

دور استراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق أبعاد النجاح المالي

دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من المصارف الأهلية في محافظة دهوك

The Role of Financial Intelligence Strategies in Achieving the Dimensions of Financial Success

الأستاذ المساعد الدكتور حكمت رشيد

جامعة دهوك

cons_ae@yahoo.com

الأستاذ المساعد الدكتور دلشاد حبيب

جامعة دهوك

الملخص

تناول البحث موضوع استراتيجيات الذكاء المالي المتمثلة باسس المعاييرة وقياس النتائج المالي وفن التمويل والاستثمار وآليات تحليل الأرقام والسيولة النقدية والربح وأخيراً الامام بالنظم المالية وشفافيتها, كما تناول البحث موضوع أبعاد النجاح المالي والمتمثلة الميزة التنافسية ورضا الزبائن وتقديم الخدمات المصرفية وتحقيق العائد.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور استراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق أبعاد النجاح المالي , وقد جرى اختيار المصارف التجارية في محافظة دهوك لإجراء الجانب الميداني من البحث, وشمل البحث (44) من قادة هذه المصارف من المدراء ومعاوني المدراء ورؤساء الأقسام , واعتمد الباحثان استمارة الاستبانة بعد أن تم التأكد من صدقها وثباتها كأداة رئيسة لجمع بيانات الجانب الميداني , وتم تحليل هذه البيانات باستخدام الانحرافات المعيارية و معامل الارتب اط بيرسون وتحليل

معلومات البحث

تاريخ البحث:

الاستلام: ٢٠١٧/٤/٤

القبول: ٢٠١٧/٥/١

النشر: خريف ٢٠١٧

DOI:

10.25212/lfu.qzj.2.5.07

الكلمات المفتاحية:

Financial intelligence strategies; Financial Success; Administrative leadership; Trade banks

الانحدار الخطي البسيط.

وقد توصل الباحثان إلى جملة من الاستنتاجات من أهمها وجود علاقة ارتباط معنوية بين المتغير المستقل استراتيجيات الذكاء المالي والمتغير المعتمد أبعاد النجاح المالي في المنظمات المبحوثة , أما على الصعيد الجزئي أوضحت نتائج التحليل أن العلاقة معنوية بين جميع استراتيجيات الذكاء المالي وجميع أبعاد النجاح المالي وكانت أقوى علاقات الارتباط بين استراتيجية الإلمام بالمنظمة المالية وأبعاد النجاح المالي وأن أضعف علاقة معنوية كان بين استراتيجية اسس المعايير والنتائج أبعاد النجاح المالي , كما أوضحت نتائج الاستبيان أن هناك اهتماماً جيداً بالعنصر النسوي في توليها مهام مناصب قيادية في المنظمات المبحوثة وهذا دليل على تنامي الوعي المجتمعي اتجاه هذه الفئة, كما أن معظم المبحوثين هم حملة شهادات البكالوريوس.

وقد خرج الباحثان بمجموعة من المقترحات كان من أهمها ضرورة أن تولي إدارة المنظمات المبحوثة اهتماماً كبيراً بأبعاد النجاح المالي لما لها ارتباط قوى بجميع استراتيجيات الذكاء المالي كان في مقدمتها استراتيجية الإلمام بالنظم المالية وإستغلال قوة العلاقة هذه لصالح تحقيق النجاح المالي , وكذلك ضرورة تشجيع العاملين في المنظمات المبحوثة على تبادل المعرفة والخبرة وذلك لإطلاق طاقاتهم الفكرية التي تقود إلى تكوين قاعدة تساهم في تعزيز الذكاء المالي , وكذلك زيادة الاهتمام بالموارد البشرية من خلال الاهتمام بالدورات التخصصية في المجال المالي والتي تساهم في تعزيز قدرات الذكاء المالي في المنظمات المبحوثة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات الذكاء المالي, أبعاد النجاح المالي.

يشهد القطاع المصرفي منافسة شديدة وتسبق حاد نتيجة لهذه المنافسة أصبح لزاماً على المصارف اعتماد طرق واساليب جديدة ومبتكرة لتقديم خدمات جديدة لم تفكر فيها المصارف الاخرى أو على الأقل لم تنفذ هذه الافكار على أرض الواقع وذلك سعياً لتحقيق ميزة تنافسية وكل ذلك يأتي عن طريق الإلمام بماهية الذكاء المالي وأبعاده ومتطلباته واستراتيجياته.

عود سبب ذلك إلى البيئة التي تعمل فيها المنظمات في الوقت الحالي إذ تتصف بمستوى عالي من من التغيير والتعقيد ولكنها في نفس الوقت تتميز بالابتكار وتزايد الفرص وأن البقاء والنمو والنجاح لأية م منظمة يتطلب منها اكتشاف مستقبلها قدر المستطاع من أجل استغلال هذه الفرص والقيام بأنشطتها بابتكار. تضمن هيكل البحث أربعة مباحث , يتناول المبحث الأول عرض نظري لمفهوم الذكاء المالي واستراتيجياته , في حين اختص المبحث الثاني بمفهوم النجاح وأبعاده , ويتضمن المبحث الثالث منهجية البحث , فيما تناول المبحث الرابع وصف وتشخيص متغيرات البحث, واختتم البحث بمجموعة من الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الأول

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في مواجهة القطاع المصرفي تحديات حقيقية لمواكبة عصر العولمة وآثارها المالية والاقتصادية, ويمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال إثارة التساؤلات الآتية:

1. ما مدى اعتماد استراتيجيات الذكاء المالي في الانشطة المالية في المصارف المبحوثة؟
2. ما مدى توافر المعرفة عن النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟
3. هل هناك علاقة بين الذكاء المالي والنجاح المالي في المصارف المبحوثة؟
4. هل تؤثر استراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق النجاح المالي في المصارف المبحوثة؟

ثانياً: أهمية البحث

يكتسب البحث أهميته من أهمية موضوع استراتيجيات الذكاء المالي ومساهمته في تحقيق النجاح المالي حيث أن الاعتماد على استراتيجيات الذكاء المالي يوفر الكثير من المعلومات المفيدة للإدارة وتحديد مواطن

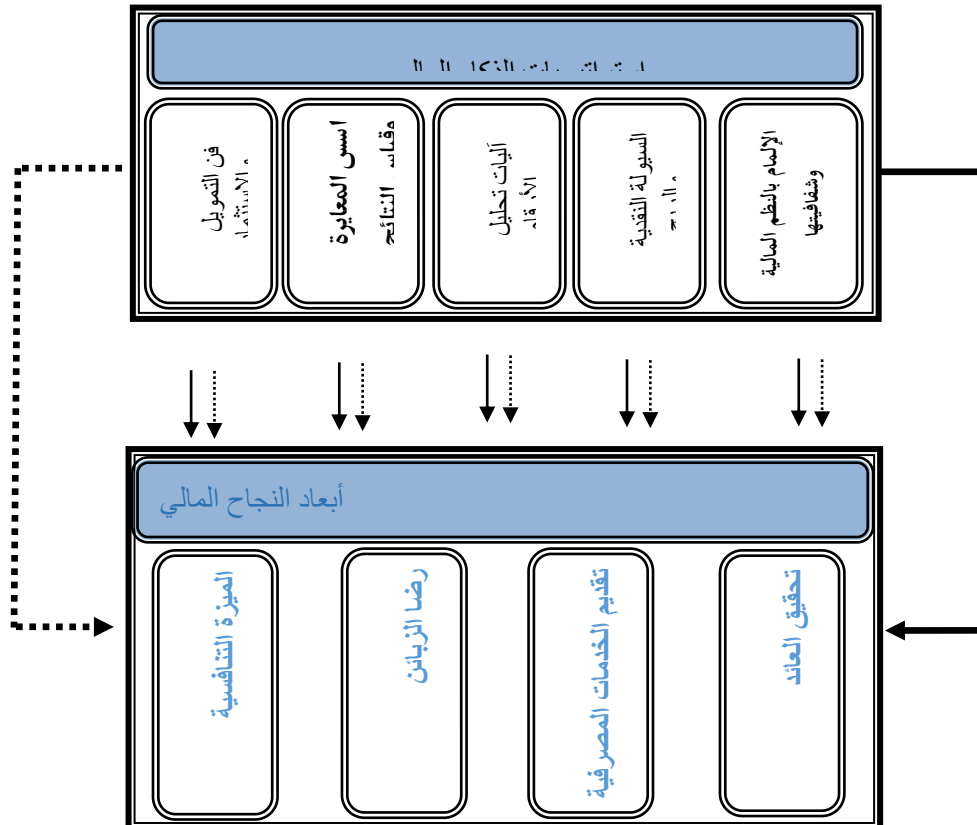
القوة والضعف لإتخاذ القرارات المالية وتوظيف موجوداتها بشكل أفضل واستغلال الفرص للمنظمات المالية وتحقيق التقدم التنافسي.

