

دور كفاءة الأداء المالي في تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية بالسودان (دراسة ميدانية على عينة من المصارف التجارية بالسودان)

طالب دكتوراه - كلية الدراسات العليا
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أ.مستعين شريف خليل النور

أستاذ المحاسبة - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. بابكر إبراهيم الصديق

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور كفاءة الأداء المالي في تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية بالسودان والتعرف على مدى قدرة المصارف التجارية على تحقيق ميزة تنافسية في ظل المنافسة المصرفية المتزايدة. تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي: هل تساهم كفاءة الأداء المالي في تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية. وتمثلت أهم فرضيات الدراسة في: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة الأداء المالي وتعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية. لعرض البيانات وتحليل فرضيات الدراسة والتحقق من صحة نتائج الاختبار، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي متمثل في الكتب والمراجع والدراسات السابقة. توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي وتعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية، وللمصرف القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم الخدمات المصرفية، تنتهج الإدارة سياسة التطوير المستمر في الخدمات المصرفية لتحقيق التميز، تتم المتابعة الدورية للأداء المالي وتشجيع ثقافة التعليم والتحسين المستمر داخل المصرف. بناءً على النتائج أعلاه يوصي الباحث بالآتي: يجب تطوير عمليات البحث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة بالمصرف، ضرورة تحقيق عوائد أكبر من خلال تصميم خدمات مصرفية اقل تكلفة من المنافسين، العمل على تطبيق سياسة لتقليص وقت تقديم الخدمة للعميل بأقل ما يمكن.

الكلمات المفتاحية: كفاءة الأداء المالي، الميزة التنافسية، المصارف التجارية.

The role of efficient financial performance in enhancing competitive advantage in commercial banks in Sudan

(A field study on a sample of commercial banks in Sudan)

A.Mostaen Sharif Khalil Elnour

Pro. Babiker Ibrahim Alsiddi

Abstract:

The study aimed to determine the role of financial performance efficiency in enhancing the competitive advantage of commercial banks in Sudan and to identify the extent to which commercial banks are able to achieve a competitive advantage in the face of increasing banking

competition. The problem of the study was represented in the following main question: Does financial performance efficiency contribute to enhancing the competitive advantage of commercial banks? The most important hypotheses of the study were: There is a statistically significant relationship between financial performance efficiency and enhancing the competitive advantage of commercial banks. To present the data, analyze the study hypotheses and verify the validity of the test results, the researcher used the descriptive analytical approach and the historical approach represented in books, references and previous studies. The study reached several conclusions, including: There is a statistically significant relationship between financial performance and enhancing the competitive advantage of commercial banks. Banks have the ability to respond to changes in the design of banking services. Management pursues a policy of continuous development in banking services to achieve excellence. Financial performance is monitored periodically, and a culture of learning and continuous improvement is encouraged within the bank. Based on the above results, the researcher recommends the following: Research and development processes that contribute to improving efficiency in the bank should be developed, greater returns should be achieved by designing banking services that are less expensive than those of competitors, and a policy should be implemented to reduce customer service time as much as possible.

Keywords: Financial Performance Efficiency, competitive advantage, Commercial Banks.

أولاً: المقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطوراً كبيراً في شتى المجالات وخاصةً في المجال الصناعي والتجاري، وقد حتم هذا التطور وما صاحبه تطوراً مماثلاً في الفكر الإداري والتنظيمي للمؤسسات، خصوصاً بعد ظهور الشركات الكبيرة والشركات متعددة الجنسيات فزادت حدة المنافسة على المستوى المحلي والمستوى الدولي، وفي ضوء ذلك توجهت إدارة هذه المؤسسات لتعزيز ودعم الميزة التنافسية لها وأصبحت تبحث عن كافة السبل والخصائص التي تعزز هذه المؤسسات وميزتها التنافسية.

وأصبحت هنالك حاجة ملحة لتعزيز الميز التنافسية مما ينعكس إيجاباً على تحسين الأداء المالي للمصرف ورفع كفاءته وهذا لا يتوفر إلا بمجموعة من الخصائص والمزايا التي ترفع وتحسن الأداء المالي مما يعزز مباشرة ويدعم الميزة التنافسية لهذه المؤسسات.

مشكلة الدراسة:

في ظل العولمة الحالية والتزايد المستمر في متطلبات سوق العمل والرغبات المتجددة للعملاء تواجه المصارف السودانية منافسة حادة وتسعى هذه المصارف لدعم موقفها السوقي

وتحسين ميزتها التنافسية مما يضمن تعزيز موقفها المالي للمصرف وتحسين كفاءته. ومما تقدم يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

هل تساهم كفاءة الأداء المالي في تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في كونها إضافة علمية وعملية في المجال وايضاً محاولة إنشاء نظرية علمية لرفع كفاءة الأداء المالي وتوفير إطار مفاهيمي له وللميزة التنافسية وايضاً تتمثل في الألية التي تساعد الشركات في دعم مزايها التنافسية والتي تساعد في دعم موقفها في السوق المحلي والعالمى مما يساعد في تنمية الاقتصاد الوطنى السودانى من خلال نوعية ما تقدمه الشركات العاملة في البيئة السودانية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الاهداف التالية:

معرفة مدى مساهمة كفاءة الأداء المالي في تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية.

تحليل العلاقة بين كفاءة الأداء المالي والميزة التنافسية في المصارف التجارية.

التعرف على مدى قدرة المصارف التجارية على تحقيق ميزة تنافسية في ظل المنافسة المصرفية المتزايدة.

الكشف عن أهم العوامل التي تساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف التجارية.

فرضيات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار صحة الفرضية التالية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة الأداء المالي (و) تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية.

منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة، تم إعداد إطار تحليلي ومنهجي لعرض البيانات وتحليل فرضيات الدراسة، والتحقق من مدى صحة نتائج الاختبارات، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي متمثل في الكتب والمراجع والدراسات السابقة.

أدوات الدراسة:

المصادر الأولية: المراجع والكتب.

المصادر الثانوية: استبيان موجه الي العاملين في المصارف التجارية.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: السودان، المصارف التجارية.

الحدود الزمانية: 2025م.

ثانياً: الدراسات السابقة:

1/دراسة حنان أحمد حسن درويش، (2024م) ⁽¹⁾

تمثلت مشكله الدراسة في السؤال الرئيسي هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات كفاءه الاداء المالي على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية، وينبثق منه عدة أسئلة

منها: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات نموذج التقييم المصرفي الأمريكي CAMELS على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية، هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمؤشرات نموذج التقييم المصرفي الإيطالي PATROL على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية. هدفت الدراسة الى قياس تأثير مؤشرات كفاءة الاداء المالي على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية وبيان مؤشرات كفاءة الاداء المالي المؤثرة على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية. سعت الدراسة الى التحقق من صحة الفرضيات الآتية: لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لكفاية راس المال على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية، لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لجوده الاصول على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية. توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها: حققت معظم بنوك الدراسة نسبة كفاية راس المال تزيد كثيرا عن الحد المقرر من لجنه بازل ٣. حققت معظم بنوك الدراسة نسبة سيولة مرتفعة مما يعني قدرتها على سداد التزاماتها قصيره الاجل، ارتفاع نسبة الحساسية تجاه مخاطر السوق لدى معظم البنوك بصفه عامه ولدى بنك EG BANK بصفه خاصه. اوصت الدراسة بالآتي: ضرورة البحث عن الاسباب التي ادت الى تحقيق البنوك لقيمه اقتصاديه سالبه والعمل على ازالتها مما يساعد على تحسين قيمه EVA في البنوك وتعظيم ثروة الملاك، تطوير المؤشرات الأساسية التي يتكون منها نموذج الدراسة والتي ثبت تأثيرها على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة.

