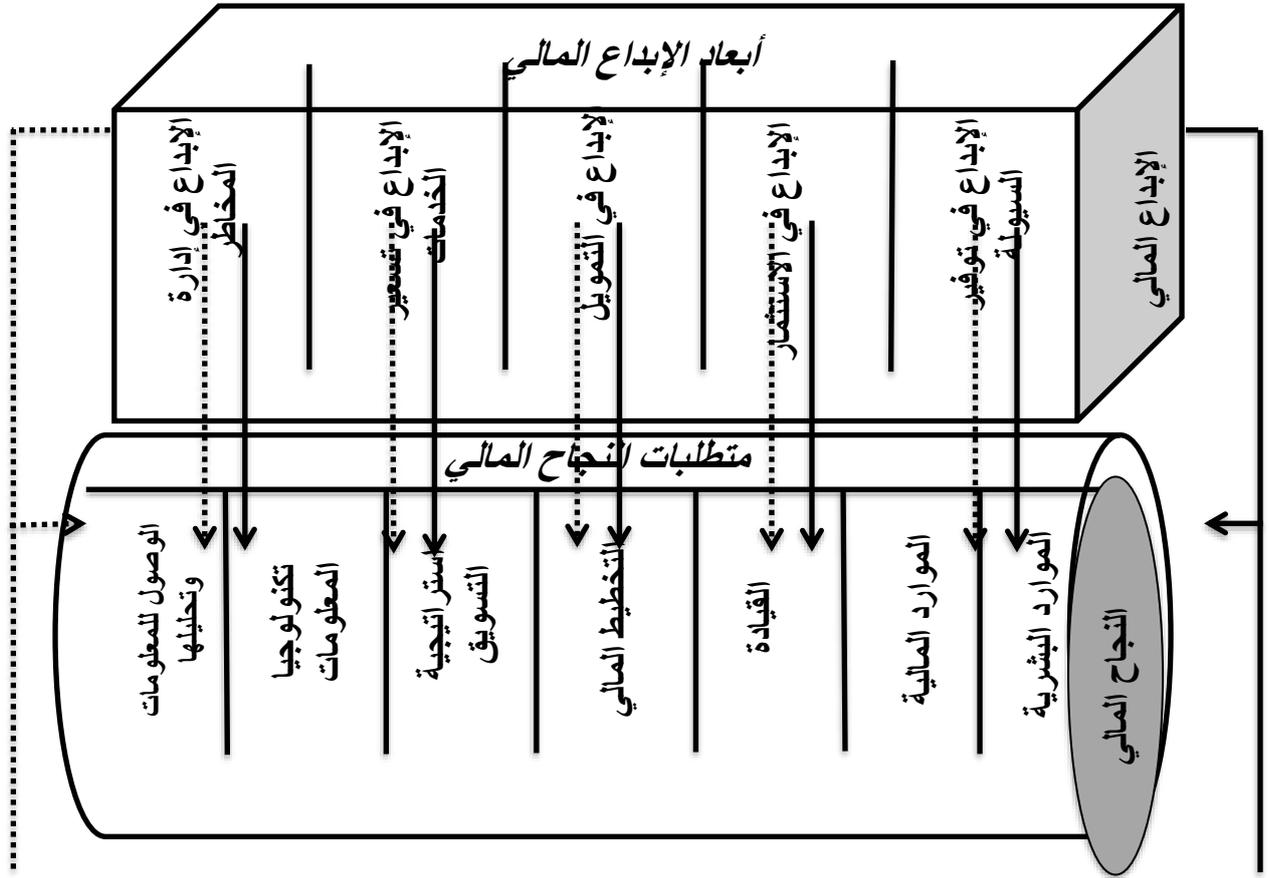
1.4. منهجية البحث:

تعد منهجية البحث بمثابة خارطة العمل لاقامة الدراسة الميدانية والوسيلة التي يتم من خلالها تحديد مشكلة الدراسة ووضع انموذجها وفرضياتها ، ورسم مسارات جمع البيانات وتحليلها وذلك وفق الفقرات الآتية:

1.1.4. مشكلة البحث: تشير بعض المؤتمرات وورشات العمل التي اقيمت في إقليم كردستان العراق منها (مؤتمر المصارف التجارية في أربيل 2008) و(مؤتمر اتحاد الغرف التجارية في إقليم كردستان عن القطاع المصرفي 2014) و (ورشة العمل التي أقامها رابطة المصارف الأهلية 2014)، إلى أن أداء المصارف التجارية دون مستوى الطموح وهي بالتالي بحاجة إلى تطبيق بعض المنطلقات الفكرية الإبداعية الادارية والمالية لتحسين أدائها، فضلاً عن مستوى متقدم من العمليات المؤتمنة ذات التقنيات الملائمة مع المناخ المصرفي والمالي.

وبناءً على ما سبق يمكن توضيح مشكلة الدراسة بشكل ملخص من خلال التساؤلات الآتية:

أ. هل هناك علاقة ارتباط بين الإبداع المالي ومتطلبات النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟



الشكل 1: الأنموذج الافتراضي للبحث

الارتباط ←
التأثير ←.....

2.4. فرضيات الدراسة:

واستكمالاً لمتطلبات البحث ، تمت صياغة مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية المنبثقة من أنموذج البحث نعرضها على النحو الآتي:

2.4.1. الفرضية الأولى: هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع المالي اجمالاً وتفصيلاً والنجاح المالي في المصارف المبحوثة. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في التمويل والنجاح المالي في المصارف المبحوثة. وتتفرغ منها الفرضيات الفرعية الآتية:

أ. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في توفير السيولة والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ب. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في الاستثمار والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ت. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في التمويل والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ث. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ج. هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في إدارة المخاطر والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

2.2.4. الفرضية الثانية: هناك تأثير معنوي للإبداع المالي اجمالاً

وتفصيلاً في النجاح المالي للمصارف المبحوثة. وتتفرغ منها الفرضيات الفرعية الآتية:

أ. هناك تأثير معنوي للإبداع في توفر السيولة على النجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ب. هناك تأثير معنوي للإبداع في الاستثمار على النجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ت. هناك تأثير معنوي للإبداع في التمويل على النجاح المالي في المصارف المبحوثة.

ث. هناك تأثير معنوي للإبداع في تسعير الخدمات المصرفية على النجاح المالي في المصارف المبحوثة.

هناك تأثير معنوي للإبداع في إدارة المخاطر على النجاح المالي في المصارف المبحوثة.

3.2.4. الفرضية الثالثة: هناك تباين في المتغير المعتمد (النجاح

المالي) طبقاً للتركيز على المتغير المستقل (الإبداع المالي) في المصارف المبحوثة وعلى مستوى المحافظات الثلاثة.

3.4. أساليب جمع البيانات والمعلومات

تكنولوجيا المعلومات وشملت الفقرات (X70 - X74)، وشمل القسم السابع والأخير من هذا الجزء الفقرات الخاصة بمتطلب الوصول إلى المعلومات وتحليلها وتمثلت بالفقرات (X75 - X80).

واستخدمت الدراسة الحالية مقياس (Likert) الخماسي الذي يدرج وفق مؤشرات القياس (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق بشدة) بأوزان القياس والتي تتدرج من (1، 2، 3، 4، 5) على التوالي، ويوضح الجدول (4) متغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية والمصادر التي اعتمدها الباحث عند تصميم الاستبانة.