ثالثاً: أهداف البحث

- في ضوء مشكلة البحث فإن هدف البحث ينصب أساساً في تحديد تأثير الذكاء المالي في تحقيق النجاح المالي على مستوى المصارف المبحوثة, فضلاً عن سعيه لتحقيق الاهداف الاتية:
1. التعرف على مفهوم الذكاء المالي واستراتيجياته في المصارف المبحوثة.
 2. التعرف على مفهوم النجاح المالي وأبعاده في المصارف المبحوثة.
 3. التعرف على مستوى توافر استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي.
 4. اختبار علاقات الارتباط والاثربين الذكاء المالي والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

رابعاً: أنموذج البحث وفرضياته

تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة البحث في ضوء إطارها النظري ومضامينها الميدانية تصميم أنموذج فرضي, حيث يظهر الشكل (1) الأنموذج الفرضي للبحث. ويفصح أنموذج البحث عن فرضيتين رئيسيين وعلى النحو الاتي:



الشكل (1): أنموذج البحث

ويفصح أنموذج البحث عن فرضيتين رئيسيتين وعلى النحو الآتي:

الفرضة الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات الذكاء المالي إجمالاً وتفصيلاً والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

الفرضية الرئيسية الثانية : يوجد تأثير معنوي لإستراتيجيات الذكاء المالي إجمالاً وتفصيلاً في تحقيق النجاح المالي على المستوى الكلي في المصارف المبحوثة.

خامساً: أدوات جمع البيانات والتحليل الاحصائي

اعتمد الباحثان في بناء الاطار النظري على ما أورده أدبيات الموضوع الحديثة وذلك إنسجاماً مع حداثة الموضوع والتغيرات السريعة التي حدثت في الآراء والافكار التي تقدمها أدبيات الادارة المالية . أما في الجانب الميداني فقد أعتمد الباحثان على استمارة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات , وتم تحليل البيانات بالاعتماد على العديد من الأساليب الإحصائية وهي النسب المئوية ومعامل الارتباط بيرسون ومعامل الانحدار البسيط.

سادساً: مجتمع البحث وعينته

يمثل مجتمع البحث القيادات الإدارية في المصارف التجارية في محافظة دهوك , وقد جاء اختيار المصارف كميدان للبحث لما له من دور كبير في استثمار الاموال , وقد قام الباحثان بتوزيع استمارة الاستبانة على مجموعة من قادة هذه المصارف والبالغة عددهم (44) قيادي, ويوضع الجدول (1) توزيع أفراد المبحوثين وفقاً لخصائصهم الفردية.

الجدول (1): توزيع الافراد المبحوثين وفقاً لخصائصهم الفردية

ت	الخصائص	الفئات	العدد	%
1	الجنس	ذكر	21	47%
		انثى	23	53%
		المجموع	44	100%
2	العمر	أقل من 30 سنة	12	27%
		30-45 سنة	19	43%
		أكثر من 45 سنة	13	30%

المجموع	44	%100	
اعدادية فأقل	3	%6.8	
دبلوم فني	13	%30	
بكالوريوس	27	%61	3 التحصيل الدراسي
شهادة عليا	1	%2.2	
المجموع	44	%100	
مدير مصرف	10	%22	
معاون مدير	12	%28	4 المنصب الحالي
رئيس قسم	22	%50	
المجموع	44	%100	
أقل من 5 سنوات	8	%18	
5 - 15 سنوات	23	%52	5 عدد سنوات الخدمة
أكثر من 15 سنوات	13	%30	في الوظيفة
المجموع	44	%100	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبيان.

المبحث الثاني

الاطار النظري

أولاً: استراتيجيات الذكاء المالي

1.1: مفهوم الذكاء المالي

تقوم فلسفة الذكاء المالي للأعمال على أساس ان أي فرد في المنظمة يصبح أفضل وأكثر ذكاءً مالياً , عندما يفهم مؤشرات قياس النجاح المالي للمنظمة التي يعمل فيها , ويفهم ايضاً الكيفية التي يؤثر فيها الذكاء المالي في كفاءة وطرق انجاز الأعمال في المنظمة . ويحقق مفهوم الذكاء المالي بشكل أفضل من خلال مفهوم

المؤشرات المالية في اي قسم في المنظمة (Anderson, 1999: 82). ويعرف (أل شبيب, 2012: 965) بالذكاء المالي بأنه عبارة عن حسن اختيار البيانات والمعلومات والعناصر , و تحويل تلك البيانات وفق المفاهيم المعاصرة للإدارة المالية إلى خطط وتوقعات وتصورات ومؤشرات يسهل فهمها. ويرى (قنطجى, 2013: 2) بأنه قدرة الفرد على فهم وتعليم الشؤون المالية والتعبير عنها وإجادة التفكير فيها وتحليل نتائجها وإدراك أثارها ومدى قدرته على التفاعل والتعامل مع الآخرين, لأن التعاملات المالية لا تتم بمعزل عن الآخرين. ويعبر عنه (Berman, et al, 2013: 262) على انه بمثابة الجهاز العصبي للأعمال العالمية , والحجر الأساسي للقرارات الاستراتيجية وتحقيق الشفافية والمعرفة المالية, لأنها تحدد موطن القوة والضعف والفرص السانحة والتهديدات على حد سواء , ويجب على الجميع دراسة ذلك الجهاز أو النظام العصبي بدقة وحرص وبصفة دائمة بداية من كبار المديرين وحتى صغار الموظفين. وتعرف (شرانشى, 2015: 39) بأنه قابليات الفرد أو الجماعة على اكتساب المعارف والمهارات المتعلقة بالأساسيات المالية والقدرات التحليلية , والتي تساهم في منطوية القارات المتعلقة بالتمويل والاستثمار فضلاً عن القرارات المتعلقة بالمخاطر والأزمات المالية.

2.1: أهمية الذكاء المالي

تكمّن أهمية الذكاء المالي بأنه افضل الممارسات والكفاءات الأساسية في المنظمات والتي تؤدي الى تحسين النتائج المالية, ورفع معنويات العاملين وتقليل معدل دورانهم, وتبنى العديد من المنظمات برامج الذكاء المالي في صيغة مناهج تنمية المهارات القيادية حيث أن امتلاك مهارات الذكاء المالي تساعد في تطوير ممارسات اعداد التقارير المالية الجيدة , وبالتالي تساعد على تحقيق الفوائد للمنظمة (Ben-Caleb et al, 2013: 12). ويرى (أل شبيب, 2012: 966-967) أن أهمية الذكاء المالي يتمثل في الآتي:

- يساهم الذكاء المالي في زيادة المعرفة المالية للمدراء والموظفين من خلال الاستفادة من المفاهيم المالية في جمع وتحليل وعرض البيانات المالية.
- يعزز الذكاء المالي في زيادة وتحفيز ورفع كفاءة الأداء.
- امتلاك المدراء للذكاء المالي يعني مساعدة المنظمة لتحقيق النجاح والاهداف المحددة.
- الذكاء المالي لدى المدراء يزيد من الارباح والتدفق النقدي في المنظمة وذلك من خلال استخدام المعلومات المالية بأكثر دقة وذكاء.
- يساهم الذكاء المالي في التعرف على واقع الأعمال ونشطة والاعمال من خلال معرفة كيفية قياس نتائج اعمالهم.

- يساعد الذكاء المالي على النمو الاقتصادي ويحسن من معايير الحياة والرفاهية وتنفيذ الاعمال الصحية بأقل التكاليف الممكنة

3.1: أهداف الذكاء المالي

يهدف الذكاء المالي الى تزويد المنظمة بالبيانات التاريخية و جهات النظر الحالية والتنبؤ بالعمليات المستقبلية, وتقنين البيانات والعمليات , ومعالجة الاحداث والعمليات المعقدة , ومراقبة كفاءة اداء الأعمال , ووضع معايير القياس , وتحليل الوقائع وعمليات التنبؤ حيث ان الذكاء يعتمد على ادوات التنقيب في البيانات والمعطيات والمعلومات لمختلف الاقسام وفروع المنظمة وتحويلها الى صانع القرار واتخاذ القرارات الافضل لمساعدة المنظمة على النجاح في تحقيق أهدافها (أل شبيب , 2013: 2). وترى (الأتروشي, 2015: 10) أن الذكاء المالي يهدف الى تحقيق الربح من خلال صنع افضل القرارات الخاصة بالعمل من خلا ل التوسع في استعمال عناصر نظم ادارة البيانات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية عند مراحل التجميع التخزين والتحليل وتوفير وتوسيع القدرة على نفاذ وانتقال البيانات والمعلومات وبالتالي المساهمة في صنع القرارات الصحيحة من خلال استخدام المعلومات الدقيقة وبالوقت المناسب وبالنوعية المطلوبة.