2/دراسة حيدر عطا سليمان، عبد الحسين جليل الغالبي، (2023)⁽²⁾

تمثلت مشكله الدراسة في ان مصرف الخليج التجاري يعاني من مشاكل وتواجهه معوقات تؤدي الى ضعف الكفاءة المالية مع تحقيق خسائر. هدفت الدراسة الى التعرف على الاسباب المالية المستعملة في القطاع المصرفي بشكل عام ومصرف الخليج التجاري بشكل خاص ولمعرفه قدرته على داء نشاطه بكفاءة ومعرفه المعوقات التي تواجه المصرف. سعت الدراسة الى التحقق من صحة الفرضيات الآتية: قدره عمليه تقويم كفاءة الاداء المالي لمصرف الخليج التجاري في تحديد الطرق المطلوبة واللازمة لتصحيح الانحرافات في الاداء المالي للمصرف. توصلت الدراسة الى نتائج منها ارتفاع إيرادات المصرف كان اكبر من الارتفاع في مصروفاته، المصرف اعتمد على الديون والمطلوبات في تمويل عملياته تشغيليه مما ادى الى ارتفاع المديونية فكانت نسبة الدين الموجودات مرتفعة وانخفضت في سنة 2020 وكانت معدلات تغطيه الفوائد منخفضاً لمعظم سنوات الدراسة، واوصت الدراسة بالآتي: اعطاء دورا اكبر للتحليل الائتماني لموظفي المصرف بشكل عام وموظفي قسم الائتمان بشكل خاص، ضرورة تعديل اسعار الفائدة ضمن فترات تماشيا مع المتغيرات التي تطرأ على المستوى العام للأسعار، استثمار اموال المصرف في اكثر من مجال تنموي مع تنويع القروض الممنوحة عن طريق توظيف الاموال بشكل جيد.

3/دراسة تغريد مختار سيد معوض، مي محمد علم الدين، (2021م)⁽³⁾

تمثلت مشكلة الدراسة في إطار العلاقة بين الاستقرار المالي والشمول المالي فقد لا يمكن للشمول المالي تحقيق استراتيجياته في حالة عدم وجود استقرار في النظام المالي، ويعتبر سوء تدفق المعلومات من أهم أسباب عدم وجود استقرار مالي والذي يعوق كفاءة أداء الأسواق المالية، كما أن وجود سياسات اقتصاد كلي غير مستقرة قد يؤدي إلى حدوث أزمات في أسعار الصرف

نظراً لتعارض السياسات المالية مع سعر الصرف السائد، والذي يؤدي إلى عدم وجود استقرار مالي. هدفت الدراسة إلى تحقيق الآتي: التعرف على الإطار المفاهيمي للشمول المالي لتوضيح أبعاد وركائز الشمول المالي، تحديد انعكاسات جائحة كورونا على ركائز الشمول المالي ودورها في دعم الميزة التنافسية. سعت الدراسة إلى التحقق من صحة الفرضيات الآتية: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين ركائز الشمول المالي ودعم الميزة التنافسية في ظل جائحة كورونا، يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين ركائز الشمول المالي ودعم الميزة التنافسية في ظل جائحة كورونا. توصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: جاءت الركيزة بالمرتبة الأولى تليها الركيزة من حيث قوة دعمها للميزة التنافسية، هناك علاقة إيجابية بين ركائز الشمول المالي والميزة التنافسية. أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها: إقامة ورش عمل توعية للمواطنين لزيادة تثقيفهم مالياً، استبعاد الخدمات البنكية التي لا تتلاءم مع القيم الدينية للمجتمع.

4/ دراسة خليل إبراهيم إسماعيل الزبيدي، رياض حمزة البكري، (2015م)⁽⁴⁾

تمثلت مشكلة الدراسة في إهمال إدارة الشركات العامة المملوكة للدولة أساليب المحاسبة الإدارية الحديثة وعدم تطبيق قواعد حوكمة الشركات أدى إلى تعرض الشركات لضعف حصتها في السوق ومواجهتها منافسة حادة لعد وضع مفهوم رضا الزبون كأولوية تنافسية. هدفت الدراسة إلى تحقيق الآتي: دراسة حوكمة الشركات من جوانبه المختلفة والإشارة لأهمية تطبيقه في الشركات المملوكة للدولة، التركيز على مفهوم رضا الزبون باعتباره السمة الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية. سعت الدراسة إلى التحقق من صحة الفرضية الآتية: أن استخدام المحاسبة الرشيقة في ظل حوكمة الشركات تؤدي إلى تعزيز الميزة التنافسية. توصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: تعد المحاسبة الرشيقة نظام معلومات يركز على المعلومات المالية وغير المالية وبذلك يقوم على توفير معلومات لجميع المستويات الإدارية في الوحدة الاقتصادية، تساعد المحاسبة الرشيقة إدارة الشركات على سرعة الاستجابة للتغيرات التي تحصل في بيئة الأعمال وبالتالي القدرة على الاستجابة لطلبات الزبائن بالوقت المحدد. أوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات منها: تطوير قدرات ومهارات وثقافة العاملين في المعامل الإنتاجية على نظم الإنتاج الحديثة والتفكير بالتحويل إلى الإنتاج الرشيق بسبب تعدد حاجات الزبائن، التركيز على رضا الزبون لتحقيق الميزة التنافسية للشركات الصناعية العراقية.

ثالثاً: الإطار النظري:

1/ الأداء المالي

مفهوم الأداء المالي:

يعرف الأداء المالي بأنه أداة للتعرف على الوضع المالي القائم في المؤسسة في لحظة معينة ككل أو لجانب معين من أداء المؤسسة أو لأداء أسهمها في السوق في يوم محدد وفرة معينة⁽⁵⁾، كما عرف بأنه تعظيم النتائج وذلك من خلال تحسين المردودية ويتحقق ذلك بتقليل التكاليف وتعظيم، ويشير الأداء المالي إلى العملية التي يتم من خلالها اشتقاق مجموعة من المعايير أو المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يساهم في تحديد أهمية الأنشطة التشغيلية والمالية للمشروع، وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية ومصادر أخرى

لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم الأداء المالي للمنشآت⁽⁶⁾، كما عُرف الأداء المالي بأنه المعبر عن أداء الأعمال باستخدام مؤشرات مالية كالربحية مثلاً، ويمثل الركيزة الأساسية لما تقوم به المنظمات من أنشطة مختلفة⁽⁷⁾، وعُرف بأنه مدى تحقيق المنظمة لهامش أمان من خلال قدرتها على تصدي المخاطر وتحدي الصعاب المالية مما يزيل عنها حالة الإعسار المالي⁽⁸⁾. يعد الأداء المالي من أكثر ميادين الأداء استخداماً وقدماً لقياس أداء المنشأة لأنه يمتاز بالاستقرار والثبات ويسهم في توجيه المنشآت نحو المسار الأفضل والصحيح، وهناك من الخبراء الماليين والباحثين من حدد مفهوم الأداء المالي بإطاره الدقيق بأنه وصف لوضع المنظمة الحالي وتحديد دقيق للمجالات التي استخدمتها للوصول إلى الأهداف من خلال دراسة المبيعات الإيرادات، الموجودات، المطلوبات صافي الثروة⁽⁹⁾. ويتحقق الأداء المالي الجيد من خلال تطوير القدرات والطاقات المتاحة للشركة التي تسهم في زيادة قدرة الشركة على التعامل الصحيح مع بيئة الصناعة وتساعد في ضمان تنفيذ العمليات بكفاءة، ومن ثم كسب مزايا تنافسية تؤدي لتطوير الأداء المالي. وعرف بأنه يمثل وضع الشركة المالي ووصف للأسباب التي تم استخدامها في الوصول لذلك الوضع من خلال دراسة مجموعة من المتغيرات مثل الإيرادات والمبيعات، والموجودات، والمطلوبات وصافي الدخل. كما أنه مجموعة من الوسائل المالية التي يمكن عن طريقها الوصول إلى تحديد الوضع الفعلي لأداء الشركة، ووضعها في الفترة الحالية، وعرف بأنه أكثر عوامل الضبط في الشركة، فهو يربط بين السبب والآخر، وبين الأنشطة المختلفة مثل تطوير المنتجات والحد من التكاليف. إن الأداء المالي يركز على استخدام المؤشرات المالية البسيطة القائمة على النتائج التي تعبر عن تحقيق الأهداف الاقتصادية والمالية للشركة. وهو مفهوم ضيق لأداء الأعمال من خلال اهتمامه بتحقيق المخرجات من الأهداف المالية، ويقاس بالمؤشرات المالية. عرفه أحد الباحثين بأنه النتيجة النهائية للعديد من السياسات والقرارات التي تتخذها الشركة⁽¹⁰⁾. هو وصف لوضع الوحدة الاقتصادية الآن وتحديد للاتجاهات التي استخدمتها للوصول إلى هذا الوضع من خلال دراسة المبيعات والإيرادات والموجودات والمطلوبات، وتستخدم لقياسه النسب والمؤشرات المالية كالسيولة والربحية⁽¹¹⁾. إن الأداء المالي ما هو إلا انعكاس للمركز المالي للمنشأة المتمثل بفقرات كل من الميزانية العمومية وحساب الأرباح والخسائر فضلاً عن قائمة التدفقات النقدية الذي يصور حالة حقيقية عن أعمال المنشأة لفترة زمنية معينة⁽¹²⁾. وعرف بأنه أداة تحفيز لاتخاذ القرارات الاستثمارية وتوجيهها تجاه الشركات الناجحة فهي تعمل على تحفيز المستثمرين للتوجه إلى الشركات أو الأسهم التي تشير معاييرها المالية إلى التقدم والنجاح عن غيرها وعرف بأنه العملية التي يتم من خلالها اشتقاق مجموعة من المعايير أو المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يسهم في تحديد أهمية الأنشطة التشغيلية والمالية للمشروع⁽¹³⁾. يعرف بأنه تعبير عن نشاطات الأعمال باستخدام مقاييس مالية، وإنه الأداة الداعمة لجميع أنشطة الشركة المختلفة⁽¹⁴⁾.