4.4. أساليب تحليل بيانات البحث: تم اعتماد البرمجية الإحصائية (Statistical Package for Social Sciences) وبالنسخة (SPSS V. 19) لإتمام عمليات التحليل الإحصائي المطلوبة من أجل اختبار فرضيات البحث والتثبت من صحتها وإيجاد العلاقات بين متغيراتها، وذلك من خلال المقاييس الآتية:

1. استخدام معامل الارتباط البسيط لتحديد قوة وطبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (أبعاد الإبداع المالي) والمتغير المعتمد (متطلبات النجاح المالي) والتعرف على طبيعة علاقات الارتباط بين كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي وبين النجاح المالي.

2. تم اعتماد معامل الانحدار البسيط في قياس التأثير المعنوي لمتغير الإبداع المالي في متغير النجاح المالي. وكذلك للتوصل إلى العلاقة التأثيرية لكل بُعد من أبعاد الإبداع المالي في النجاح المالي.

3. وتم اعتماد تحليل التباين (ANOVA) باستخدام المؤشر الاحصائي (F) للكشف عن مستويات التباين في المتغير المعتمد (النجاح المالي) طبقاً للتركيز على المتغير المستقل (الإبداع المالي) في المصارف المبحوثة وعلى مستوى المحافظات الثلاثة.

4.5. وصف مجتمع البحث والأفراد المبحوثين: تمثل المصارف الأهلية المتواجدة في إقليم كردستان العراق والبالغ عددها (75) مصرفاً مجتمع البحث الحالي، حيث تم انتخاب عينة عشوائية مكونة من (21) مصرف من بين تلك المصارف والتي مثلت نسبة (28%) من مجموع المصارف المتواجدة في إقليم كردستان العراق، والجدول (1) يبين عدداً من البيانات التعريفية الخاصة بوصف تلك العينة.

من أجل الحصول على البيانات اللازمة لإتمام هذا البحث والوصول إلى النتائج المحددة وتحقيق أهدافه، فقد تم اعتماد على ما هو متوفر من مصادر عربية وأجنبية من دراسات وبحوث علمية التي أجريت ضمن إطار المفاهيم العلمية لهذه الدراسة بجانب عدد من الأطر والرسائل الجامعية ذات الصلة بموضوع البحث فضلاً عن عدد من الكتب، فضلاً عن استخدام شبكة الانترنت للإطلاع على أحدث ما كتب حول موضوع البحث وذلك بهدف إكمال متطلبات الجانب النظري للبحث.

واعتمد الباحثان على الاستبانة للحصول على البيانات الخاصة بالجانب الميداني، تضمن الجزء الأول البيانات الخاصة، فيما ركز الجزء الثاني على العبارات الخاصة بالمتغير المستقل (الإبداع المالي) وقد خصص لهذا الجزء الفقرات (X1 - X40) إذ تم تقسيم فقرات هذا الجزء إلى خمسة أجزاء رئيسية تضمن القسم الأول منها الفقرات الخاصة ببُعد الإبداع في توفير السيولة وشملت الفقرات (X1 - X8)، أما القسم الثاني فقد تضمن الفقرات الخاصة ببُعد الإبداع في الاستثمار وشملت الفقرات (X9 - X16)، وشمل القسم الثالث الفقرات الخاصة ببُعد الإبداع في التمويل وتمثلت بالفقرات (X17 - X24)، أما القسم الرابع فقد تمثلت ببُعد الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية وشملت الفقرات (X25 - X32)، وخصص القسم الخامس من هذا الجزء للفقرات الخاصة ببُعد الإبداع في إدارة المخاطر والتي تمثلت فقراته بـ (X33 - X40).

أما الجزء من الاستبانة فقد ركز على المعايير الخاصة بمتطلبات النجاح المالي وشمل الفقرات (X41 - X80)، إذ تم تقسيم فقرات هذا الجزء إلى سبعة أقسام رئيسية تضمن القسم الأول منها الفقرات الخاصة بمتطلب الموارد البشرية وشملت الفقرات (X41 - X45)، أما القسم الثاني فقد تضمن الفقرات الخاصة بمتطلب الموارد المالية وشملت الفقرات (X46 - X51)، وشمل القسم الثالث الفقرات الخاصة بمتطلب القيادة وتمثلت بالفقرات (X52 - X56)، أما القسم الرابع فقد تمثلت بمتطلب التخطيط المالي وشملت الفقرات (X57 - X62)، وخصص القسم الخامس من هذا الجزء للفقرات الخاصة بمتطلب استراتيجيات التسويق والتي تمثلت فقراته بـ (X63 - X69)، أما القسم السادس فقد تضمن الفقرات الخاصة بمتطلب

الجدول 1: وصف المصارف عينة البحث

ت	أسم المصرف	سنة التأسيس	عدد العاملين
1	مصرف بغداد/ فرع زاخو	1992	15
2	مصرف الشرق الاوسط للاستثمار/ فرع زاخو	1993	14
3	المصرف الأهلي العراقي / أربيل	1995	16
4	مصرف سومر التجاري / أربيل	1999	12
5	مصرف موصل للتنمية والاستثمار / دهوك	2001	15
6	مصرف الأقليم التجاري RT / دهوك	2005	45
7	مصرف الإقليم التجاري RT / أربيل	2005	120
8	مصرف كردستان الدولي / أربيل	2005	185
9	مصرف الشمال للاستثمار والتمويل / السليمانية	2005	80
10	مصرف البلاد الاسلامي / زاخو	2006	25
11	مصرف انتركونتيننتال اللبناني / أربيل	2006	20
12	مصرف دجلة والفرات للاستثمار والتنمية/ السليمانية	2006	60
13	مصرف كوردستان الدولي / دهوك	2006	90
14	مصرف آشور التجاري/ أربيل	2007	17
15	مصرف منصور للاستثمار/ السليمانية	2007	18
16	مصرف الشمال للاستثمار/ دهوك	2008	25
17	مصرف كردستان الدولي / السليمانية	2008	95
18	مصرف جيهان للاستثمار والتمويل/ السليمانية	2008	30
19	مصرف أربيل للاستثمار والتمويل/ أربيل	2009	55
20	مصرف أربيل للاستثمار والتمويل / السليمانية	2009	40
21	المصرف المتحد للاستثمار / زاخو	2012	12

المصدر: من إعداد الباحثان.

ملاحظة: تم ترتيب المصارف حسب سنة التأسيس

5. المبحث الرابع: الإطار الميداني للبحث

الفرضية الثانية التي تشير إلى وجود علاقات الارتباط بين كل بُعد من

أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي.