4.1: استراتيجيات الذكاء المالي

يوفر الذكاء المالي للمدراء عدة استراتيجيات من شأنها تعزيز قدرتهم على اتخاذ افضل القرارات المالية والمحاسبية (9: 2006, Berman & Knight) ومن هذه الاستراتيجيات:

1. اسس المعايير وقياس النتائج المالية:

تعد أدوات التحليل المالي أدوات مثالية لتحقيق هذه الغاية , لما لها من قدرة على تقييم ربحية المنظمة , وكفاءتها في إدارة موجوداتها , وتوازنها المالي , وسيولتها, والاتجاهات التي تنفذها في النمو , وكذلك مقارنة أدائها بشركات اخرى تعمل في نفس المجال أو حتى في المجالات الاخرى (عقل, 2011: 234). ويرى (حماد, 2005: 108) بأنها تتمثل في تفسير بيان الدخل والموازنة العامة وبيان التدفقات النقدية وغيرها , حيث يجب اظهار معلومات عناصر القوائم المالية بشكل يعكس وضع المنظمة دون تضليل بحيث يستطيع مستخدم هذه المعلومات الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الرشيدة, إن عملية قياس عناصر القوائم المالية تعني تحديد القيم النقدية للعناصر التي سيعترف بها في القوائم المالية وتظهر في قامة الدخل والميزانية العمومية والتدفق النقدي ويتضمن ذلك اختيار اسس محددة للقياس , وخاصة ان عناصر القوائم المالية هي بمثابة تقارير لقياس كفاءة أداء الإدارة , فهي تحدد مدى نجاحها أو فشلها , ويلخص المشاكل التي ستعرض لها المنظمة الآن وفي المستقبل.

2. فن التمويل والاستثمار:

من الوظائف الرئيسية للإدارة المالية هي عملية تجهيز منظمة الاعمال بالأموال اللازمة , إذ يتعين على الإدارة المالية ان تحدد جميع الاموال اللازمة لعملية التمويل , وان تكون على معرفة بمصادر التمويل التي يمكنها من التجهيز المستمر للأموال سواء كان الامد القصير أو الطويل (الزيدي, 2004: 826). ويرى (الجميل, 2012: 185) إنه من الممكن تصنيف مصادر التمويل في المنظمة الى مصا در تمويل داخلية واخرى خارجية اعتماداً على الميزانية فكل المطلوبات أموال خارجية , أما حقوق الملكية فتعد أموال داخلية . ويعتبرها (عقل, 2011, 149) بأنها عملية هامة جداً بالغة التعقيد خاصة في المنظمات الكبيرة , لذلك تتطلب القيام بهذه الوظيفة توافر معرفة متميزة لدى الإدارة المالية لما للقرارات المتعلقة بالموضوع من اثر هام في ربحية المنظمة وسلامة وضعها المالي.

ويرى (طنيب وعبيدات, 2010: 23) أن المدير المالي في المنظمة يقوم بإعداد الخطط لمالية والحصول على الاموال من مصادرها المختلفة , ويتأكد من أن هذه الاموال تستخدم بحكمة وتستخدم استخداماً اقتصادياً داخل المنظمة , ويتأكد من هذه الاستخدام يؤدي الى الحصول على اكبر العوائد للمنظمة وذلك من استثمار الاموال في الموجودات المختلفة, إذ ان كل موجود من الموجودات الثابتة والمتداولة يمثل استثماراً للأموال.

3. آليات تحليل الارقام:

يجب أن يسلك المحلل المالي منهجاً علمياً يتناسب مع عملية التحليل ويستخدم أساليب وأدوات تجمع هي الاخرى بقدر متوازن بين سمتي الموضوعية والملائمة للأهداف التي تسعى اليها (مطر, 2003: 4) . ويرى (عقل, 2011: 240) أنه من المناسب استعمال قوائم مالية لفترات عديدة إذا كنا نسعى لتوخي المزيد من الدقة والتحليل وتعرف الاتجاه الذي يتخذه اداء المؤسسة موضع التحليل, لأن القوائم المالية الخاصة بسنة واحدة قد لا تكون معبرة عن الاتجاه العام للأداء . ان التحليل المالي بالنسب يعد الاسلوب الاكثر شيوعاً من أساليب التحليل المالي في عالم الاعمال, وذلك لأنه يوفر ويفسر المؤشرات المالية والقدرة على عملية التنبؤ والتي يمكن الاستفادة منها في تقييم أداء المنظمة , وكذلك تعد أهم وسيلة لتحليل الارقام في دراسة المركز المالي والحكم على النتائج (الجرجاوي, 2008: 33).

4. السيولة النقدية والربح:

تعد السيولة من أهم العناصر في إدارة الموجودات والمطلوبات المصرفية , وهي قدرة البنك على تحويل أصوله إلى نقد عند الحاجة من قبل الزبائن لسحب ودائعهم (أل شبيب, 2015: 137). وفي نفس السياق في تتمثل السيولة في قدرة المنظمة على مواجهة التزاماتها القصيرة الاجل عند استحقاقها باستخدام اصولها السائلة والشبه السائلة (الاصول المتداولة) دون تحقيق خسائر, أي السهولة والسرعة في تحويلها إلى نقد دون خسائر(الخطيب, 2010: 62). ويصفها (العارضى, 2013: 59) بأنها المؤشرات التي تقيس العناصر السائلة أو

الاقرب الى السيولة من أجل بيان أن المنظمة لا تعاني من عسر مالي في مجال سداد التزاماته . ويرى (عقل, 2011: 28) أن السيولة ضرورية لوفاء المنظمة بالتزاماتها وتفادي مشكلات خطر الإفلاس والتصفية إن لم تتوافر السيولة ولو لفترة وفي الوقت نفسه , فإن زيادة السيولة عن الحاجة قد يؤدي الى تخفيض الأرباح نتيجة توظيف المنظمة لجزء من أموالها في استثمارات ذات عوائد منخفضة.

وتعد الأرباح من المؤشرات التي تقيس كفاءة إدارة المنظمة في استغلال الموارد استغلالاً أمثل وتبين تحسن أداء المنظمة المالي وقدرتها على مواكبة النمو والتطور العالمي (الخطيب, 2010: 59). ويشير اليها (النعيمي والتميمي, 2008: 87) بأنها مقياس نسبي للنجاح فهي تؤثر مستوى الموجودات المطلوبة لإسناد العمليات التشغيلية وتحقيق المبيعات , لذلك فهي دالة لكفاءة القرارات الاستثمارية والتمويلية . وهي ضرورية لقدرة المنظمة على البقاء والاستمرار , لأن الخسارة المستمرة ستؤدي الى تلاشي حقوق المساهمين وبدء التهديد لحقوق الدائنين, وهو أمر غير مقبول منهم , وستؤدي بهم الى التوقف عن مد المنظمة بأي تمويل جديد والعمل على تقليص التمويل القديم , ولتحقيق الربحية تسعى المنظمات توظيف أكبر قدر ممكن من أموالها في استثمارات ذات عوائد مرتفعة الأمر الذي يتعارض بشكل عام مع هدف السيولة.

إن الموازنة بين السيولة والربحية والحفاظ على هذا التوازن باستمرار هي من أهم واجبات إدارة المنظمة المالية والمدير المالي , والحقيقة فان هذا الواجب ينطوي على صعوبة بالغة لأن توفير السيولة قد يتناقض مع هدف الربحية, ان ربحية المنظمة تتحقق من خلال تشغيل أصول المنظمة بكفاية , أما السيولة فتتحقق من خلال الكفاءة في إدارة عناصر رأس المال العامل , وفي قدرة المنظمة في الحصول على التمويل القصير والطويل الاجل (الخزاعي, 2009: 130).