عناصر الأداء المالي:

تسعى المؤسسة باعتبارها وحدة اقتصادية متجانسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المتكاملة التي تسمح لها بتحقيق أداء مالي يعكس مدى استغلالها للموارد المتاحة لها بشكل مثالي، ويعتبر هدف تعظيم الربح أهم شيء تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من أجل تعظيم قيمة أسهمها

لجلب المستثمرين. لذلك تحتاج المؤسسة دائماً إلى تقييم أدائها من خلال تقييم مستوى نشاط أسهمها في سوق الأوراق المالية ومدى قدرتها على تحقيق أعلى عائد ممكن، وتعتمد في ذلك على مجموعة من المقاييس ويعتبر مقياس القيمة الاقتصادية المضافة من بين المقاييس الحديثة التي تعتمد على القيمة في تحديد عائد السهم، وهي شكل متطور لمفهوم الربح المتبقي، كما أنها ترتبط بشكل مباشر بعملية خلق القيمة ويعتمد على تعظيم قيمة المساهمين، ولقد ظهر نتيجة الانتقادات التي وجهت للمقاييس التقليدية، حيث اثبتت الدراسات والبحوث عدم فعاليتها في تحديد الربح الحقيقي، وقياس مدى قدرة المؤسسة على خلق قيمة للمساهمين⁽¹⁵⁾. يمثل المفهوم المحاسبي لقياس الأداء بأنه تقييم للأحداث الاقتصادية الناتجة عن أداء نشاط معين داخل الوحدة المحاسبية مع بيان التغيرات في تلك الأحداث وأثرها على قائمتي الدخل والمركز المالي⁽¹⁶⁾، تعني عملية قياس الأداء بأنها التعرف على مستويات الأداء الفعلي في ضوء معايير ومؤشرات محددة مسبقاً. وتعتبر عملية القياس والتقييم خطوة في سلسلة النظام الرقابي في المنظمة، ويتوقف سهولة القيام بها بناء على دقة ووضوح المعايير المحددة مسبقاً. ويحدد نظام قياس الأداء الذي تطبقه المنشأة كفاءة وفاعلية الأحداث التي تمت في الماضي، وذلك من خلال جمع وتصنيف وتحليل وتفسير ونشر البيانات الملاءمة⁽¹⁷⁾. يتم التعبير عن الأداء المالي للمنشأة من خلال القوائم المالية، وتهدف المنشأة من خلال هذا الأداء إلى تعظيم ثروة المساهمين وتحقيق أعلى ربح، وللتعرف على كيفية قياس الأداء فقد شاع استخدام مقاييس الأداء التي تعتمد على المعلومات المالية والمحاسبية الداخلية والتي تستخدم في تقييم الأداء المالي للوحدات الفرعية للمنشأة. وتعتبر مقاييس الربحية حيث تعكس مدى تحقيق المنشأة للمستويات المتعلقة بأداء الأنشطة وهيكل التكلفة وتعتبر عن محصلة نتائج السياسات والقرارات التي اتخذتها⁽¹⁸⁾ وتعتبر المقاييس المالية ضرورية لتلخيص العواقب الاقتصادية لتنفيذ الخطط الاستراتيجية، وهي تشير إلى مدى تنفيذ الخطط التي تساعد في زيادة الأرباح للشركة⁽¹⁹⁾. وتعدد طرق تقييم كفاءة الأداء المالي للشركات، فمنها التقييم الداخلي التي تقوم الشركة عن طريق استخدام بعض المؤشرات كإجراء داخلي للاطمئنان على سلامة المركز المالي⁽²⁰⁾.

من أهم العناصر المستخدمة في قياس الأداء المالي⁽²¹⁾:

معدل العائد على الاستثمار:

يقيس معدل العائد الذي حققته المنشأة على جميع الأموال المستثمرة فيها. ولهذا المؤشر مكونان (معدل دوران رأس المال المستثمر) و(معدل ربحية المبيعات). ومن الممكن زيادة معدل العائد على الاستثمار أما بزيادة معدل دوران رأس المال المستثمر أو زيادة معدل ربحية المبيعات أو كليهما. ويتميز هذا المؤشر بإمكانية اعداده من القوائم المنشورة. ويقاس بصافي الربح / إجمالي الاستثمار. أو (صافي المبيعات / إجمالي الاستثمار × صافي الربح / صافي المبيعات). من أكثر المؤشرات التحليلية التي تستخدم في تقييم الأداء والتي تهتم الإدارة والملاك والمستثمرين والبعض يطلق عليه القدرة الإيرادية. وهو عبارة عن صافي الإيراد بعد استبعاد المقتطعات وقبل استبعاد الفائدة على الديون طويلة الأجل مقسوماً على صافي الأصول. فإذا كانت هذه النسبة منخفضة فإنها تعكس ضعف إنتاجية استثمارات الشركة، أما إذا كانت مرتفعة فإنها تعكس كفاءة سياسات الشركة

الاستثمارية والتشغيلية، ويتمتع هذا المقياس بعدد من المزايا أهمها، يعطي انطباعاً عن الموضوعية والدقة، مقياس وحيد وشامل يتأثر بكل شيء حصل خلال السنة، يقيس كيف أن الأقسام الإدارية استخدمت ملكيات المنشأة لتوليد الربح، يعتبر حافز لاستخدام الأصول بصورة فعالة، يصلح للمقارنة بين الوحدات المختلفة، يوفر حافزاً لامتلاك أصول جديدة عندما تعمل لتحقيق عائد.

معدل العائد على اجمالي الأصول:

يقيس الأداء الكلي للمنشأة ومدى فاعليتها في استخدام الموارد المتاحة، ويقيس درجة الإنتاجية النهائية للأصول أي يحدد قدرة المنشأة على استخدام أصولها، ولهذا المؤشر مكونان (معدل دوران الأصول ويعبر عن مقدرة المنشأة على تدوير رأس المال المستثمر) و(هامش الربح هو يمثل معدل الأصول $\times$ صافي الدخل / الإيراد).

معدل العائد على حقوق المساهمين:

يقيس ربحية الأموال المملوكة لأصحاب المنشأة أي يوضح العائد الذي سيأخذه المستثمرين من استثماراتهم، وله ثلاثة مكونات (معدل دوران الأصول) و(هامش الربح) و(معدل الأصول إلى حقوق المساهمين). ويقاس بصافي الدخل / حقوق المساهمين أو الإيراد / إجمالي الأصول $\times$ صافي الدخل / الإيراد $\times$ إجمالي الأصول / حقوق المساهمين.