ويشير الجدول (2) إلى معاملات الارتباط بين المتغير المستقل (الإبداع المالي) والمتغير المعتمد (النجاح المالي)، إذ تشير معطيات الجدول المذكور إلى وجود علاقة ارتباط إحصائية ذات دلالة معنوية بين أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي، حيث بلغ معامل الارتباط (0.778) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فإن العلاقة طردية بنسبة حوالي (77.8%) بين المتغيرين أي كلما أهتمت المصارف المبحوثة بأبعاد الإبداع المالي كلما أدى ذلك إلى النجاح المالي بالنسبة المذكورة وبذلك فقد تحققت الفرضية الرئيسية الاولى التي تنص على أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

- كما ويشير الجدول (2) إلى أن هناك علاقات ارتباط بين كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي ، واتضح من الجدول المذكور أن أقوى علاقة ارتباط معنوية كانت بين بُعد الإبداع في الاستثمار ومتطلبات النجاح المالي ، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.689) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فإن العلاقة طردية بنسبة

لفرض التحقق من مدى صحة الافتراضات و تحليل العلاقات بين متغيرات البحث وذلك استخدامنا عدد من الأدوات والأساليب الاحصائية التي اختيرت لإجراء التحليل على البيانات الميدانية للبحث وبحسب الفقرات الآتية:

1.5. تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث:

استكمالاً لمنهجية البحث فقد تم إجراء اختبار لعلاقات الارتباط بين متغيرات البحث، للتأكد من وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد الإبداع المالي ومتطلبات النجاح المالي على المستوى الكلي والجزئي عبر استخدام معامل الارتباط البسيط بطريقة (Pearson Correlation)، وعلى النحو الآتي:

أ. علاقة الارتباط بين الإبداع المالي والنجاح المالي إجمالاً وتفصيلاً على المستوى الكلي للمصارف عينة البحث:

تركز هذه الفقرة على اختبار الفرضية الرئيسية الثانية، التي تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي في المصارف عينة الدراسة، واختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة من

هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

- أما في المرتبة الرابعة فقد جاءت علاقة الارتباط بين بُعد الإبداع في إدارة المخاطر والنجاح المالي في الجدول (2)، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.546) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فأن العلاقة طردية بنسبة حوالي (54.6%) أي أنه كلما كانت لدى المصارف جهة مختصة لإدارة المخاطر وتعويم أسعار الفائدة على التسهيلات الائتمانية لتلافي مخاطر أسعار الفائدة واقتراح أساليب جديدة لأداء العمل رغم علمها بالمخاطر المترتبة على ذلك واعتبار المخاطر فرص تحقق من خلالها الإبداع في العمليات المالية وتحويل المخاطر باستمرار إلى فرص للنجاح كلما أدى إلى النجاح المالي فيها، وبهذا تقبل الفرضية الفرعية الخامسة والمنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في إدارة المخاطر والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

- في حين ان المرتبة الأخيرة لعلاقات الارتباط كانت بين بُعد الإبداع في توفير السيولة في الجدول (2)، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.477) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فأن العلاقة طردية بنسبة حوالي (48%) أي أنه كلما قامت المصارف بعمل دراسة تحليلية لنسب تطور السيولة وقدرتها على التوازن بين مصادر الأموال واستخداماتها ووجود جهة مختصة لإدارة السيولة فيها والتي أحد تخفيض تكلفة الأموال لدى المصارف وتخفيض أسعار خدماتها غير الأئتمانية لاستقطاب ودائع جديدة وبالتالي الحصول على سيولة إضافية وأعمالها على المعلومات المالية والمحاسبية في إدارة السيولة وكذلك الاعتماد على أساليب مالية متطورة ومبدعة لتخطيط السيولة لديها واستغلال فائض السيولة في أوجه استثمارية أخرى مدرة للعوائد، كلما أدى إلى النجاح المالي فيها، وبهذا تقبل الفرضية الفرعية الأولى والمنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في توفير السيولة والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

وبهذا فقد تحققت الفرضية الرئيسية الأولى وجميع الفرضيات الفرعية المنبثقة منها.

حوالي (69%) بين المتغيرين مما يدل على أن المصارف كلما تبنت سياسة تشغيل الأموال والبحث عن أفضل الفرص الاستثمارية وتنويع مجالات استثماراتها قدر المستطاع والحرص على تقدير وقياس المخاطر المتعلقة بالاستثمارات كلما أدى ذلك إلى النجاح المالي فيها، وبهذا تقبل الفرضية الفرعية الثانية والمنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في الاستثمار والنجاح المالي للمصارف المبحوثة.

- أما ثاني أقوى علاقات الارتباط فكانت بين بُعد الإبداع في التمويل والنجاح المالي في الجدول (2)، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.682) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فإن العلاقة طردية بنسبة حوالي (68.2%) بين المتغيرين أي أنه كلما قامت المصارف بتحديد إحتياجاتها من الأموال وتحديد مصادر التمويل اللازمة لها واختيار البديل الأفضل من بين مصادر التمويل المتاحة وتوفيرها في الوقت المناسب والتأكد من ملائمة نوع التمويل للاستخدام الموجه إليه والحرص على تسديد ديونها مع أوقات حصولها على الأموال كلما أدى إلى النجاح المالي فيها، وبهذا تقبل الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أن هناك علاقة ارتباط معنوية بين الإبداع في التمويل والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

- وجاءت في المرتبة الثالثة علاقة الارتباط بين بُعد الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية والنجاح المالي في الجدول (2)، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.573) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.01) وبذلك فأن العلاقة طردية بنسبة حوالي (57.3%) بين المتغيرين أي أنه كلما أهتمت المصارف بدراسات السوق وتحليلاته والقيام بالمسح السوقي بشكل دوري لمعرفة الأسعار السائدة في السوق وتوفر وحدات متخصصة بالتسعير ودراسة أسعار المنافسين قبل تحديد أسعار خدماتها ودراسة مستوى إقبال الزبائن على الخدمات عند تعديلها وتوزيع التكاليف والإيرادات على مراكز التكلفة وتدخل الإدارة العليا في مراحل قليلة ومحددة من تسعير مراحل تسعير الخدمة وتخفيض أسعار الفوائد المقبوضة بمقدار الزيادة في أرباحها غير الائتمانية كلما أدى إلى النجاح المالي في المصارف المبحوثة، وبهذا تقبل الفرضية الفرعية الرابعة والمنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أن

الجدول (2):علاقات الارتباط بين أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي على المستوى الكلي للمصارف عينة الدراسة

المؤشر الكلي	أبعاد الإبداع المالي					المتغير المستقل
	الإبداع في إدارة المخاطر	الإبداع في التسعير	الإبداع في التمويل	الإبداع في الاستثمار	الإبداع في توفير السيولة	
النجاح المالي	0.546**	0.573**	0.682**	0.689**	0.477**	

** p ≤ 0.01, N = 124

المصدر: إعداد الباحثان باعتماد مخرجات البرمجية الإحصائية (SPSS).

2.5. تحليل علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة:

يتم في هذا المحور قياس أثر المتغير المستقل في المتغير المعتمد، وما ينبثق عن ذلك من فرضيات فرعية، وذلك باعتماد أسلوب الانحدار الخطي البسيط باستخدام البرمجة الاحصائية (SPSS) وفيما يأتي أثر متغيرات الدراسة فضلاً عن تفسير المدلولات الاحصائية وعلى النحو الآتي :

أ. تأثير الإبداع المالي إجمالاً وتفصيلاً في النجاح المالي على المستوى الكلي للمصارف عينة الدراسة:

تتضمن هذه الفقرة اختبار الفرضية الرئيسية الثانية التي تشير إلى وجود تأثير معنوي للإبداع المالي إجمالاً بوصفه متغير مستقل في النجاح المالي كمتغير معتمد في المصارف المبحوثة في إقليم كردستان العراق.