5. الإلمام بالنظم المالية وشفافيتها:

الشفافية المالية والذكاء المالي هما أساس قياس السوق المالي السليم وأساس نجاحه , ويتم ذلك من خلال الافصاح الكامل عن كافة الاجراءات الإدارية الداخلية وكيفية إعداد القوائم المالية والتقارير المالية بشفافية , وهذا يوفر جواً من الثقة والولاء بين المتعاملين مع المنظمة (Berman & Knight, 2008: 263-264). ويؤدي تعزيز الشفافية المالية والذكاء المالي إلى تطوير المناخ الاستثماري ويرتقي بمستوى الأداء المنظمي ويطور موقفها المالي (عابد, 2006: 74-77). وتجدر الاشارة إلى ان كلمة الشفافية تعني الصدق والموضوعية, أما الشفافية المالية يقصد بها خلق بيئة تكون فيها المعلومات المتعلقة بالظروف والقرارات والأعمال الحالية للمنظمة متاحة ومنظورة ومفهومة للك (حماد, 2005: 731).

ثانياً : أبعاد النجاح المالي

1.2 مفهوم وتعريف النجاح المالي

يقصد بالنجاح المالي عدم تعرض المنظمة المالية لخسائر متتالية، وتحقيق أرباح متتالية بالإضافة إلى قدرة المنظمة على تسديد ديونها المستحقة ودفع أرباح أسهمها العادية والممتازة وهو ما تهدف إليه المنظمات المالية الحديثة (الجهماي، 1999: 74). ويعرفها (السندي، 2015: 49) أنها قدرة المنظمة 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 العائدات والاحتفاظ بأكبر قدر من الزبائن والحصة السوقية للمنظمة من بين المنظمات المالية المنافسة. ويرى (العزاوي، 2002: 124) إن المنظمة الناجحة تتسم بجملة من الخصائص وذلك على خلفية إيمانها بأن هذا النجاح قد ينتج عن سمة حددها المرونة العالية، والحرص على راحة الزبائن وعن التزامها بخطوات النجاح ويحددها بالآتي:

1. التأكد من وضوح أهدافها وتعريف العاملين وشركائها.
2. تحليل عمليات المنظمة والتأكد من كفاءة أنشطة المنظمة.
3. التأكد من توافق المنتج الخدمة مع توقعات المستفيدين.
4. توفير القيمة عبر تطوير خطة تكنولوجية تركز على أهدافها، يليها تحديد النتائج المرغوب بها مع شركاء الاعمال وتخطيط التدريب اللازم للعاملين.

2.2: أهمية وأهداف النجاح المالي

للنجاح المالي أهمية في الرفاه المالي والاجتماعي، ومن المعلوم إن النجاح المالي في أحد مرتكزاته هو المعرفة المالية وبالتالي فإن تحقيق النجاح المالي يعني وجود معرفة مالية فضلاً عن وجود إبداع في السياسات والممارسات المالية والذي أدى الي تحقيق النجاح المالي (Weiss & Sherraden, 2014:1) ويرى (سندي، 2015: 50) أن النجاح المالي يوفر السيطرة الكاملة على إدارة الأموال والقدرة على توفير الخدمات والمعلومات المالية المتنوعة وبالتالي يحقق الراحة النفسية لدى الأفراد، فالنجاح المالي لا يتطلب أموالاً طائلة لتكون المنظمة المالية ناجحة فحسب بل يتطلب السيطرة الكاملة على إدارة تلك الأموال ومساعدة الآخرين عن طريق تقديم الخدمات المالية الجديدة لهم، ولها أيضاً أهمية في هوية المنظمة وتوجهاتها وسياسات وقواعد العمل للتنظيم الإداري وتحديد مقومات ومتطلبات الاستقرار والنمو. ويهدف النجاح المالي إلى النمو في القيمة المالية للمنظمة المالية وذلك من خلال زيادة الإيرادات وخفض تكاليف التشغيل والحد من رأس المال العامل وزيادة كفاءة الأصول، وبالتالي التخطيط لحقوق المساهمين

والتي يكون الهدف منها تعظيم قيمة المنظمة من خلال زيادة العوائد واستثمارات المساهمين كالزيادة في رأس المال من سعر السهم ونمو الأرباح وصافي القيمة الحالية لتدفقات الدخل ، ويجب على المدير المالي ربط تلك العمليات والمهام وبالتالي فإن النجاح المالي يكون من خلال تعظيم القيمة للمساهمين في المنظمة (Woei, 2008: 22- 24).

3.2: أبعاد النجاح المالي

بعد الاطلاع على مفهوم وتعريف وأهمية النجاح المالي لابد من الإشارة إلى أبعاد النجاح المالي و تسليط الضوء عليها عن طريق إسهامات الباحثين الذين تناولوا النجاح المالي و يلخصها بعدد من الأبعاد وكالاتي :

1. الميزة التنافسية للمنظمة

للميزة التنافسية مكانة هامة في مجال إدارة الأعمال في عصر العولمة الاقتصادية ، وفي ظل اشتداد الصراع بين المنظمات فكل منها تعمل على إظهار ايجابيتها ونقاط قوتها والعناصر التي تتميز بها ولهذا برز مفهوم الميزة كوسيلة للتفوق على المنافسين (عبدالرؤوف, 2007: 73). ويرى (Porter, 2003: 48) أن الميزة التنافسية تنشأ بمجرد وصول المنظمة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية مقارنة بتلك المستخدمة من قبل المنافسين ، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً أي بمجرد إحداث المنظمة لعملية إبداع . وعرفها(قندوز, 2015: 75) بأنها تتمثل في مدى قدرة تفرد وتميز المنظمة في إشباع حاجات ورغبات الزبائن بشكل أفضل من منافسيها, بواسطة ذلك الاختلاف تحوز المنظمة الأفضلية على منافسيها الحاليين والمحتملين ، ويرتكز جوهر الميزة التنافسية على مصادر أساسية إذ يعد عنصر استراتيجي يقدم للمنظمة فرصاً جوهرية لتحقيق ربحية متواصلة.

ويرى(سملاي, 2004: 4) أن أهمية الميزة التنافسية تكمن في الاتي:

1. خلق قيمة للزبائن تليق باحتياجاتهم وتضمن ولائهم وتدعم وتحسن سمعة وصورة المنظمة في أذانهم.
 2. تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في السلع والخدمات المقدمة إلى الزبائن, مع إمكانية التميز في الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المنتهجة في ظل بيئة شديدة المنافسة.
 3. تحقيق حصة سوقية للمنظمة وكذا ربحية مناسبة بهدف البقاء والاستثمار في السوق.
- وتتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأمثل للإمكانات والموارد الفنية والمادية و المالية والتنظيمية والمعلوماتية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات وغيرها من الامكانيات التي تتمتع بها المنظمة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيتها التنافسية(معالي, 2002: 8).

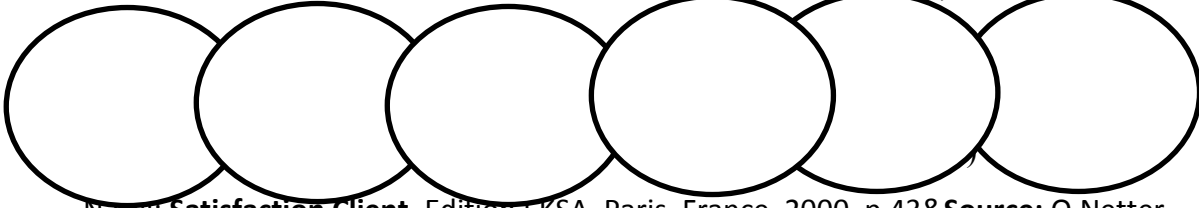
إن حصول المنظمة على الميزة التنافسية وحدها لا يكفي ، فعليها المحافظة عليها وتطويره اكلمما دعت الضرورة إلى ذلك ، بحيث تقوم المنظمات بتطوير مزايا تنافسية جديدة ، من خلال إدراك أو اكتشاف سبل جديدة وصيغ أفضل للمنافسة في صناعة ما وتطبيقها على السوق (بني حمدان، 2013: 9).

2. رضا الزبائن

يعرف الرضا بأنه شعور الزبائن بسعادة أو خيبة أمل ناتجة عن مقارنة أداء الخدمات مع توقعات الزبون ، وأن قدرة المنظمة على جذب الزبون والاحتفاظ به مهم لتعزيز العلاقة معه بشكل دائم (العبيدي، 2005: 18). ويتفق معه (قندوز، 2015: 173) إن الرضا هو دالة للفرق بين الأداء والتوقعات ، وأن الزبون يقوم بعملية تقييم أداء الخدمة ومقارنته بالقيمة المتوقعة والتي على أساسها يتم اختيار الخدمة أو السلعة من بين البدائل، فيصدر حكماً بالإيجاب أو بالسلب.