2/ الميزة التنافسية

أ. مفهوم وتعريف الميزة التنافسية:

هناك عدة تعريفات تناولت مفهوم الميزة التنافسية نذكر من بينها:

- **التعريف الأول:** « هي قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط»⁽²²⁾.

يشير التعريف الأول إلى أن الميزة التنافسية تنحصر في قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تمكنها من الحصول على مركز تنافسي أفضل مقارنة بمنافسيها الذين يعلمون في نفس النشاط.

- **التعريف الثاني:** «تعرف الميزة التنافسية على أنها الميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقها في حالة إتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس»⁽²³⁾.

يركز التعريف الثاني على مصدر من مصادر الميزة التنافسية والمتمثلة في إستراتيجية التنافس التي تتبعها المنظمة.

حسب Porter «الميزة التنافسية تنشأ أساساً من القيمة التي استطاعت المؤسسة أن تخلقها لزبائنهم، بحيث تقوم بتقديم سلع أو خدمات بتكلفة أقل، أو تقديم منتجات متميزة عن منافسيها، مع القدرة على الاحتفاظ بهذه الميزة»⁽²⁴⁾.

كذلك تعرف بأنها الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المنظمة من خلال أداء أنشطتها بشكل مميز وفعال، واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع ذات قيمة فائقة لزبائنهم لا يستطيع منافسوها تقديمها⁽²⁵⁾.

كما تعرف بأنها «المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر

العملاء الذين ينقلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه الآخرون⁽²⁶⁾.

يمكن القول إن الميزة التنافسية هي مفهوم استراتيجي يعكس وضعاً تنافسياً مميزاً للمنظمة مقارنةً بمنافسيها، ومن أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الشامل فقد تم وصفها بما يأتي⁽²⁷⁾:

أنها نسبية أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة.

تنبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها.

تؤدي إلى تحقيق التفوق والافضلية على المنافسين.

تتبعكس على كفاءة أداء المنظمة في أنشطتها، أو في تقديم قيمة ما للمشتريين أو كليهما.

تؤدي إلى التأثير في الزبائن وإدراكهم الافضلية فيما تقدم المنظمة وتحفزهم على الشراء.

تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تجديدها.

ومن هنا يمكن القول أن الميزة التنافسية هي المجال التي تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، وتنبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية أو الفكرية، فقد تتعلق بالجودة أو بالتكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة أو الكفاءة التسويقية.

من خلال ما سبق يعرف الباحث الميزة التنافسية بأنها «مقدرة المؤسسة على خلق رضا عالي للعملاء من خلال تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية تلبى رغبات العملاء وذات تكلفة أقل مع تقديم منافع وميزات إضافية للعملاء تميز المؤسسة عن غيرها والعمل المستمر على تحسين وتطوير هذه الميزات».

ب. تطور الميزة التنافسية:

ظهر مفهوم التنافسية في الخمسينيات وبداية الستينات من القرن العشرين في دول أوروبا الغربية واليابان والولايات المتحدة الأمريكية حين بدأ التفكير بالتخطيط الاستراتيجي لتحقيق عوائد أكبر للمنظمات من خلال صياغة واضحة للاستراتيجيات التي تضمن وضع المنظمة في موقع أفضل بين المنافسين على المدى الطويل⁽²⁸⁾.

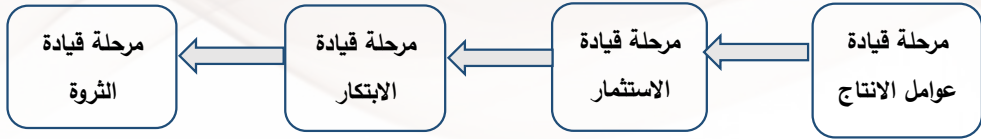
وقد اشتد الجدل الفكري بين مفكري الاقتصاد والإدارة حول المفاهيم والمصطلحات المستخدمة للتعبير عن التنافسية وكيفية قياسها وذلك بعد أن أطلقت مدرسة إدارة الأعمال الأمريكية مفهومًا جديدًا للتنافسية الدولية هو مفهوم الميزة التنافسية كبديل عن مفهوم الميزة النسبية.

لقد ارتبطت الميزة التنافسية بشكل أساسي بكتابات «بورتر» الذي قدم أول مؤلف له حول التنافسية في عام 1980 وقد كان بعنوان الاستراتيجية التنافسية (Strategy Competitive)، ثم في عام 1985 حيث ظهر له المؤلف الثاني بعنوان الميزة التنافسية⁽²⁹⁾ (Advantage Competitive).

ج. مراحل تطور الميزة التنافسية:

وفيما يخص مراحل تطور الميزة التنافسية فيري (Porter) أن الميزة التنافسية تمر بأربع مراحل، تختلف كل مرحلة في خصائصها، وأوضح أنه ليس من الضروري أن تمر الميزة التنافسية بجميع هذه المراحل، وكذلك ليس ضروريا ترتيبها⁽³⁰⁾

ولقد لخص المراحل الأربعة كما هو في الشكل الآتي:
الشكل رقم (1): مراحل تطور الميزة التنافسية



من خلال الشكل أعلاه، يتضح أن المراحل الثلاث الأولى تمثل الارتقاء المتوالي للميزة التنافسية، أما المرحلة الرابعة والأخيرة فتمثل تراجع وتدهور الميزة التنافسية، وفيما يلي شرح لكل مرحلة على حدى⁽³¹⁾:

مرحلة قيادة عوامل الإنتاج:

حيث تعتمد الميزة التنافسية في هذه المرحلة على عوامل الإنتاج، وذلك نظرا لأن تكلفة الإنتاج تلعب دورا مهما في المنافسة، وهذا ما يجعل المنظمات تنتهج استراتيجية المنافسة على أساس السعر في هذه المرحلة، مما يجعل الميزة التنافسية ذات طبيعة غير مستقرة.

مرحلة قيادة الاستثمار:

هذه المرحلة مبنية على قدرة الدولة ومنظمتها على الاستثمار بشكل متواصل ومن ثم القدرة على الصمود أمام المنافسين حيث يتم تخفيض التكاليف من خلال الاستثمارات المحلية وتحسين جودة المنتج وجذب الطلب بشكل عام.

مرحلة قيادة الابتكار:

تعتمد هذه المرحلة على الابتكار والمهارات والتكنولوجيا الأكثر تعقيدا لإنشاء الميزة التنافسية، وهنا يقل دور المنافسة على أساس السعر المسندة إلى انخفاض تكاليف الإنتاج ويزداد دور المنافسة المعتمدة على التكنولوجيا والتميز، من أجل تهيئة البيئة التنافسية التي تساعد على نسج خيوط الابتكار والتطوير.

مرحلة قيادة الثروة:

تمثل هذه المرحلة بداية تراجع وتدهور الميزة التنافسية، نظرا لتراكم الثروة التي تحققت في المراحل الثلاث السابقة ورغبة المنظمات في المحافظة على الاستثمارات والابتكارات دون الاهتمام بالتطوير، وهذا ما يجعلها تفقد ميزاتها التنافسية في الأسواق الدولية نظرا لانحصار المنافسة المحلية نتيجة الرغبة في المحافظة على الوضع القائم، ومن ثم تفقد المنظمات المحلية ميزاتها التنافسية لصالح المنظمات الأجنبية الكبرى.

د. خصائص الميزة التنافسية:

من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي⁽³²⁾:

1. أن تكون مستمرة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة سبق على المدى الطويل وليس على المدى القصير فقط.
2. إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.

3. أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.
 4. أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد وقدرات وجدارات المؤسسة من جهة أخرى.
 5. أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المديين القصير والبعيد.
- ومن أجل إعطاء الميزة التنافسية المفهوم الأوضح فذلك يظهر من خلال خصائصها، التي يمكن أن تستخدم من قبل المنظمة لتقييم ميزتها التنافسية، وهذه الخصائص حسب ما يراها الاستاذ نجم عبود هي⁽³³⁾:

- تشقق من رغبات وحاجات الزبون.
- تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال.
- تقدم الملاءمة الفريدة بين موارد المنظمة والفرص في البيئة.
- طويلة الأمد وصعبة التقليد من قبل المنافسين.
- تقدم قاعدة للتحسينات اللاحقة.
- تقدم التوجيه والتحفيز لكل المنظمة.

هـ. أهمية الميزة التنافسية:

- تبرز أهمية الميزة التنافسية بالنسبة للمنظمة من خلال الجوانب التالية⁽³⁴⁾:
- تعطي المنظمة تفوقاً نوعياً وكمياً، وأفضلية على المنافسين وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية.
- تساهم في التأثير الإيجابي في مدركات الزبائن وباقي المتعاملين مع المنظمة وتحفيزهم لاستمرار وتطوير التعامل.
- لكون الميزة التنافسية تتسم بالاستمرارية والتجدد فأن الأمر يتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.
- تمثل أداة مهمة لمواجهة التحدي الذي ينتظر المنظمة من صلب المنظمات المنافسة في القطاع المعني، ويأتي ذلك من خلال قيام المنظمة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل القريب، عن طريق توحيد التقنيات والمهارات الإنتاجية مصورة قدرات تمكنها من التكيف للفرص المتغيرة بشكل سريع.
- الحصول على حصة سوقية أفضل وأكبر قياساً بالمنافسين، إذا ما حققت الرضا والقبول المطلوب لدى الزبائن، أو بما يتوافق مع أهدافها الاستراتيجية المخططة.
- ويرى الباحث أن للميزة التنافسية أهمية بالغة في تحقيق ولاء العملاء للمؤسسة اذ يجعل العملاء في حالة رضا وقبول تام لما تقدمه المؤسسة من خدمات او منتجات تلبي طموحاتهم وتشبع رغباتهم بالقدر الذي يجعلهم في حالة ولاء تام للمؤسسة عن غيرها.**

و. أهداف الميزة التنافسية:

- ومن بين الاهداف التي تسعى المنظمة لتحقيقها من خلال خلق ميزة تنافسية نجد⁽³⁵⁾:
- خلق فرص تسويقية جديدة كما هو الحال بالنسبة لشركة (Motorola) التي تعد اول من

قام بابتكار الهاتف المحمول وشركة (Appel) التي قامت بابتكار اول حاسب شخصي. دخول مجال تنافسي جديد كدخول سوق جديدة أو التعامل مع نوعية جديدة من الزبائن أو نوعية جديدة من السلع او الخدمات. تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المنظمة بلوغها وللفرص الكبيرة التي ترغب في اقتناصها. زيادة استقطاب الزبائن والحصول على رضاهم بتطوير المنتجات أفضل من منافسيها وبه تؤدي الى ضمان بائها. تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تزيد المؤسسة الوصول اليها والفرص الكبيرة التي ترغب اقتناصها⁽³⁶⁾.

ويرى الباحث عن كل هذه الأهداف اذا ما تحققت فإنها سوف تساعد في تحقيق هدفاً رئيساً ومهماً في المؤسسة الا وهو زيادة الكفاءة المالية للمؤسسة الامر الذي يقوي مركزها المالي مما يسهل عليها تحقيق كل الغايات التي ترنو اليها.

رابعاً: الدراسة الميدانية :

1/ مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من (المصارف التجارية بالسودان) تم الاعتماد على أسلوب العينة لأنه من غير العملي استقصاء كل عنصر من المجتمع ، وحتى لو كان ممكناً فإن عناصر الوقت والتكلفة وغيرها من الموارد البشرية الأخرى ستحول بين الباحث والقيام بذلك (سيكاران، 2006) ، عينة الدراسة تتمثل في جزءا ومجموعة فرعية من مجتمع الدراسة تم الاعتماد على العينة الميسرة (غير احتمالية الحصص Quota Sampling) والتي تستخدم خلال المراحل الاستكشافية لمشروعات البحوث لأنها تتيح للباحث جمع البيانات من أعضاء المجتمع الموجودين في ظروف مريحة للباحث لجمع البيانات (Saunders et al، 2009) وتعتمد على خبرة الباحث ومعرفته بأن هذه المفردة أو تلك تمثل المجتمع ، ووفق ال(اوما سيكاران) فانه كلما زاد مجتمع الدراسة كلما زادت العينة وبالتالي فان اقصى حد لحجم العينة هو 354 مفردة من المجتمع المختار، وايضا بسبب عدم وجود احصائية دقيقة لمجتمع الدراسة تكونت عينة الدراسة من (142) فرد من (150) بنسبة استرجاع بلغت (94.6 %) من أجل زيادة التأكد من أن العينة تمثل مجتمع الدراسة (Saunders et al، 2009).

2/ معدل استجابة العينة:

تم جمع البيانات من الميدان عن طريق الاستبانة الموجه الي (عينة من المصارف التجارية)، حيث تم توزيع الاستبانة الكترونيا، وتم الحصول على استجابات (105) من مجتمع الدراسة حيث تم التوزيع عن طريق نموذج استبيان قوئل لأفراد المجتمع الذين يعملون في مجال المصارف.

3/ التحليل الوصفي للمتغيرات الأساسية:

جدول (1) توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

النسبة	التكرارات	الفئة
% 13.3	14	اقل من 30 سنة
% 44.8	47	30 واقل من 40 سنة
% 24.8	26	40 واقل من 50 سنة
% 14.3	15	50 واقل من 60 سنة
% 2.9	3	60 سنة فأكثر
% 100	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026
في الجدول (1) اعلاه والخاص بالمتغير العمر، أن 47 من عينة الدراسة بنسبة 44.8 % تتراوح اعمارهم بين 30- 40 سنه (وهي النسبة الأعلى) و26 بنسبة 24.8 % تتراوح اعمارهم 40- 50 سنه، عليه يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة اعمارهم بين 30- 40 سنه.

جدول (2) المؤهل العلمي

النسبة	التكرارات	المؤهل
% 1.9	2	دبلوم وسيط
% 52.4	55	بكالوريوس
% 8.6	9	دبلوم عالي
% 27.6	29	ماجستير
% 9.5	10	دكتوراه
% 100.0	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026
في الجدول (2) أعلاه والخاص بالمتغير المؤهل العلمي، أن 55 بنسبة 52.4 % مؤهلهم العلمي بكالوريوس، 10 من عينة الدراسة بنسبة 9.5 % دكتوراه و29 ماجستير، 2 دبلوم وسيط، 9 دبلوم عالي عليه يتضح إن غالبية أفراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي بكالوريوس.

جدول (3) التخصص العلمي

النسبة	التكرارات	التخصص العلمي
41.0 %	43	محاسبة وقمویل
10.5 %	11	تكاليف ومحاسبة إدارية
9.5 %	10	دراسات مصرفية ومالية
20.0 %	21	إدارة أعمال
1.0 %	1	نظم معلومات محاسبية
9.5 %	10	اقتصاد
6.7 %	7	تقنية معلومات
2.0 %	2	آخر يذكر
100.0	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026 في الجدول (3) أعلاه والخاص بالمتغير التخصص العلمي، أن 43 بنسبة 41.0 % تخصصهم العلمي محاسبة وقمویل، 21 من عينة الدراسة بنسبة 20.0 % تخصصهم إدارة أعمال، 10 تخصصهم دراسات مصرفية ومالية و 10 اقتصاد و 11 تكاليف ومحاسبة إدارية، عليه يتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة تخصصهم العلمي محاسبة وقمویل.

جدول (4) المؤهل المهني

النسبة	التكرارات	المؤهل المهني
2.9 %	3	زمالة المحاسبين القانونيين الامريكية
2.9 %	3	زمالة المحاسبين القانونيين البريطانية
1.9 %	2	زمالة المحاسبين القانونيين السودانية
6.48 %	7	أخرى تذكر
85.7 %	90	لا توجد
100.00 %	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026 الجدول (4) أعلاه والخاص بالمتغير المؤهل المهني، أن 90 بنسبة 85.7 % لا توجد زمالة، 7 من عينة الدراسة بنسبة 6.48 % يحملون مؤهل مهني أخرى، 3 يحملون زمالة المحاسبين القانونيين الامريكية، 3 البريطانية، 2 السودانية، عليه يتضح إن غالبية أفراد عينة الدراسة لا توجد لديهم زمالة.