الجدول 3: أثر الإبداع المالي إجمالاً في النجاح المالي على المستوى الكلي للمصارف عينة الدراسة

Sig	F		R ²	المتغير المعتمد		المتغير المستقل
	الجدولية	المحسوبة		B1	B0	
0.000	3.918	187.195	0.605	0.778	0.987	الإبداع المالي
				(13.68)*		

* قيمة T المحسوبة = () DF (123,1) N = 124 **P ≤ 0.01 قيمة t الجدولية = 1.657

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات البرمجية الإحصائية (SPSS) .

(46.5٪)، (32.9٪)، (29.8٪) على التوالي بدلالة معامل التحديد (R²) وهي قيمة معنوية بدلالة قيم (F) المحسوبة والبالغة (106.005)، (59.749)، (51.742) على التوالي وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.918).

وتأسيساً على هذه المعطيات يمكن القول أن بعض النتائج مثل تبني الإبداع في الاستثمار وسياسة تشغيل الأموال وعدم تجميدها والبحث عن الفرص الاستثمارية وتنويع مجالات الاستثمار والإبداع في التمويل والتسعير يؤدي إلى النجاح المالي في المصارف، بمعنى أن نجاح المصارف من الناحية المالية تستمد مقوماتها وخصائصها بشكل كبير من الإبداع في المجالات الاستثمارية والإبداع في التمويل والتسعير . في حين أن نتائج الإبداع في توفير السيولة والإبداع في إدارة المخاطر في المصارف المبحوثة عينة الدراسة جاءت بمراتب متأخرة من حيث تأثيرها في الإبداع المالي في المصارف المبحوثة.

ب. تأثير كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي في النجاح المالي على المستوى الكلي للمصارف عينة الدراسة:

يبين الجدول (4) أن هناك تأثيراً معنوياً لكل بُعد من أبعاد الإبداع المالي في النجاح المالي، وأن أقوى علاقات التأثير المعنوي كانت لبُعد الإبداع في الاستثمار بدلالة معامل التحديد (R²) إذ بلغ (47.5٪) وبلغت قيمة (B1) (0.47) وهي معنوية بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (110.533) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (3.918).

في حين إن أقل علاقة تأثير معنوي كان لبُعد الإبداع في توفير السيولة وذلك بدلالة معامل التحديد (R²) إذ بلغ (22.7٪) وبلغت قيمة (B1) (0.438) وهي معنوية بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (35.927) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.918).

في حين جاء تأثير الأبعاد الأخرى (الإبداع في التمويل ، الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية، الإبداع في إدارة المخاطر) بنسب تأثيرية بلغت

الجدول 4: أثر كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي في النجاح المالي في المصارف عينة الدراسة

Sig.	النجاح المالي		R ²	B1	B0	المتغير المعتمد
	F	المحسوبة				
0.000	3.918	35.927	0.227	0.477 (5.994)*	0.528	المتغير المستقل الإبداع في توفير السيولة
0.000	3.918	110.533	0.475	0.689 (10.513)	0.645	الإبداع في الاستثمار
0.000	3.918	106.005	0.465	0.682 (10.296)*	0.733	الإبداع في التمويل
0.000	3.918	59.749	0.329	0.573 (7.730)*	0.496	الإبداع في التسعير
0.000	3.918	51.742	0.298	0.546 (7.193)*	0.493	الإبداع في إدارة المخاطر

قيمة T المحسوبة = (123,1) DF N = 124 **P ≤ 0.01 قيمة t الجدولية = 1.657

المصدر : من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات البرمجية الإحصائية (SPSS).

تباين المصارف في محافظة أربيل في تحقيقها للنجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (5.250) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (4.057) وبدرجات حرية (1 ، 44) مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مصارف محافظة أربيل تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة. أما مصارف محافظة السليمانية فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة من حيث قيم مستوى المعنوية المحسوبة لمتغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي حيث بلغت مستوى المعنوية المحسوبة (0.238) والتي تزيد عن المستوى الافتراضي (0.05) مما يشير إلى عدم تباين المصارف في محافظة السليمانية في تحقيقها للنجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (2.085) وهي أقل من قيمتها الجدولية (4.130) وبدرجات حرية (1 ، 33) مما يؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مصارف محافظة السليمانية تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة.

وتأسيساً على المعطيات السابقة يمكن القول بأن فرضية التباين قد تحققت في محافظة دهوك وأربيل والتي تنص بأن هناك تباين في المتغير المعتمد (النجاح المالي) طبقاً للتركيز على المتغير المستقل (الإبداع المالي) في المصارف المبحوثة في محافظتي دهوك وأربيل. ولم تتحقق هذه الفرضية في محافظة السليمانية حول التباين في المتغير المعتمد (النجاح المالي) طبقاً للتركيز على المتغير المستقل (الإبداع المالي).

3.5. تحليل علاقات التباين بين متغيرات البحث في المصارف المبحوثة:

نتناول في هذه الفقرة اختبار فرضية التباين وذلك باستخدام تحليل التباين بإتجاه واحد أو التباين الأحادي (One – Way ANOVA) للتعرف على الفروق الاحصائية بين متغيرات الدراسة في المصارف المبحوثة في المحافظات الثلاثة في إقليم كردستان العراق، وذلك من خلال المؤشر الاحصائي (F) لكونه الأداة الإحصائية المناسبة للتعرف على الفروقات بين عناصر متغيرات الدراسة، حيث يتم قبول قيمة الخطأ الإحصائي لمعنوية التباين لغاية (0.05) وكما يأتي:

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي في الجدول (5) إلى قيم مستوى المعنوية المحسوبة لمتغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي، وجاءت في المرتبة الأولى مصارف محافظة دهوك حيث قد بلغت مستوى المعنوية المحسوبة (0.001) في المصارف المبحوثة في محافظة دهوك والتي تقل عن المستوى الافتراضي (0.05) مما يشير إلى تباين المصارف في محافظة دهوك في تحقيقها للنجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (5.404) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (4.079) وبدرجات حرية (1 ، 41) مما يؤكد وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مصارف محافظة دهوك تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة. وجاءت في المرتبة الثانية مصارف محافظة أربيل من حيث قيم مستوى المعنوية المحسوبة لمتغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي وبلغت مستوى المعنوية المحسوبة (0.012) والتي تقل عن المستوى الافتراضي (0.05) مما يشير إلى

الجدول 5: تحليل التباين باتجاه واحد بين مصارف المحافظات المبحوثة

المصارف في محافظة	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	قيمة المحسوبة F	F قيمة الجدولية	مستوى الدلالة
دهوك	0.254	1	0.254	4.079	0.001	
بين المجمع	1.909	41	0.047	5.404		
داخل المجمع	2.163	42				
المجموع						
أربيل	0.336	1	0.336	4.057	0.012	
بين المجمع	2.801	44	0.064	5.250		
داخل المجمع	3.137	45				
المجموع						
السليمانية	0.319	1	0.319	4.130	0.238	
بين المجمع	5.058	33	0.153	2.085		
داخل المجمع	5.377	34				
المجموع						

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على مخرجات البرمجية الإحصائية (SPSS). N1= 43, N2= 46, N3= 35

6. المبحث الخامس: الاستنتاجات والمقترحات

يعد هذه الفقرة خلاصة لما توصل إليه هذا البحث من استنتاجات اعتماداً على النتائج النظرية ومحاولة منهجية لتحليل المتغيرات المتمثلة بأبعاد الإبداع المالي ومتطلبات النجاح المالي، وبهذا الاتجاه أختبرت مجموعة من الفرضيات ذات الصلة بالعلاقة والتأثير والتباين ضمن محاور هذه المتغيرات، وبناءً على تحليل متغيرات الدراسة واختبار العلاقات بينها على وفق ما أفضى إليه نموذج الدراسة.