وتسعى المنظمة إلى تحقيق رضا زبائنها رغبة منها في بلوغ أهداف النجاح ، من خلال إشباع حاجات الزبائن على أتم وجه، وهو ما يزيد ثقتهم بالمنظمة ، و الميزة التنافسية تحقق حالة الرضا للمنظمة لأنها تسمح باستقرار برامج وخطط العمل خلال فترة زمنية ، وبالتالي تخفف أعباء المنظمة وتدفع مستويات الإشباع العالية للزبون إلى تكرار عملية الشراء وعلى العموم رضا الزبون يسهم بشكل كبير في استمرار حياة المنظمة وتدفع الأرباح (الجياشي، 2010: 2). والشكل التالي يبين العلاقة بين رضا الزبون والربحية :

. et N.Hill: **Satisfaction Client**, Edition EKSA, Paris, France, 2000, .43



N.Hill: **Satisfaction Client**, Edition EKSA, Paris, France, 2000, p.43 & Source: O.Netter

ويرى (أل شبيب، 2015: 380) أنه لكي ترضي المصارف الزبائن عليها أن تقوم بالخطوات الآتية :

1. تحديد الفترة الزمنية للخدمة المقدمة للزبون بأقل مدة ممكنة بهدف تقليص وقت الزبائن والجهد المبذول من قبلهم.
2. العمل على تطبيق مبدأ الأخطاء الصفرية في إنجاز الأعمال من خلال تطوير وتدريب الكادر المصرفي وتلافي وقوع الأخطاء أمام الزبون.
3. تبسيط إجراءات تقديم الخدمات المصرفية.

4. التفاعل التام مع الزبون وإقامة العلاقات الراسخة معه وتدريب العاملين على ذلك وعلى الإصغاء إلى

الزبون وطلباته واستخدام جميع الخصائص الشخصية الايجابية في التفاعل والتعامل معه.

3. تقديم الخدمات المصرفية

يقصد بالخدمة المصرفية مصدر الاشباع ال ذي يسعى إلى تحقيقه الزبون لحاجاته ورغباته أما من منظور المصرف فإنها تمثل مصدراً للربح (معلا, 1994: 48). ويعرفها (العلي, 2013: 19) بأنها عبارة عن الأعمال والفعاليات المصرفية لاسيما قبول الودائع بأنواعها واستعمالها مع الموارد الاخرى للمصرف في الاستثمار كليا أو جزئياً بالأقتراض أو أية طريقة أخرى يسمح بها القانون وتحدد أبرز الخدمات المصرفية بتجميع المدخرات والأموال من الافراد والمؤسسات واستثمار الأموال والوساطة المالية وعملية خلق النقود. ويرى (قندوز, 2015: 183) إن جودة الخدمات المصرفية المقدمة إلى الزبائن تؤدي إلى زيادة المبيعات والربحية , فضلاً عن تحسين صورة المصرف في أذهان زبائنها , وتعدّها أحد المساعي الأساسية لتحقيق ميزة تنافسية . ويشير (أل شبيب, 2015: 45) أن الخدمات المصرفية تتميز بعدة خصائص منها:

أ. تتصف طبيعة الخدمات المصرفية بصفة التلازم.

ب. صعوبة تقييم الخدمات المصرفية لأنها غير ملموسة.

ت. تعدد وتنوع الخدمات المصرفية.

ث. استخدام الوسائل الالكترونية والتقنيات الحديثة.

ج. نقص التماثل الخاص في الخدمة المصرفية.

ح. الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت.

خ. معظم تكاليف الإنتاج للخدمات المصرفية تعتبر من التكاليف الثابتة.

4. تحقيق العائد

يقصد بالعائد الزيادة التي تطرأ على الثروة مقابل استثمارها خلال فترة زمنية معينة , وقد يكون العائد دخل دوري يحصل عليه المستثمر نتيجة توزيعات أرباح أو فائدة خلال مدة الاستثمار, وقد يكون العائد نمواً رأسمالياً في القيمة السوقية للأصل المالي خلال فترة الاحتفاظ به. وعرف(العارضى, 2013: 161-163) العائد بأنها القيمة الناتجة عن استعمال شئ , كما هو الحال في القيمة الناجمة عن الأموال الموظفة في الاستثمارات وهناك نوعين من العوائد جراء استثمارهم للأموال وهما مقسوم الارباح الدوري والمكاسب الرأسمالية . وهو ما يحصل عليه المستثمر في المستقبل نتيجة تضحيته في الوقت الحالي بأمواله من خلال توظيفها بالعملية الاستثمارية لفترة زمنية محددة , إلا أن حصول المستثمر على العائد المتوقع ليس مؤكداً , نظراً لما يحيط بالاستثمار من احتمالات وقوع الخسارة , وتغيير السياسات الحكومية وتغيير سعر الفائد , وتقلبات سعر الصرف , وظروف

غيبية يعجز العقل البشري عن معرفتها رغم التطور العلمي والتكنولوجي , حيث تبقى تنبؤات المستثمر معرضة لشئ من عدم اليقين (رمضان, 2003: 32).

المبحث الثالث

الاطار الميداني

يهدف التحقق من صحة فرضيات البحث وأنموذجه وطبيعة العلاقة والتأثير بين متغيرات البحث فقد تضمن هذا المبحث المحاور الآتية :

أولاً/ تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

1. علاقة الارتباط المعنوية بين استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي لمصارف عينة الدراسة

إن الهدف من قياس معاملات الارتباط بين متغيرات البحث هو التعرف على درجة الترابط بين متغيرات البحث, وقد تم اعتماد أسلوب معامل الارتباط بيرسون (Person Correlation) للتعرف على العلاقة الارتباطية بين متغيرات البحث , حيث تظهر جدول (2) نتائج العلاقة بين متغيرات البحث , علاقة الارتباط بين المتغير المستقل المتمثل باستراتيجيات الذكاء المالي والمتغير المعتمد المتمثل بالنجاح المالي وعلى المستوى الكلي هي علاقة معنوية وموجبة وبلغت (0.708) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05), أي أن إستراتيجيات الذكاء المالي ارتباطاً مهماً بالنجاح المالي , وبذلك يمكن قبول الفرضية الاولى ا لتي تنص على وجود علاقة ارتباط معنوية بين استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي.

الجدول (2): علاقة الارتباط المعنوية بين استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي

المتغير المعتمد	المتغير المستقل
النجاح المالي	استراتيجيات الذكاء المالي

(0.708)**

spss ≥ 0.01

المصدر: من إعداد الباحثان بالأعتماد على مخرجات برنامج

مستوى المعنوية

2. علاقة الارتباط بين كل استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي لمصارف عينة الدراسة

بهدف التعرف على العلاقة بين التفصيلية بين كل استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي في المصارف المبحوثة يشير الجدول (3) الى وجود علاقة ارتباط معنوية بين استراتيجيات الذكاء المالي المتمثلة (بالتمويل والاستثمار , اسس المعاييرة والنائج , اليات تحليل الارقام , السيولة النقدية , الالمام بالنظم المالية) وبين أبعاد النجاح المالي المتمثلة (بالميزة التنافسية , رضا الزبائن , تقديم الخدمات المصرفية , تحقيق العائد) مجتمعة وقد كان أعلى قيمة ارتباط بين استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي (المؤشر الكلي) وقد بلغ قيمة الارتباط (0.802) في حين أن أقل قيمة ارتباط معنوية كانت بين استراتيجيات اسس المعاييرة والنائج وأبعاد النجاح المالي (المؤشر الكلي) وقد بلغت قيمة الارتباط (0.581) أما قيم الارتباط الاخرى بين استراتيجيات الذكاء المالي وأبعاد النجاح المالي فقد تراوحت بين القيمتين أعلاه.

الجدول (3): العلاقة بين كل استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي في المصارف عينة الدراسة

استراتيجيات الذكاء المالي						المتغير المستقل
المؤشر الكلي	الالمام بالنظم المالية	السيولة النقدية والربح	اليات تحليل الارقام	اسس المعاييرة والنائج	التمويل والاستثمار	المتغير المعتمد
0.788**	*	**	**	**	0.514**	الميزة التنافسية
**	**	*	**	*	0.402*	رضا الزبائن
0.438	0.708	0.389	0.641	0.371	0.606**	تقديم الخدمات المصرفية
**	**	**	**	**	0.312*	تحقيق العائد
0.645	0.702	0.841	0.749	0.508	0.612**	المؤشر الكلي
**	**	**	**	**	0.783	

المصدر من إعداد الباحثان بالأعتماد على مخرجات برنامج spss

$P^{**} \leq 0.01$

$N=44$

$P^* \leq 0.05$

ثانياً: تحليل العلاقات التأثيرية بين متغيرات البحث:

الهدف من قياس علاقة التأثير بين متغيرات البحث هو التعرف على درجة تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد, وقد تم إعتقاد اسلوب الانحدار الخطي البسيط للتعرف على درجة التأثير بين متغيرات البحث.