جدول (5) المسمى الوظيفي

النسبة	التكرارات	المسمى الوظيفي
10.5 %	11	مدير إدارة
3.8 %	4	مدير مالي
6.7 %	7	مدير فرع
6.7 %	7	مدير عمليات
17.1 %	18	محاسب عمليات
10.5 %	11	مراجع داخلي
5.7 %	6	محلل مالي
19.0 %	20	صراف
20.0 %	21	أخرى
100 %	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026
الجدول (5) أعلاه والخاص بالمتغير المسمى الوظيفي، إن 20 من عينة الدراسة بنسبة 19.0 % المركز الوظيفي صراف، و 7 المركز الوظيفي مدير فرع و 11 مراجع داخلي و 21 أخرى (لم يذكروا المركز الوظيفي)، 18 محاسب عمليات و 7 مدير عمليات عليه يتضح إن غالبية أفراد عينة الدراسة المركز الوظيفي صراف ومحاسب عمليات.

جدول (6) سنوات الخبرة

النسبة	التكرارات	سنوات الخبرة
14.3 %	15	اقل من 5 سنوات
40.0 %	42	5 و اقل من 10 سنة
17.1	18	10 و اقل من 15 سنة
15.2 %	16	15 و اقل من 20 سنة
13.3 %	14	25 سنة فأكثر
100 %	105	المجموع

المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2026
الجدول (6) أعلاه والخاص بالمتغير سنوات الخبرة، إن 14 من عينة الدراسة بنسبة 13.3 % خبرتهم العملية 25 سنة فأكثر، و 42 بنسبة 40.0 % خبراتهم العملية 5 وأقل من 10 سنوات، عليه يتضح إن غالبية أفراد عينة الدراسة خبراتهم العملية 5 وأقل من 10 سنة.

4/ تحليل عبارات الاستبيان:

كفاءة الأداء المالي (مؤشرات قياس كفاءة الأداء المالي).

جدول رقم (7) مؤشرات كفاءة الأداء المالي :

العبارات	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشده
تحقيق أرباح كافية للمصرف من الأنشطة المصرفية	45 % 42.9	42 % 40.0	12 % 11.4	4 % 3.8	2 % 1.9
تأكيد الكفاءة في استغلال الموارد المتاحة للمصرف	33 % 31.4	56 % 53.3	10 % 9.5	3 % 2.9	3 % 2.9
يصل المصرف لأعلى مستويات الإنجاز للأهداف الموضوعة	32 % 30.5	54 % 51.4	10 % 9.5	6 % 5.7	3 % 2.9
يتبنى المصرف استراتيجيات قوية وطويلة الأجل لتحقيق الأداء الأمثل.	28 % 26.7	55 % 52.4	14 13.3%	5 % 4.8	3 % 2.9
يتحقق تكامل بين نظام المعلومات المحاسبي والنظم الأخرى الموجودة بالمصرف	39 % 37.1	53 % 50.5	8 7.6%	4 3.8%	1 % 1.0
توفير معلومات مالية دقيقة لاتخاذ قرارات إستراتيجية بشأن الاستثمار والتمويل والعمليات التشغيلية بالمصرف	36 % 34.3	52 % 49.5	14 % 13.3	1 % 1.0	2 % 1.9
يجذب المصرف المستثمرين الجدد بإظهار الأداء المالي القوي	41 % 39.0	46 % 43.8	9 % 8.6	5 % 4.8	4 % 3.8
يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية للتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية	33 % 31.4	54 % 51.4	13 % 12.4	4 % 3.8	1 % 1.0
يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية في وضع خطط مالية مستدامة	31 % 29.5	53 % 50.5	14 % 13.3	5 % 4.8	2 % 1.9
للمصرف الية قياس لأداء الإدارة في تحقيق الأهداف المالية	37 % 35.2	54 % 51.4	9 % 8.6	2 % 1.9	3 % 2.9
يستخدم بيانات الأداء المالي لتحديد أوجه القصور في العمليات التشغيلية للمصرف واتخاذ الإجراءات لتحسينها	33 % 31.4	55 % 52.4	8 % 7.6	7 % 6.7	2 % 1.9
المتابعة الدورية للأداء المالي وتشجيع ثقافة التعليم والتحسين المستمر داخل المصرف.	36 % 34.3	54 % 51.4	7 % 6.7	6 % 5.7	2 % 1.9

من الجدول (7) أعلاه يتضح الآتي:

40.0 % من عينة الدراسة يوافقون على أن تحقيق أرباح كافية للمصرف من الأنشطة المصرفية. 42.9 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (82.9 %)، 11.4 % محايد و 5.7 % لا يوافقون على ذلك.

53.3 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تأكيد الكفاءة في استغلال الموارد المتاحة للمصرف. 31.4 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (84.7 %)، 9.5 % محايد و 5.8 % لا يوافقون على ذلك.

51.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يصل المصرف لأعلى مستويات الإنجاز للأهداف الموضوعة. 30.5 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (81.9 %)، 9.5 % محايد و 8.6 % لا يوافقون على ذلك.

52.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يتبنى المصرف استراتيجيات قوية وطويلة الأجل لتحقيق الأداء الأمثل. 26.7 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (79.1 %)، 13.3 % محايد و 7.7 % لا يوافقون على ذلك.

50.5 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يتحقق تكامل بين نظام المعلومات المحاسبي والنظم الأخرى الموجودة بالمصرف. 37.1 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (87.6 %)، 7.6 % محايد و 4.8 % لا يوافقون على ذلك.

49.5 % من عينة الدراسة يوافقون على إن توفير معلومات مالية دقيقة لاتخاذ قرارات إستراتيجية بشأن الاستثمار والتمويل والعمليات التشغيلية بالمصرف. 34.3 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (83.8 %)، 13.3 % محايد و 2.9 % لا يوافقون على ذلك.

43.8 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يجذب المصرف المستثمرين الجدد بإظهار الأداء المالي القوي. 39.0 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (82.8 %)، 8.6 % محايد و 8.6 % لا يوافقون على ذلك.

51.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية للتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية. 31.4 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (82.8 %)، 12.4 % محايد و 4.8 % لا يوافقون على ذلك.

50.5 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية في وضع خطط مالية مستدامة. 29.5 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (80 %)، 13.3 % محايد و 6.7 % لا يوافقون على ذلك.

51.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن للمصرف آلية قياس لأداء الإدارة في تحقيق الأهداف المالية. 35.2 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (86.6 %)، 8.6 % محايد و 4.8 % لا يوافقون على ذلك.

52.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن يستخدم بيانات الأداء المالي لتحديد أوجه القصور في العمليات التشغيلية للمصرف واتخاذ الإجراءات لتحسينها. 31.4 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (83.6 %)، 7.6 % محايد و 8.6 % لا يوافقون على ذلك.