1.6. الاستنتاجات:

ويتناول أهم الاستنتاجات التي توصل إليها البحث الحالي والتي تتمثل في الآتي:

1. الإبداع ضرورة حتمية للمصارف في الوقت الراهن وفي ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، ولا بد من تجسيد الإبداع المالي وإدارته داخل المصارف عبر تحديد الطاقات الإبداعية ومحاولة تدريبها وتوفير الظروف الملائمة والمناسبة لاستغلال الطاقات الإبداعية المتاحة.

2. تشير الأدبيات التي تناولت موضوع النجاح المالي إلى أن نجاح المصارف يتطلب توفر الخبرات البشرية الكفوءة وكذلك توفر الموارد المالية اللازمة لإنشاء هذه المصارف وتوفير قيادة كفوءة تقوم بتنظيم أعمال المصرف والتخطيط لمستقبله المالي وأن تكون هناك استراتيجية تسويقية لترويج الخدمات المصرفية المقدمة ووجود تكنولوجيا متقدمة لضمان تسهيل سير العمليات المالية، وكذلك قدرة العاملين في المصارف للوصول إلى المعلومات وتحليلها للتعرف على الفرص والتهديدات التي يواجهها المصرف.

3. يعد النجاح المالي مفهوماً أكثر اتساعاً وقبولاً من مفهوم الإداء المالي لأن الأول يبحث في النجاح المضمون للمصارف بينما الثاني يشير إلى كيفية أداء هذه المصارف لنجاحها.

4. كشفت نتائج التحليل عن وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الإبداع المالي والنجاح المالي إجمالاً على المستوى الكلي لمصارف عينة الدراسة، وهذا يشير إلى أنه كلما أهتمت المصارف المبحوثة بأبعاد الإبداع المالي كلما أدى ذلك إلى النجاح المالي فيها.

5. أظهرت نتائج التحليل عن وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل بُعد من أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي على المستوى الكلي للمصارف عينة الدراسة، وكانت أقوى علاقة ارتباط بين بُعد الإبداع في الاستثمار والنجاح المالي مما يدل على أن المصارف كلما تبنت سياسة تشغيل الأموال والبحث عن أفضل الفرص الاستثمارية وتنوع مجالات استثماراتها قدر المستطاع والحرص على تقدير وقياس المخاطر المتعلقة بالاستثمارات كلما أدى إلى النجاح المالي فيها. أما أضعف علاقات الارتباط المعنوية فكانت بين بُعد الإبداع في توفير السيولة والنجاح المالي.

6. أظهرت نتائج تحليل الإنحدار البسيط وجود علاقة تأثير معنوية بين متغيرات الدراسة الرئيسة وبمستويات عالية لدى عينة الدراسة، وعلى مستوى المؤشرات الكلية على النحو الذي يمكن معه تبني الاستنتاج بأن عينة الدراسة ترى وجود تأثير معنوي لإبعاد الإبداع المالي إجمالاً في النجاح المالي.

7. كانت العلاقة التأثيرية معنوية بين أبعاد الإبداع المالي والنجاح المالي وكان بُعد الإبداع في الاستثمار الأكثر تأثيراً في النجاح المالي، أما أقل الأبعاد تأثيراً فكان بُعد الإبداع في توفير السيولة في النجاح المالي. في حين جاء تأثير الأبعاد الأخرى (الإبداع في التمويل، الإبداع في تسعير الخدمات المصرفية، الإبداع في إدارة المخاطر) بنسب تأثيرية معنوية ومتباينة على التوالي.

8. أظهرت نتائج تحليل التباين الأحادي إلى وجود تباين تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف

استراتيجيات توفير السيولة كون أن هذا البُعد كان الأقل تأثيراً في النجاح المالي رغم أهميته.

8. على المصارف المبحوثة وبشكل خاص مصارف محافظة السليمانية بتفعيل المنافسة من خلال التركيز على أبعاد الإبداع المالي وذلك بسبب ضعف التباين في النجاح المالي في هذه المحافظة اعتماداً على أبعاد الإبداع المالي.

9. يقترح البحث على المصارف المبحوثة العمل بالمسح السوقي بشكل دوري وذلك من أجل تقديم خدمات جديدة لزيائنها ودراسة شكاوى الزبائن والتعرف على حاجاتهم والاستفادة منها لتحسين جودة الخدمات مستقبلاً.

10. تقترح الدراسة على المصارف المبحوثة عينة الدراسة التركيز على خطوات التخطيط المالي والمتمثلة بالتخطيط لمستقبلها المالي.

7. المصادر

1.7. المصادر باللغة العربية:

1.1.7. الرسائل والأطاريح الجامعية:

البيحاني، صالح بن أحمد، (1999)، "العوامل المؤثرة في اتخاذ قرارات التسعير دراسة تطبيقية على الشركات السعودية بمحافظة جدة" ، رسالة ماجستير، إدارة الأعمال، جامعة الملك عبدالعزيز.
الخانق، سناء عبدالكريم ، (2006) ، "العلاقة بين مصادر المعرفة وتقانة المعلومات وهندسة المعرفة وأثرها في عناصر ومتطلبات استحداث المنظمة الافتراضية" ، اطروحة دكتوراه ، إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة المستنصرية.
المركهي، جيمس يوحنا عوديش ، (2008)، " دور المعلومات الاستراتيجية في تعزيز قدرات الاستثمار : دراسة لآراء عينة من المستثمرين في إقليم كردستان العراق " ، رسالة ماجستير، إدارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة دهوك.

الملك، جلال سعد ، (2002)، " دور التمكين في تعزيز الابداع المنظمي : دراسة لآراء القيادات العلمية في جامعة الموصل " ، أطروحة دكتوراه (غير منشوره) ، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

2.1.7. المجالات والدوريات:

الجهمني، عيسى، (1999) ، "استخدام النسب المالية للتنبؤ بتعثر المصارف ، دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في الأردن" ، مجلة الإدارة العامة ، العدد (2).
الخفاجي، علي جبران عبد علي ، (2012) ، "قياس العلاقة بين ممارسات الموارد البشرية والأداء المصرفي الناجح : دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأهلية العراقية" ، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية ،المجلد (14) ، العدد (1).

المبحوثة، وجاءت في المرتبة الأولى مصارف محافظة دهوك من حيث تباينها للنجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي، وجاءت في المرتبة الثانية مصارف محافظة أربيل من حيث التباين تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي، أما مصارف محافظة السليمانية فقد جاءت بالمرتبة الأخيرة من حيث التباين تجاه متغير النجاح المالي وفقاً لتبنيها لأبعاد الإبداع المالي بين المصارف المبحوثة.