1. تأثير استراتيجيات الذكاء المالي في النجاح المالي على المستوى الكلي لمصارف عينة الدراسة:

يتضح من معطيات الجدول (4) وجود تأثير معنوي لإستراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق النجاح المالي وعلى المستوى الكلي وقد بلغ قيمة التأثير مجتمعة (59%) , ومما يدعم ذلك قيمة (F) المحسوبة البالغة (211.302) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.001) عند درجتي حرية (42,1), وفي ذلك إشارة أن النجاح المالي يستمد مقوماته من استراتيجيات الذكاء المالي التي تمتلكها , كما يشير معامل التحديد (Beta1) إلى أن التغير في استراتيجيات الذكاء المالي وحدة واحدة يقود إلى تغير في النجاح المالي بمقدار (0.690) ومما يدعم ذلك قيمة (T) المحسوبة البالغة (12.547) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (4) عند مستوى معنوية (0.05), وتعكس قيم (R2) و(Beta) الأهمية الكبيرة للذكاء المالي , إذ يعتمد النجاح المالي على صحة من استراتيجيات الذكاء المالي , وبذلك يمكن قبول الفرضية الثالثة التي نص على وجود تأثير معنوي لإستراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق النجاح المالي.

الجدول (4): تأثير استراتيجيات الذكاء المالي في النجاح المالي

Si g	النجاح المالي			R ²	B1	B0	المتغير المعتمد
	F	T	المح				
0.00	211.30	12.54		0.591	0.690	0.949	استراتيجيات الذكاء المالي
0	2	7					

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

$P \leq 0.05$

$N=44$

$DF (42,1)$

قيمة T المحسوبة = ()

قيمة F الجدولية = 4.001

2. تأثير كل استراتيجية من استراتيجيات الذكاء المالي في النجاح المالي لمصارف عينة الدراسة:

يبين الجدول (5) أن هناك تأثيراً معنوياً لإستراتيجيات الذكاء المالي في النجاح المالي ، وأن أقوى علاقات التأثير المعنوي كانت لإستراتيجية اليات تحليل الأرقام بدلالة معامل التحديد (R²) إذ بلغ (60%) وبلغت قيمة (B1) (1.320) وهي معنوية بدلالة (F) المحسوبة والبالغة (89.170) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (4.001) عند مستوى معنوية (0.00). في حين أن أضعف علاقة معنوية كانت لإستراتيجية الإلمام بالنظم المالية وذلك بدلالة معامل التحديد (R²) الذي بلغ (31%) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.01) وجاءت الابعاد الأخرى في قوة تأثيرها بين بعد اليات تحليل الأرقام وبعد الإلمام بالنظم المالية. وهذا يعني تحقق يق الفرضية الرابعة التي تنص على وجود تأثير معنوي بين كل استراتيجية من استراتيجيات الذكاء المالي والنجاح المالي في المصارف المبحوثة.

الجدول (5): تأثير كل استراتيجية من استراتيجيات الذكاء المالي في النجاح المالي في المصارف عينة الدراسة

Sig	الابعاد النجاح المالي				B1	B0	المتغير المستقل
	F المحسوبة	قيمة t	R ²	قيمة			
0.00	211.302	13.540	0.498	1.320	0.811	التمويل والاستثمار	
0.000	198.411	11.272	0.517	0.747	0.430	اسس المعاييرة وقياس النتائج	
0.000	89.170	17.949	0.602	0.899	0.908	اليات تحليل الارقام	
0.01	188.88	10.080	0.417	0.317	0.740	السيولة والنقدية والربح	
0.01	170.170	12.919	0.311	1.470	0.833	الالمام بالنظم المالية	
0.000	211.302	12.547	0.591	0.591	0.949	المؤشرات الكلية	



$P \leq 0.05$

$N=44$

قيمة الجدولية درجتى حرية (42,1) $DF = 4.001$

المبحث الرابع

الاستنتاجات والمقترحات

يمثل هذا المبحث حصيلة ما تمكنا من استنتاجه اعتماداً على نتائج وصف وتشخيص متغيرات الدراسة وطبيعة العلاقة بينها، وبذلك سيتضمن هذا المبحث محورين هما:

أولاً: الاستنتاجات

1. ناقش الجهد البحثي مجموعة من مواضيع حديثة في إدارة الأعمال وبشكل عام على مستوى المؤسسات المالية والتي تتمثل في ماهية ومتطلبات الذكاء المالي والنجاح المالي
2. استوفى مفهوم الذكاء المالي فلسفته ومرتكزاته من مفهوم الذكاء بش كل عام ووالذكاء الابداعي والاستراتيجي بشكل خاص.
3. محدودية الدراسات العربية التي تناولت موضوعي الدراسة وبشكل خاص في البيئة العراقية.
4. هناك قدر من الاتفاق بين الكتاب والباحثين على تحديد استراتيجيات الذكاء المالي وأبعاد النجاح المالي والمعتمدة في الدراسة الحالية.
5. أوضحت نتائج الاستبيان أن هناك اهتماماً جيداً بالعنصر النسوي في توليها مهام مناصب قيادية في المنظمات المبحوثة وهذا دليل على تنامي الوعي المجتمعي اتجاه هذه الفئة , كما أن معظم المبحوثين هم حملة شهادات البكالوريوس.
6. اظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط معنوية بين المتغير المستقل (استراتيجيات الذكاء المالي) والمتغير المعتمد (أبعاد النجاح المالي) في المنظمات المبحوثة.
7. أوضحت نتائج التحليل على الصعيد الجزئي أن العلاقة معنوية بين جميع استراتيجيات الذكاء المالي وجميع أبعاد النجاح المالي وكانت أقوى علاقات الارتباط بين استراتيجية الالمام بالمنظمة المالية وأبعاد النجاح المالي وأن أضعف علاقة معنوية كان بين استراتيجية اسس المعاييرة والنتائج أبعاد النجاح المالي.
8. كشفت نتائج الانحدار وجود علاقة تأثير ذات دلالة احصائية لإستراتيجيات الذكاء المالي في أبعاد النجاح المالي.
9. أوضحت نتائج تحليل الانحدار أن أقوى علاقة تأثير معنوية كانت لإستراتيجية تحليل الارقام في أبعاد النجاح المالي وأن أضعف تأثير تأثير معنوي كان لإستراتيجية الالمام بالنظم المالية في أبعاد النجاح المالي.

ثانياً: المقترحات

تأسيساً على ما تقدم من استنتاجات يعرض هذا المحور بعض المقترحات التي تراها الباحثة مناسبة لتزيد الاهتمام بالتحليل المالي لدى المصارف المبحوثة لتحقيق مستويات أكبر من القيمة المالية لديها وعلى النحو الآتي :

1. ضرورة زيادة الاهتمام بإستراتيجيات الذكاء المالي والتي تساهم بشكل أكثر في تحقيق أبعاد النجاح المالي في المنظمات المبحوثة.
2. يقترح الباحثان ضرورة أن تولي إدارة المنظمات المبحوثة اهتماماً كبيراً بأبعاد النجاح المالي لما لها ارتباط قوى بجميع إستراتيجيات الذكاء المالي كان في مقدمتها إستراتيجية الإلمام بالنظم المالية وإستغلال قوة العلاقة هذه لصالح تحقيق النجاح المالي.
3. إستغلال قوة تأثير إستراتيجية (آليات تحليل الأرقام) و(اسس المعايير وقياس النتائج) في تحقيق النجاح المالي والتمركز عليها باعتبارها الإستراتيجيات ذات التأثير الأعلى في تحقيق النجاح المالي.
4. دعم وتفعيل إستراتيجية الإلمام بالنظم المالية ودورها في تحقيق النجاح المالي في المنظمات المبحوثة
5. تشجيع العاملين في المنظمات المبحوثة على تبادل المعرفة والخبرة وذلك لإطلاق طاقاتهم الفكرية التي تقود إلى تكوين قاعدة تساهم في تعزيز الذكاء المالي.
6. زيادة الاهتمام بالموارد البشرية من خلال الاهتمام بالدورات التخصصية في المجال المالي والتي تساهم في تعزيز قدرات الذكاء المالي في المنظمات المبحوثة.

قائمة المصادر

المصادر باللغة العربية:

أولاً- الرسائل والأطاريح الجامعية:

1. الجرجاوي, حليلة خليل, (2008), دور التحليل المالي للمعلومات المالية المنشورة في القوائم المالية للتنبؤ بأسعار الأسهم: دراسة تطبيقية عن المنشآت المالية, رسالة ماجستير, كلية التجارة, الجامعة الإسلامية في غزة, فلسطين.
2. الخزاعي, ماهر, (2009), إدارة السيولة والربحية , رسالة ماجستير , قسم إدارة الأعمال , كلية الإدارة والاقتصاد, جامعة دمشق, سورية.