51.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن المتابعة الدورية للأداء المالي وتشجيع ثقافة التعليم والتحسين المستمر داخل المصرف. 34.3 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (85.7 %)، 6.7 % محايد و7.6 % لا يوافقون على ذلك. الميزة التنافسية (مؤشرات قياس دعم الميزة التنافسية). جدول (8) مؤشرات لدعم الميزة التنافسية:

العبارة	وافق بشدة	وافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشده
تقدم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء	46 % 43.8	48 45.7%	7 % 6.7	1 % 1.0	3 % 2.9
تقليص وقت تقديم الخدمة للعميل بأقل ما يمكن	40 % 38.1	45 % 42.9	8 % 7.6	7 % 6.7	5 % 4.8
تنتهج الإدارة سياسة التطوير المستمر في الخدمات المصرفية لتحقيق التميز	43 % 41.0	49 % 46.7	8 7.6%	1 % 1.0	4 3.8%
توليد أفكار جديدة في مجال الخدمات المصرفية المقدمة	43 41.0%	48 % 45.7	8 % 7.6	2 % 1.9	4 % 3.8
تطوير عمليات البحث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة بالمصرف	40 38.1%	49 % 46.7	10 % 9.5	3 % 2.9	3 % 2.9
تكيف النظام المصرفي للتغيرات البيئية التي تحدث	38 36.2%	49 % 46.7	11 % 10.5	4 % 3.8	3 % 2.9
القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم الخدمات المصرفية	34 % 32.4	54 % 51.4	10 % 9.5	5 % 4.8	2 % 1.9
تحقيق عوائد أكبر من خلال تصميم خدمات مصرفية اقل تكلفة من المنافسين	42 % 40.0	41 % 39.0	15 % 14.3	5 % 4.8	2 % 1.9
تفعيل نظام الرقابة المستمرة على التكاليف بالمصرف	39 % 37.1	53 % 50.5	9 % 8.6	2 % 1.9	2 % 1.9
التحقق من سلامة الخدمة المصرفية التي تقدم للعملاء	41 % 39.0	50 % 47.6	9 % 8.6	3 % 2.9	2 % 1.9
استخدام التكنولوجيا في العملية المصرفية لدعم جودة الخدمة	59 56.2%	36 % 34.3	6 % 5.7	2 % 1.9	2 % 1.9

من الجدول (8) أعلاه يتضح الآتي:

45.7 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تقدم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء.
43.8 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (89.5 %)، 6.7 % محايد و 3.9 % لا يوافقون على ذلك.

42.9 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تقليص وقت تقديم الخدمة للعميل بأقل ما يمكن. 38.1 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (81 %)، 7.6 % محايد و 11.5 % لا يوافقون على ذلك.

46.7 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تنتهج الإدارة سياسة التطوير المستمر في الخدمات المصرفية لتحقيق التميز. 41.0 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (87.7 %)، 7.6 % محايد و 4.8 % لا يوافقون على ذلك.

45.7 % من عينة الدراسة يوافقون على إن توليد أفكار جديدة في مجال الخدمات المصرفية المقدمة. 41.0 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (86.7 %)، 7.6 % محايد و 5.7 % لا يوافقون على ذلك.

46.7 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تطوير عمليات البحث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة بالمصرف. 38.1 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (84.8 %)، 9.5 % محايد و 5.8 % لا يوافقون على ذلك.

46.7 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تكييف النظام المصرفي للتغيرات البيئية التي تحدث. 36.2 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (84.8 %)، 10.5 % محايد و 6.7 % لا يوافقون على ذلك.

51.4 % من عينة الدراسة يوافقون على إن القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم الخدمات المصرفية. 32.4 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (83.8 %)، 9.5 % محايد و 6.7 % لا يوافقون على ذلك.

39.0 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تحقيق عوائد أكبر من خلال تصميم خدمات مصرفية أقل تكلفة من المنافسين. 40.0 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (79 %)، 14.3 % محايد و 6.7 % لا يوافقون على ذلك.

50.5 % من عينة الدراسة يوافقون على إن تفعيل نظام الرقابة المستمرة على التكاليف بالمصرف. 37.1 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (87.6 %)، 8.6 % محايد و 3.8 % لا يوافقون على ذلك.

47.6 % من عينة الدراسة يوافقون على إن التحقق من سلامة الخدمة المصرفية التي تقدم للعملاء. 39.0 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (86.6 %)، 8.6 % محايد و 4.8 % لا يوافقون على ذلك.

34.3 % من عينة الدراسة يوافقون على إن استخدام التكنولوجيا في العملية المصرفية لدعم جودة الخدمة. 56.2 % موافقون بشدة بنسبة تراكمية موافق (90.5 %)، 5.7 % محايد و 3.8 % لا يوافقون على ذلك.

الإحصاء الوصفي لفرضيات الدراسة الاستبتيان:

جدول (9) الإحصاء الوصفي (الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كأي) لعبارات

محور الأداء المالي

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كأي	درجات الحرية	النتيجة
تأكيد الكفاءة في استغلال الموارد المتاحة للمصرف.	4.08	885.	83.238	4	وافق
يصل المصرف لأعلى مستويات الإنجاز للأهداف الموضوعة.	4.01	946.	101.810a	4	وافق
يتبنى المصرف استراتيجيات قوية وطويلة الأجل لتحقيق الأداء الأمثل.	3.95	924.	89.524a	4	وافق
يتحقق تكامل بين نظام المعلومات المحاسبي والنظم الأخرى الموجودة بالمصرف.	4.19	810.	87.333a	4	وافق
توفير معلومات مالية دقيقة لاتخاذ قرارات إستراتيجية بشأن الاستثمار والتمويل والعمليات التشغيلية بالمصرف.	4.13	821.	105.048	4	وافق
يجذب المصرف المستثمرين الجدد بإظهار الأداء المالي القوي.	4.10	1.005	95.048a	4	وافق
يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية للتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.	4.09	822.	81.619a	4	وافق
يستخدم المصرف بيانات الأداء المالي التاريخية في وضع خطط مالية مستدامة.	4.01	893.	94.571a	4	وافق
للمصرف آلية قياس لأداء الإدارة في تحقيق الأهداف المالية.	4.14	871.	85.238a	4	وافق
يستخدم بيانات الأداء المالي لتحديد أوجه القصور في العمليات التشغيلية للمصرف واتخاذ الإجراءات لتحسينها.	4.05	913.	103.524	4	وافق بشدة
المتابعة الدورية للأداء المالي وتشجيع ثقافة التعليم والتحسين المستمر داخل المصرف.	4.10	898.	96.476	4	وافق
تقدم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء.	4.27	858.	99.810a	4	وافق بشدة

من اجل الوقوف على الاجابات التي ابداهها الافراد المبحوثين حول عبارات محور الأداء المالي ، وعرض وتحليل البيانات الخاصة بتلك الاجابات، يشير الجدول اعلاه رقم الى الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتلك الاجابات، حيث بلغ معدل الوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من (3) الوسط الفرضي المشار اليه في جدول (9) في الدراسة الميدانية بمان ان جميع او معظم الأوساط الحسابية اعلي من الوسط الفرضي وهذا يعني ان إجابات المبحوثين في الاتجاه الإيجابي مما يشير الي موافقة جميع افراد العينة علي عبارات المحور، كذلك قيمة مربع كاي لجميع العبارات كانت عالية.

جدول (10) الإحصاء الوصفي (الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كأي) لعبارات محور الميزة التنافسية

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مربع كأي	درجات الحرية	النتيجة
تقدم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء.	4.27	858.	108.286	٤	وافقي
تقليص وقت تقديم الخدمة للعميل بأقل ما يمكن.	4.03	1.078	74.190a	٤	وافقي
تنتهج الإدارة سياسة التطوير المستمر في الخدمات المصرفية لتحقيق التميز.	4.20	914.	101.238	٤	وافقي
توليد أفكار جديدة في مجال الخدمات المصرفية المقدمة.	4.18	938.	96.762a	٤	وافقي
تطوير عمليات البحث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة بالمصرف.	4.14	914.	91.143a	٤	وافقي
تكيف النظام المصرفي للتغيرات البيئية التي تحدث.	4.10	936.	85.048a	٤	وافقي
القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم الخدمات المصرفية.	4.08	885.	95.048a	٤	وافقي
تحقيق عوائد أكبر من خلال تصميم خدمات مصرفية اقل تكلفة من المنافسين.	4.10	950.	71.143a	٤	وافقي
تفعيل نظام الرقابة المستمرة على التكاليف بالمصرف.	4.19	822.	105.429	٤	وافقي
التحقق من سلامة الخدمة المصرفية التي تقدم للعملاء.	4.19	856.	98.571	٤	وافقي بشدة
استخدام التكنولوجيا في العملية المصرفية لدعم جودة الخدمة.	4.41	840.	124.571	٤	وافقي

من اجل الوقوف على الاجابات التي ابداهها الافراد المبحوثين حول عبارات محور الميزة التنافسية، وعرض وتحليل البيانات الخاصة بتلك الاجابات، يشير الجدول اعلاه رقم الى الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتلك الاجابات، حيث بلغ معدل الوسط الحسابي لجميع العبارة أكبر من (3) الوسط الفرضي المشار اليه في جدول (10) في الدراسة الميدانية بمان ان جميع او معظم الأوساط الحسابية اعلي من الوسط الفرضي وهذا يعني ان إجابات المبحوثين في الاتجاه الإيجابي مما يشير الي موافقة جميع افراد العينة علي عبارات المحور، كذلك قيمة مربع كاي لجميع العبارات كانت عالية.