2.6. المقترحات:

بعد استعراض الاستنتاجات فإنه من الممكن تقديم عدد من التوصيات وعلى ضوء تلك الاستنتاجات فقد تم تقديم بعض التوصيات الضرورية وكالاتي:

1. ضرورة المحافظة على مستويات الإبداع المالي والعمل على تطويرها لدى أفراد عينة الدراسة من خلال ورش التدريب أو من خلال العمل والمعايشة الميدانية في مستوى إدارة المصرف كونها من الأساليب المناسبة لرفع وتنمية المهارات المصرفية للمديرين في المصارف المبحوثة.

2. إتاحة الفرصة للمديرين وبكافة مستوياتهم الوظيفية للتعرف على أبعاد الإبداع المالي ومتطلبات النجاح المالي من خلال إقامة الندوات والبرامج التدريبية المتخصصة في هذا المجال، وهذا يسهم في تبادل الآراء والخبرات بين المديرين الممارسين لأعمالهم من جهة وبين أصحاب الخبرات الأكاديمية من جهة أخرى.

3. ضرورة تعزيز التعاون مع الجهات الأكاديمية عبر برامج بحوث مشتركة وتسهيل استخدام التجهيزات المتاحة على مستوى المنظمات والمختبرات الجامعية ،علماً أن هذا التعاون سيعود بالمنفعة على الطرفين ،بحيث تستفيد منظمات الأعمال المالية من النتائج المتوصل إليها في شكل خدمات جديدة وحلول للمشاكل من جهة، ومن جهة أخرى تستفيد الجامعات من الجانب التطبيقي.

4. يقترح البحث على المصارف عينة الدراسة الاهتمام بمتطلبات النجاح المالي وأبعاده وذلك لتحقيق النجاح المالي فيها.

5. يوصي البحث المصارف المبحوثة بتبني سياسة تشغيل الأموال وعدم تجميدها ، والبحث باستمرار عن الفرص الاستثمارية وتنويع مجالات الاستثمار كون هذا البُعد كان الأكثر تأثيراً في المصارف المبحوثة وعليها استغلال نقاط القوة في هذا البُعد.

6. يوصي البحث زيادة الاهتمام ببُعد الإبداع في إدارة المخاطر وأن تكون هناك جهة مختصة فيها لإدارة المخاطر للإبداع في العمليات المالية.

7. يقترح البحث الأهتمام ببُعد الإبداع في توفير السيولة وذلك من خلال استغلال فائض السيولة لدى المصرف واعتماد أساليب مالية متطورة ومبدعة لتخطيط السيولة لديها من خلال استحضار مقومات ومرتكزات

السابق، جروان (1985)، "معجم اللغات"، دار السابق، بيروت، لبنان .

سلامة، ابتسام خالد، (2007)، "القيادة الإدارية الإبداعية السبيل للتميز الإداري"، ورشة عمل، الجمعية السعودية للإدارة.

سلطان، محمد سعيد، (2005)، "إدارة البنوك"، دار الجامعة الجديدة، جامعة الإسكندرية، مصر.

الشمري، صادق ارشد، (2009)، "إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية"، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان .

الصميدعي، محمود جاسم، وكاسف، ردىة عثمان، (2001)، "التسويق المصرفي"، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.

العامري، صالح مهدي محسن، الغالبي، طاهر محسن منصور، (2008)، "الإدارة والإعمال"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

عبيدات، محمد، (2004)، "أساسيات التسعير في التسويق المعاصر: مدخل سلوكي"، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان.

العزاوي، محمد عبد الوهاب، (2002)، "أنظمة إدارة الجودة ISO & 9000 ISO14000"، دار وائل للنشر، عمان.

عقل، مفلح محمد، (2011)، "مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي"، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

العلي، عبد الستار محمد، (2000)، "إدارة الانتاج والعمليات: مدخل كمي"، ط1، دار وائل للنشر، عمان.

الفضل، عبد الحسين، والطائي، يوسف جسيم سلطان، (2004)، "إدارة الجودة الشاملة من المستهلك الى المستهلك"، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان .

كراجه، عبد الحلیم، (1991)، "الإدارة المالية بين النظرية والتطبيق"، ط1، دار الأمل، أربد.

معل، ناجي، (1994)، "اصول التسويق المصرفي"، ط1، دار الصفا، عمان، الأردن.

النعمي، عدنان تايه، والتميمي، أرشد فؤاد، (2008)، "التحليل والتخطيط المالي: اتجاهات معاصرة"، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

النمر، سعود، وآخرون، (2006)، "الإدارة العامة الاسس والوظائف"، ط6، مكتبة الشفري للطباعة والتوزيع، الرياض .

ويستون، فرد، وبرجام، يوجين، (2006)، "التمويل الإداري"، الجزء الاول، تعريب ومراجعة: عدنان داغستاني واحمد نبيل عبدالهادي، دار المريخ للنشر، الرياض.

2.7. المصادر باللغة الاجنبية:

A- Scientific Thesis & Dissertation:

Bos, Jaap W.B., & Kolari, James W., & Lamoen, Ryan C.R. van, (2009), "Competition and Innovation: Evidence from Financial Services"

دهام، عبدالستار ابراهيم، (2007)، "التعلم المنظمي وأثره في نجاح المنظمات: دراسة ميدانية في شركات وزارة الأعمال والإسكان في العراق"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (13)، العدد (45).

الذهبي، جاسم محمد، و الطائي، علي حسون، (2001)، "إدارة الاستراتيجية بين رسالة المنظمة وأهدافها: دراسة استطلاعية لأراء عينة من القيادات الإدارية العاملة في المنظمات العراقية"، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية العدد (36).

السريتي، المهدي مفتاح، (2013)، "مدى امكانية استخدام مؤشرات تقييم الأداء في بيئة التصنيع الحديثة في القطاع الصناعي الليبي"، المجلة الجامعة، المجلد (3)، العدد (15)، كلية الاقتصاد، جامعة مصراتة .

الضمور، هاني حامد، (2003)، "العوامل المؤثرة في تسعير المنتجات الصناعية المصدرة: الكيماويات في الأردن"، مجلة العلوم الإدارية، المجلد (15)، العدد (1).

3.1.7 . المؤتمرات والندوات:

البلتاجي، محمد، (2010)، "تنمية الموارد البشرية في المؤسسات المالية الاسلامية"، مؤتمر الخدمات المالية الاسلامية الثاني للفترة من 27-28 نيسان، مصرف ابو ظبي الاسلامي، مصر.

4.1.7 . الكتب:

أبو حمد، رضا صاحب، (2002)، "إدارة المصارف، مدخل تحليلي كمي معاصر"، ط1، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن.

البكري، ثامر ياسر، (2005)، "تسويق الخدمات الصحية"، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الجميل، سمر كوكب، (2012)، "المدخل إلى إدارة المؤسسات المالية: نظريات وتطبيقات"، ط1، دار ابن الاثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل.

الجميل، سمر كوكب، (2008)، "التمويل الدولي: مدخل في الهياكل والعمليات والأدوات"، ط1، دار ابن الاثير للطباعة والنشر، جامعة الموصل جامعة الموصل.

حردان، طاهر حيدر، (2009)، "أساسيات الاستثمار"، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

حريوش، حسني وأرشيد، عبد المعطى، (1996)، "الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق"، ط1، جامعة العلوم التطبيقية، الأردن.