3. الاتروشي، فادية حكمت ، (2015)، دور مؤهلات الذكاء المالي لدى المديرين في ربحية المصارف الاهلية ، دراسة في عدد من المصارف العاملة في اقليم كوردستان العراق للفترة من 2005-2013، رسالة ماجستير، فاكولتي الادارة والاقتصاد، جامعة دهوك.
4. السندي، سامي عبدالله ، (2015)، دور أبعاد الإبداع المالي في تحقيق متطلبات النجاح المالي ، دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية لعينة من المصارف الأهلية في إقليم كوردستان العراق، رسالة ماجستير، علوم تجارية ومصرفية، فاكولتي العلوم الانسانية، جامعة زاخو.
5. شرانشي، أفين محمد، (2015)، علاقة مهارات الذكاء المالي وأبعاد خفة الحركة الاستراتيجية وتأثيرها في تحقيق متطلبات بنة العمال العالمية ، دراسة استطلاعية لآراء المديرين في عينة من منظمات الأعمال في محافظة دهوك، فاكولتي الادارة والاقتصاد، جامعة دهوك.
6. العبيدي، بشار محمد، (2005)، الإبداع التقني وأثره في تحقيق الميزة التنافسية ، رسالة ماجستير، في علوم إدارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية.
7. عابد، محمد نواف، (2006)، دراسة تحليلية لمشاكل القياس والافصاح المحاسبي عن انخفاض قيمة الاصول الثابتة في ضوء المعايير الدولية ، دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير، كلية العلوم المالية والمصرفية ، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، القاهرة مصر.
8. عبدالرؤوف، حجاج، (2007)، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية (مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة.

ثانياً- المجلات والدوريات:

1. الجهماني، عيسى، (1999) ، " استخدام النسب المالية للتنبؤ بتعثر المصارف ، دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في الأردن " ، مجلة الإدارة العامة ، العدد (2).
2. الجياشي، علي، (2010)، نمذجة العلاقة بين إدراك ج ودة الخدمة وولاء الزبون ، مجلة الدراسات العلوم الادارية، المجلد 37، العدد 2، الجامعة الاردنية، الاردن، 2010.
3. آل شبيب، دريد كامل، (2012)، دور الذكاء المالي في المنظمات المعاصرة ، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، ذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة ، قسم العلوم المالية والمصرفية ، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية ، جامعة الزيتونة، الاردن، ص(963-972).
4. بني حمدان، خالد، (2013)، الإطار المفاهيمي للإستدامة والميزة التنافسية المستدامة (محاكاة لشركة HP في اعتمادها لإستراتيجية الاستدامة)، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 9، جامعة الشلف، الجزائر.

ثالثاً- المؤتمرات والندوات:

1. سملاي، بلال احمد، (2004)، الميزة التنافسية وفعالية التسيير الإستراتيجي للموارد البشرية، ورقة بحثية ضمن الملتقى الدولي حول الرابع"، مؤتمر التسيير الفعال في المؤسسات، جامعة المسييلة.

رابعاً- الكتب:

1. الجميل، سرمد كوكب، (2012)، المدخل الى الاسواق المالية نظريات وتطبيقات، الطبعة الثانية، العراق، دار ابن الاثير للطباعة والنشر
2. آل شبيب، دريد كامل، (2015)، إدارة العمليات المصرفية، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
3. آل شبيب، دريد كامل، (2013)، الادارة المالية المعاصرة، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
4. الحسنوي، سالم صلال، (2016)، أساسيات الإدارة المالية، الطبعة الأولى، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
5. حماد، طارق عبد العال، (2005)، حوكمة الشركات-المفاهيم، المبادئ، التجارب، تطبيقات، الحوكمة في المصارف، الطبعة الاولى، دار الجامعة، مصر.
6. الخطيب، محمد محمود، (2010)، الأداء المالي وأثره عوائد أسهم الشركات، الطبعة الاولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
7. رمضان، زياد (2003)، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
8. الزبيدي، حمزة محمود، (2004)، الادارة المالية المتقدمة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
9. قندوز، طارق، (2015)، الميزة التنافسية، مدخل سلوك المستهلك، الطبعة الاولى، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، الاردن.
10. معلا، ناجي، (1994)، اصول التسويق المصرفي، الطبعة الاولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
11. مطر، محمد، (2003)، الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني: الاساليب والادوات والاستخدامات العملية، الطبعة الاولى، الاردن، دار وائل للنشر والتوزيع.
12. معالي، فهمي حيدر، (2002)، نظم المعلومات، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، دار الجامعة، الاسكندرية مصر.

13. النعيمي، عدنان تايه، والتميمي، أرشد فؤاد، (2008)، التحليل والتخطيط المالي : اتجاهات معاصرة، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
14. العارضي، جليل كاظم، (2013)، الادارة المالية المتقدمة، مفاهيم نظرية وتطبيقات علمية، الطبعة الاولى، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
15. طنيب، محمد، وعبيدات، محمد، (2010)، الإدارة المالية في القطاع الخاص، الطبعة الاولى، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
16. العزاوي، محمد عبدالوهاب، (2002)، أنظمة إدارة الجودة ISO 9001& ISO 14000، دار وائل للنشر. عمان، الاردن.
17. العلي، أسعد حميد، (2013)، إدارة المصارف التجارية، مدخل إدارة المخاطر، الطبعة الاولى، الذاكرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
18. عقل، مفلح محمد، (2011)، مقدمة في الادارة المالية والتحليل المالي، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

خامساً- أبحاث من الانترنت:

1. قنقطجي، سامر مظهر، (2013)، الذكاء المالي ومحدداته، مجلة الاقتصاد الاسلامي العالمية.

<http://www.islamicbankingmagazine.org>

المصادر باللغة الاجنبية:

Scientific Thesis & Dissertation: - A

1. Woei, Loh Shyong , (2008) , " Supply Chain Performance and Financial Success Of Selected Companies on Bursa Malaysia " , Master Thesis, The Graduate School of Business, Master of Business Administration, University of Malaya.

B- Journal & Periodical:

1. 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.
2. Ben-Caleb, Egbide, Faboyede, Olosola Samuel, Obigbemi, Omeleayo, (2013), Financial Intelligence and the Quality of Higher Edition in Africa, Vol. 7(3), Serial No. 30, July.

C- Books:

1. Anderson, M. (Ed). (1999). **The development of intelligence**. Psychology Press.
2. Berman, K., Knight, J., & Case, J. (2013), **Financial Intelligence, Revised Edition: A Managers Guide to Knowing What the Numbers Really Mean**. Harvard Business Review Press.
3. Berman, k. & Knight, j. (2008), **Financial Intelligence For HR Professionals: What you really**



-
- know about the numbers.** Harvard business press, Boston. Massachusetts.
 4. Berman, k. & Knight, j. (2006), **Financial Intelligence A Managers Guide to Knowing What the Number Really Mean.** Harvard business press, Boston. Massachusetts.
 5. Porter:(2003), **Lavantage Concurrentiel**, Edition dunod, 3rd edition, Paris , France.
 6. Netter. O, Hill. N, (2000) **Satisfaction Client**, Edition ESKA, Paris, France.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زاخو

كلية الادارة والاقتصاد

قسم اقتصاد الاعمال

الموضوع/ استمارة استبانة

السادة مدير المصرف, معاون مدير, رؤساء الأقسام....المحترمين.

تحية طيبة....

نضع بين أيديكم الأستبانة التي أعدت بوصفها جزءاً من متطلبات استكمال مشروع البحث بعنوان (دور استراتيجيات الذكاء المالي في تحقيق ابعاد النجاح المالي : دراسة لآراء المدراء في عينة من المصارف الأهلية في محافظة دهوك). وتعد هذه الاستمارة مقياساً يعتمد لأغراض البحث العلمي , وان تفضلكم بالإجابة المناسبة وبموضوعية تامة يسهم في الحصول على نتائج دقيقة وصحيحة بما يعزز من تحقيق أهداف البحث, علماً أن المعلومات كافة ستتسم بطابع السرية والأمانة العلمية.

مع وافر الشكر والتقدير

ملاحظات عامة:

1. يرجى وضع علامة (√) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك.
2. يرجى الإجابة على جميع الأسئلة لأن ترك أي سؤال دون إجابة يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل.
3. الباحثان على استعداد للإجابة على الأسئلة والاستفسارات المتعلقة بفقرات الاستبانة.