الحسيني، فلاح حسن، والدوري، مؤيد عبد الرحمن، (2000)، "إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر"، ط1، دار وائل للنشر، الأردن.

الخضيري، محسن، (1999)، "التسويق المصرفي مدخل متكامل لاملاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات"، ط1، دار زهران للنشر، عمان.

خوني، رابع، حساني، رقية، (2008)، "المؤسسة الصغيرة والمتوسطة"، ط1، أترك للنشر، القاهرة، مصر.

- Robert W. & Worsham, C. Bruce, (2004), Foundation of Financial Planning , An Overview , The American college.
- Nuiruri, James Kamau & Ngari, James Mark, (2014), " Effects of Financial Innovations on the Financial Performance of Commercial Banks in Kenya", International Journal of Humanities and Social Science , Vol. 4, No. 7, May.
- Pitman, F. (2008). Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, Vol. 4, No. 4, 251-263.
- Thurik, M., (2007), " Policy Induced Constraints on Small Enterprise Development in Asian Developing Countries: Small Enterprise Development", Journal of Small Business, Vol. 5, No. 2, 66-78.
- Verhees, F. J. H. M., & Muhlenberg, M. T. G., (2009), "Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance in Small Firms. Journal of Small Business Management, Vol. 42, No. 2, 25-38.
- Vilkinas T, Cartan G and Saebel J., (2011), "Business Success Factors", DKCRC Research Report 79. Ninti One Limited, Alice Springs.
- Weiss, Michal Grinstein & Sherraden, Margaret S., (2014), " Starting Early for Financial Success: Capability into Action", The Journal of Consumer Affairs and the Financial Literacy and Education Commission announce a, Special Issue.

C- Conferences & Workshope:

- Frame, W. Scott, & White, Lawrence J., (2002), " Empirical Studies of Financial Innovation: Lots of Talk, Little Action?" , Prepared for the Conference on "Innovation in Financial Services and Payments" Federal Reserve Bank of Philadelphia May 16-17.

D- Books:

- Bartol, Kathryn K. / Nartin, C. D., (1991), "Management", New York: McGraw-Hill Inc.
- Brigham, Eugene F. & Ehrhardt, Michael C., (2005) "Financial Management Theory and Practice", R.R. Donnelley Willard, 11th Edition.
- Daft , Richard L. , (2000), " Management" , 5th Ed , Thomson south Western , U.S.A.
- Daft, Rechar, (2001), "Organizational Behavior", Harcourt College Publishers, USA.
- Daft, Richard .L., (2001), "Organization theory and Design " New Yourk "South Western.
- Emery, Douglas R., Finnerty, John D., & Stowe, John D., (2007), "Corporate Financial Management", 3rd Ed, Pearson Prentice Hall, U.S.A
- Heizer, Jay; & Render, Barry, (2004), Principles of Operations Management, 5th ed., Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Hempel , George H. & Simouson , Donald G & Coleman , Alan B., (1994), "Bank Management", 4th ed. , John Wiley & Son's Inc. U.S.A

, Utrecht School of Economics ,Utrecht University, Texas, U.S.A.

- Weaver, Dian N. ,(2008), "Leadership Characteristics of Dietetic Professionals in Ohio" The Degree of Master , Ohio University .

B- Journal & Periodical:

- Avais, Mohammed, (2014) ," Financial Innovation and Poverty Reduction" International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 1, January.
- Bruno, Giancarlo & Lippe, Stefan , (2012), " Rethinking Financial Innovation : Reducing Negative Outcomes While Retaining The Benefits" , World Economic Forum , 91-93 route de la Capite CH-1223 Cologny/Geneva – Switzerland.
- Btach, Joanna , (2011), " Financial Innovations and Their Role in The Modern Financial System – Identification and Systematization Of The Problem" , Ministry Of Science and Higher Education , Financial Internet Quarterly „e-Finanse” 2011, Vol (7), No (3).
- Butler, J. C., (2008), "Psychometric Theory", New York: McGraw-Hill, Journal of Market Research Society Vol (24), No (2), p 98-122.
- Conger ,M., (2002), " Leadership : Learning to share the Vision , Organizational dynamics" ,winter Vol . 19, issue 3 .
- Cristian , (2012), "Financial Instability and Financial Innovations, Economy Transdisciplinarity Cognition", Vol. 15, Issue 2.
- Curran, M. , (2007), "Family enterprises as an important factor of the economic development: the case of Slovenia", Journal of Enterprising Culture, Vol.11, No.2 , p111-130.
- Dabic , M., Cvijanovic, V., Gonzalez-Loureiro, M., (2011), "Keynesian, Post-Keynesian Versus Schumpeterian, Neo-Schumpeterian. An Integrated Approach to the Innovation Theory", Management Decision, Vol.49, No.2.,
- Hayes, R., Pisano, G., (1996), "Manufacturing strategy: at the intersection of two paradigm", Production and Operations Management, Vol. 5 No.1, pp.12-20.
- Holden, L,J, Hyde,R.and K.Brasier, (2004), " Building on our strengths workforce Development for the pensylvania DairyIndustry", Economic Review. 3(21).
- Jasra, Javed Mahmood & Khan, Muhammad Asif & Hunjra, Ahmed Imran & Rehman, Rana Aziz Ur. & Azam ,Rauf, (2011), "Determinants Of Business Success Of Small and Medium Enterprises", International Journal of Business and Social Science , Vol. 2 No. 20 :274-280 .
- Kock, M. Mc Grath, (2003), " Improving Labor productivity: Human Resource Management policies do Matter" strategic Management Journal 17 .
- Krishnan,V.R, (2005), " Leader–Member Exchange", Trans Formational Leadership and value system, EIBO, Vol(10)(1) , 14-20 . Cooper,

- Peter F. , (2003), "Christoffersene Elements of Financial Risk Management", Academic Press; USA.
- Shafer, Scott M.; & Meredith, Jack R.,(1998), "Operations Management: A process Approach with Spreadsheets", John Wiley & Sons, Inc.
- Stevenson, William J., (2005), " Operations Management ", 8th ed., McGraw-Hill.
- Van Home, James & John, Wachowicz,(1995), Fundamentals of Financial Management , 9th Ed., Prentice Hall.
- Walker, Orville C. , et. al, (1999), " Marketing Strategy : Planning and Implementation", 3rd Ed , McGraw-Hill, Irwin , Singapore.
- Webster's Merriam Co., (1974), USA.
- E- Studies From Internet:**
- Gubler, Z. J. , (2010), " Instruments, Institutions and the Modern Process of Financial Innovation ", Obtained from, <http://ssrn.com/abstract=1608409>.
- Pantu, Nick, (2010), " Whats This financial Planning All About", prim time Financial Counsellors P/L., www.deakin.edu.au
- Roger, (2005), " Sustainable success : Seven pates ", roger@sevenpaths.com, <http://sevepaths.htm>
- Hitt, Michael & Ireland, Duame & Hoskisson, Robert, (2001), " Strategic Management" South – Western college Publishing, USA.
- Jones , Gareth R. & George, Jennifer M., (2006), "Contemporary Management" , 4th Ed , McGraw-Hill, Irwin , new York.
- Keegan, Mary, (2004), "Management of Risk Principles and Concepts" Hm Treasury, The Orange Book, Working Papers.
- Krajewski, Lee J.; & Ritzman, Larry P.,(1999), " Operations Management : Strategy and Analysis", 5th ed., Addison-Wesley Longman, Inc., U.S.A
- Llewellyn, D. T. ,(2009), " Financial Innovation and the Economics of Banking and the Financial System" In: L. Anderloni, D. T. Llewellyn, R. H. Schmidt, "Financial Innovation in Retail and Corporate Banking" Cheltenham: Edward Elgar.
- Mac millan , Hugh & tampoe , mahan, (2000), " strategic management : process ", control and implementation , of and press inc.
- Nickels, William G., Mchugh, James M. and Mchugh Susan M., (2002), "Understanding Business", Mc Graw - Hill Companies , Inc .
- OECD, (2003), Creativity, Innovation and Economic Growth in the 21st Century. Business and Industry Advisory Committee to the OECD.

رۆی رهه‌ندی داهینانا دارایی پیخه‌مهت بنه‌جهرنا پیدقیین دارایی نموونه‌کا بانکین کهرتی تاییهت ل هه‌ریما کوردستانا عیراقی

پوخته:

د ئه فان سالین دوماهی دا ژینگه‌ها جیهانی بگشتی چه‌ندین وه‌رار و گهورین بخوئه دیتینه ژوان: دیاردا جیهانییوونی و پێشکه‌فتنا ته‌کنولۆژیا زانیاریا و ئابوری لسه‌ر بنه‌مای زانین و داهینانی، ئه‌فان گورانکاریان چه‌ندین ریکمانه‌یین تازه لسه‌ر ریکراوین کارکرنی و بتاییهت لسه‌ر بانکا زاکرینه، ورکمانه‌یا سه‌ره‌کیا کو دبیته ئاسته‌نگ دریکا ئه‌فان ریکراوا دا کو لژیر سیه‌را جیهانییوونا ئابوری بریتی یه ژ ئاسته‌نگی چه‌وانیا زنده‌کرنا شیانی هه‌فرکیی و چه‌وانیا پارستنا کاران پیخه‌مهت دیفچوونکرنا ئه‌فان گهورینا و پاشان رۆی وان دسه‌رکه‌فتنی دا.

ویناوه لسه‌ر فی چه‌ندا هاتیه دیارکرن، ئه‌فی فه‌کولینی هه‌ولدایه کو رۆی رهه‌ندی داهینانا دارایی به‌رجه‌سته بکهت پیخه‌مهت بنه‌جهرنا پیدقیین دارایی لسه‌ر نموونه‌کا بانکین کهرتی تاییهت ل هه‌ریما کوردستانا عیراقی، ژبو بخوئه‌گرتنا ئه‌فی بابته‌ی بشیوه‌کی ته‌فا، وژماره‌کا ئاماژین ئاماری هاتینه ده‌سنیشانکرن کۆ بوینه بنیات ژبو نیشاندانا وگه‌نگه‌شه‌کرنا ئه‌نجامین شلۆقه‌کرنا پراکتیکیا فه‌کولینی، وه‌ژماره‌کا پرسیارا هاتیه ده‌سنیشانکرن دا بیته سنووره‌ک بو ئاریشا فه‌کولینی و بی ئاوی ل خاری:

1. رۆی داهینانا دارایی ل سیسته‌می به‌نکی دا چی یه؟ و کارتی‌کرن و لسه‌ر سه‌رکه‌فتنا دارایی؟

2. گرنگیا کهورینن فه‌کولینی لدویف بوچونیت ریفه‌به‌رین کارگیری ل بانکین فه‌کولین لی ده‌یهته ئه‌نجام دان؟

ئه‌فه‌فه‌کولینه‌گه‌هشتیه کومه‌کا ده‌رئه‌نجاما و گرنگترین ژوانا:

1. هه‌بوونا په‌یووه‌ندیکا به‌ستنی یاوهری دناقبه‌را رهه‌ندی داهینانا دارایی و سه‌رکه‌فتنا دارایی و لسه‌ر ئاستی بانکین نموونا فه‌کولین لسه‌ر هاتیه کرن.

2. هه‌بوونا کارتی‌کرنه‌کا به‌ستنی یاوهری لسه‌ر داهینانا دارایی ژبو سه‌رکه‌فتنا دارایی لسه‌ر هه‌می به‌نکین نموونا فه‌کولین لسه‌ر هاتیه کرن.

3. هه‌بوونا ژیکجوداهی لدویف سه‌مما گوره‌گین سه‌رکه‌فتنا دارایی کو لدویف هه‌فگرتنا و ل رهه‌ندی داهینانا دارایی کو ئه‌فه‌جوداهی ده‌کفیهته دناقبه‌را به‌نکین فه‌کولینی ل پاریزگه‌هین ده‌وک وه‌ولتری دا، به‌لی ئه‌فه‌جوداهی لدویف سه‌مما گوره‌گین سه‌رکه‌فتنا دارایی ل به‌نکین فه‌کولینی ل پاریزگه‌ها سلیمانینی دا نه‌بوو.

و فه‌کولینی هه‌ژماره‌کا راسپارده داناینه به‌رده‌ست تاییهت ب بانکین فه‌کولین لسه‌ر هاتیه ئه‌نجام دان، سه‌ره‌رای پێشنیارکنا کومه‌کا فه‌کولینن ئاینده بو فه‌کولوران دفی بواری دا.

په‌یقین سه‌ره‌کی: رهه‌ندی داهینانا دارایی، پیدقیین دارایی، بانکین کهرتی تاییهت، هه‌ریما کوردستانا عیراقی.

Investigated the Role of Financial Innovation Dimensions in Achieving Financial Success Requirements in A Sample of Private Banks in The Kurdistan Region of Iraq

Abstract

In the last two decades, the world witnessed many developments and changes, including: globalization, the progress of information technology, and innovation and knowledge-based economy. These changes imposed new challenges for business organizations and the private banks. So, how to increase their competitiveness and maintaining it and succeeding in it became the key challenges for these organizations due to these changes and advances.

Based on the foregoing the current study investigated the role of financial innovation dimensions in achieving financial success requirements in a sample of private banks in the Kurdistan Region of Iraq. which calculated a number of statistical indicators that formed the basis for the presentation and discussion of the results. A number of research questions were specified for the problem of the study and they were as follows:

1. Whether there is a correlation between financial innovation dimensions and requirements of financial success in the surveyed Almassa?

2. The extent of the impact of the relationship between financial innovation and the requirements of the dimensions of financial success in the surveyed banks?

The study reached a number of conclusions, most important of which were :

1. The results of the analysis showed that there was a significant correlation between every dimension of financial innovation and financial success at the macro level in the surveyed banks.

2. There was a significant effect of financial innovation on the overall financial success throughout the surveyed banks.

3. There was discrepancy towards financial success variable according to the adoption of the dimensions of financial innovation among the surveyed banks in the provinces of Dohuk, and Erbil, whereas results showed that there was no such discrepancy among the surveyed banks in the province of Sulaymaniyah.

The study gave a number of recommendations consistent with the findings of the current study, as well as proposed a set of future studies for researchers in the field.

Keywords: Financial Innovation Dimensions, Financial Success Requirements, Private Banks, The Kurdistan Region of Iraq.