الباحث

الباحث

م . دلشاد حبيب جبار

د.حكمت رشيد سلطان

مدرس مساعد

استاذ مساعد

أولاً/ المعلومات الخاصة بالمستبان

1. الجنس: () ذكر . () أنثى .
2. العمر: () 30 سنة فأقل () 31- 45 سنة () 45 سنة فأكثر
3. التحصيل الدراسي : إعدادية فأقل () , دبلوم فني () , بكالوريوس () , شهادة عليا ()
4. المنصب : مدير () , معاون مدير () , رئيس قسم () .
5. عدد سنوات الخدمة : () أقل من 5 سنة () 5- 15 سنة () 15 فأكثر .

أ	ب	ج	د	هـ	و	ز	ح	ط	ي	ك	ل	م	ن	هـ
بعد	العبارة	اتفق بشدة	اتفق	محايا	لا	لا	اتفق بشدة	اتفق	بشدة	لا	لا	اتفق بشدة	اتفق	بشدة
فن التمويل والاستثمار	1	يختار المصرف مصدر التمويل الأفضل من بين البدائل المتاحة.												
	2	يحرص المصرف على توقيت مواعيد تسديد ديونه مع أوقات حصوله على الأموال.												
	3	يعمل المصرف على تنويع مجالات استثماراته.												
	4	يبحث المصرف باستمرار عن الفرص الاستثمارية وتقييم جدواها.												
اسس المعايير وقياس النتائج المالية	5	تمتلك إدار المصرف المعرفة الكافية بالمقاييس والمؤشرات المالية الاساسية.												
	6	تعتمد إدارة المصرف على مجموعة من المعايير والنسب المالية المختلفة عند تحليل المركز المالي والائتماني.												
	7	تمتلك إدارة المصرف المعرفة المناسبة لفهم العمليات المالية والتعامل مع الارقام.												
	8	يمكن لإدارة المصرف من خلال مؤهلاتها تحليل النسب المالية زمعرفة تأثيرها في أداء المصرف.												
آليات تحليل الأرقام	9	تعتمد إدارة المصرف التحليل المالي في التعريف بمركز مصرفنا في القطاع الذي تعمل فيه.												
	10	تعتمد إدارة المصرف على القوائم المالية كوسيلة للتعرف على نقاط القوة والضعف في عمليات الاستثمار والتمويل.												
	11	لدى إدارة المصرف معرفة بكيفية قياس المؤشرات المالية والاساسية.												
التقنية	12	تفهم إدارة المصرف أهمية التحليل المالي في الحكم على مدى صلاحية السياسات المالية والتشغيلية المتبعة.												
	13	أحدى أهم أهداف إدارة السيولة في مصرفنا هو تخفيض تكلفة الاحتفاظ بالأموال.												
	14													

1	يتم استغلال السيولة الفائض لدى المصرف في	الإعلام بالنظم المالية وشفافيتها
4	أوجه استثمارية اخرى مدرة للعائد.	
1	تشير المعلومات على أن نسبة الربحية في	
5	مصرفنا جيدة بما تعكس ارتفاع مستوى كفاءة إدارتها في استخدام الموارد.	
1	يمكننا من خلال المعلومات المتاحة لنا مقارنة	
6	العائد على حقوق الملكية في مصرفنا مع المنافسين.	
1	لدى إدارة المصرف القدرة على تقييم أدائها وفق	
7	الاعتبارات المالية الحالية والمستقبلية.	
1	تمتلك إدارة المصرف التفسيرات الدقيقة عن	
8	التعليمات والقواعد العامة السارية في بيئة الأعمال.	
1	يتمكن إدارة المصرف توفير مؤشرات مالية	
9	دقيقة غير متحيزة عن أداء المصرف.	
2	تهتم إدارة المصرف بتحليل المعلومات واعلانها	
0	للمستفيدين بشفافية.	

المحور الثاني: أبعاد النجاح المالي

أبعاد	ت	العبارة	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق بشدة	لا
الميزة التنافسية	1	يحرص مصرفنا على تحسين تكنولوجيا					
	2	الاتصالات كمفتاح لتحقيق التفوق على المنافسين.					
	2	يركز المصرف على تحقيق الميزة التنافسية من					
	2	خلال الاستخدام الأمثل للإمكانات والموارد الإدارية والفنية.					
الزبائن رضا	2	يسعى المصرف على الحفاظ على سمعته					
	3	ومكانته وتعزيزها.					
	2	تعتبر سمعة المصرف عن الفوائد المتأتية من					
	4	الخدمة المقدمة.					
الزبائن رضا	2	يسعى المصرف الاعتماد على الطرق الإبداعية					
	5	لكسب الزبائن والاحتفاظ بهم.					

يسعى المصرف إلى تقديم خدمات جديدة الى زبائنه وفق تقنيات حديثة ومتطورة.	2 6	
تركز إدارة المصرف على تحقيق رضا الزبائن.	2 7	
يركز المصرف على المرونة في تغيير نوع وكمية الخدمة لمواجهة التقلبات في طلبات الزبائن.	2 8	
يسعى المصرف الى السرعة في تلبية حاجات الزبائن من خلال تسليم الخدمة في الوقت المحدد.	9 2	تقديم الخدمات المصرفية
يسعى المصرف الى التوجه نحو السوق وذلك للتعرف على حاجات الزبائن وتقديم الخدمات اليهم.	3 0	
يسعى المصرف الى استخدام الطرق الجديدة والحديثة في إنجاز الأعمال وتقديم الخدمات المصرفية.	3 1	
يمتلك المصرف شبكة حواسيب مرتبطة مع بعضها بتقنية عالية والتي تؤدي الى الاسراع في أعمالها وتقديم خدماتها.	3 2	
تشير المعلومات المتاحة الى أن نسبة الربحية في مصرفنا جيدة.	3 3	تحقيق العائد
تشعر إدارة مصرفنا بالرضا عن عوائد استثماراتها.	3 4	
نسبة العائد على الاستثمار في مصرفنا جيدة مقارنة مع المصارف المنافسة.	3 5	
تقتنع إدارة مصرفنا بمستوى رضا المالكين عن العائد المتحقق على حقوق الملكية.	3 6	

کورتیا لیکولینی

قه کولین ل دور ستراتیجیین هزر کرنا دارایی یه ئەوا پیک دهیت ژبنه مایین پیقانی و پیقانا ئەنجامین دارایی و هونەری خرفه کن و دانا کاری نالاقین شلوفه کرنا ژمارا و پارێ به رههف و قازانج ولدوماهی شارەزایی دسیسته مین دارایی و بشیوه به کی ناشکەرا ، ههروهسا قه کولین ریکارین سه رکهفتنا دارایی ئەوا پیک دهیت ژ تاییه تمه ندیا هه فرکی و ره زامه ندیا بکارهرا و پیشکیشکرنا خزمهتگوزاریین بانکی و بدهستقه ئینانا قازانجی بخوفه دگریت.

ئارمانجا قه کولینی زانینا رولی ستراتیجیین هزر کرنا دارایی ددهستقه ئینانا ریکارین سه رکهفتنا دارایی دا، ژبو لایه نی مهیدانی یی قه کولینی بانکین بازرگانی یین پارێزگه ها دهوکی هاتینه ههلبزارتن و قه کولینی (44) ژ سه رکردین فان بانکان ریفه بهر و جیگر و سه روک به شان بخوفه گرتیه و ههروهسا قه کوله ران ژبو کومکرنا داتایی لایه نی مهیدانی پشتبه ستن لسه ر فورمه کا را پرسیی یا راست و دروست کریه ، و ئەو داتایه هاتینه شلوفه کرن بریکا هنده ک که ره ستین ناماری وه ک شکه ستین پیقهری و کورپارین پیکفه گریدانا بیرونی و شلوفه کرنا هیلکاری یا ئاسان.

Abstract

Touched on the subject of financial intelligence strategies of the foundations of the calibration and measurement results and financial art of finance and investment and the mechanics of analyzing the figures and cash flow and profit and finally knowledge of financial transparency systems, also touched on the subject of the dimensions of the financial success of competitive advantage and customer satisfaction, and providing banking services and to achieve returns.

The study aims to examine the role of financial intelligence strategies to achieve the dimensions of financial success, it has been selected commercial banks in Duhok province to conduct field side of the search, which included research (44) of the leaders of these banks managers and assistants directors and heads of departments, and adopted the researchers questionnaire form after It has been confirmed validity and reliability as a tool head for the collection of field data side, data were analyzed using standard deviations and simple linear regression analysis of the Pearson correlation coefficient.