اختبار الفرضيات

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة الأداء المالي تعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية.

جدول رقم (11)

معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية	التفسير
396.	1.811	073.	غير معنوية
924.	17.528	000.	معنوية
865a.			معامل الارتباط (R)
749.			معامل التحديد (R^2)
307.214			اختبار (f)
			النموذج

1- اظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي بين الأداء المالي كمتغير مستقل والميزة التنافسية كمتغير تابع حيث بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط (865a.).

2- بلغت قيمة معامل التحديد 749. هذه القيمة تدل على ان الأداء المالي يساهم بنسبة 74.9 % في الميزة التنافسية كمتغير تابع.

3- 396. متوسط الميزة التنافسية عندما لا يوجد الأداء المالي.

4- 924. تعنى زيادة الميزة التنافسية عندما يزيد الأداء المالي وحدة واحده.

مما تقدم نستنتج ان الفرضية الرئيسية الثانية والتي تشير الي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي وتعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية، تحققت أي بمعنى الأداء المالي يؤثر على الميزة التنافسية.

خامساً: النتائج والتوصيات

النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي وتعزيز الميزة التنافسية بالمصارف التجارية.

تنتهج الإدارة سياسة التطوير المستمر في الخدمات المصرفية لتحقيق التميز.

يتحقق تكامل بين نظام المعلومات المحاسبي والنظم الأخرى الموجودة بالمصرف.

تأكيد الكفاءة في استغلال الموارد المتاحة للمصرف.

يستخدم المصرف التكنولوجيا في العملية المصرفية لدعم جودة الخدمة.

للمصرف القدرة على الاستجابة للتغيرات في تصميم الخدمات المصرفية.

للمصرف آلية قياس لأداء الإدارة في تحقيق الأهداف المالية.

يفعل نظام الرقابة المستمرة على التكاليف بالمصرف.

تتم المتابعة الدورية للأداء المالي وتشجيع ثقافة التعليم والتحسين المستمر داخل المصرف.

التوصيات:

- بناءً على النتائج أعلاه يوصي الباحث بالآتي:
- يجب تطوير عمليات البحث والتطوير التي تساهم في تحسين الكفاءة بالمصرف.
 - على المصرف أن يتبنى استراتيجيات قوية وطويلة الأجل لتحقيق الأداء الأمثل.
 - ينبغي على المصرف أن يستخدم بيانات الأداء المالي التاريخية في وضع خطط مالية مستدامة.
 - ضرورة تحقيق عوائد أكبر من خلال تصميم خدمات مصرفية أقل تكلفة من المنافسين.
 - العمل على تطبيق سياسة لتقليص وقت تقديم الخدمة للعميل بأقل ما يمكن.

الهوامش:

- (1) حنان أحمد حسن درويش، تأثير مؤشرات كفاءة الاداء المالي على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية، (القاهرة: مجلة البحوث الإدارية، المجلد 24 - العدد 2، 2024م)
- (2) حيدر عطا سليمان وعبد الحسين جليل الغالبي، تقييم كفاءة الأداء المالي لمصرف الخليج التجاري للمدة 2005 الى 2020، (العراق: مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 15- العدد 46، 2023م)
- (3) تغريد مختار سيد معوض، مي محمد علم الدين، تقييم مدى قدرة ركائز الشمول المالي على دعم الميزة التنافسية للبنوك التجارية في ظل جائحة كورونا covid-19، (طنطا: جامعة طنطا، كلية التجارة، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، المجلد 41 - العدد 1، 2021م)
- (4) خليل إبراهيم إسماعيل الزبيدي، رياض حمزة البكري، دور المحاسبة الرشيدة في دعم حوكمة الشركات لتحقيق الميزة التنافسية، (العراق: مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد العاشر - العدد 32 - 2015م).
- (5) زهراء علي مهدي وآخرون، التخطيط بالسيناريوهات دوره في الأداء المالي - دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية الخاصة، (بغداد: المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الثامن والسبع عشر لسنة 2025، العدد 85، الملحق 1، 2025م)، ص 181.
- (6) بولحية الطيب، وبوجميلة عمر، تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية - دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة 2009م - 2013م، (الجزائر: جامعة حسية بن بوعلي بالشلف، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الرابع عشر، 2016م)، ص 3.
- (7) قاسم أحمد حنظل، ياسر مولود حاجم، دور انعكاسات إدارة سلسلة التجهيز الخضراء في تحسين الأداء المالي، (كركو: مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6)، العدد الثاني، 2016م، ص 88.
- (8) عباس نوار كحيط الموسوي وآخرون، تحليل العلاقة بين الافصاح البيئي والأداء المالي للوحدات الاقتصادية، (محافظة الكوت: جامعة واسط، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد الواحد والعشرون، 2016م)، ص 207.
- (9) علاء فرحان طالب، م.م. أيمن شيحان المشهداني، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011م)، ص 67.
- (10) خالد لافي النيف، د. تري محجم الفوار، العلاقة بين تعدد كبار المالكين والأداء المالي للشركات، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية التجارة، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد 72)، 2009م، ص 440.
- (11) ميرغني عبد الله هاشم حمزة، علي عبيد الله الحاكم، قياس مقدرات الشركات في تحقيق الأداء المتوازن، (الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، عمادة البحث العلمي، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17)، العدد الأول، 2016م، ص 157.

- (12) علاء فرحان طالب، م.م. أيمن شيحان المشهداني، مرجع سابق، ص ص 67 - 68.
- (13) حيدر يونس الموسوي، المصارف الإسلامية أداءها المالي وأثرها في سوق الأوراق المالية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011م)، ص 215.
- (14) فاطمة جاسم محمد، أثر تكاليف الجودة فيتحسين الأداء المالي - دراسة حالة شركة المشروبات الغذائية - شركة مساهمة خاصة / مختلطة صناعية، (البصرة: جامعة البصرة، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد العشرون، 2008م)، ص 91.
- (15) حسنية صيفي، نوال بن عمارة، قياس الأداء المالي باستخدام مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مجلة الباحث، العدد العاشر، 2012م)، ص 179.
- (16) محسن طه صادق، دور القياس والافصاح المحاسبي في التطبيق الفعلي لحوكمة الشركات في القطاع المصرفي - دراسة تحليلية وتطبيقية، (الخرطوم: جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، 2010م)، ص 73.
- (17) سيد محمد جاد الرب، مؤشرات ومعايير قياس وتقييم الأداء - مدخل استراتيجي للتحسين المستمر والتميز التنافسي، (القاهرة: دن، 2009م)، ص ص 18 - 19 .
- (18) دعاء أحمد سعيد فراس، العلاقة بين تطبيق نظام التكلفة على أساس النشاط ومؤشرات الأداء المالي والتشغيلي، (الزقازيق: جامعة الزقازيق، كلية التجارة، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة، 2010م)، ص 83.
- (19) د. نضال محمود الرمحي، قياس أثر تطبيق نظام تخطيط موارد المنشأة على الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، (المنوفية: جامعة المنوفية، كلية التجارة، مجلة آفاق جديدة للدراسات التجارية، العدد الثالث والرابع، 2011م)، ص 82 .
- (20) د. طلعت رشاد عبد الفتاح شما، د. عادل فتحي فارس عزيز، نموذج مقترح لتقييم الأداء المالي لشركات التأمين المدرجة بسوق المال السعودي، (بنها: جامعة بنها، كلية التجارة، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، العدد الثالث، 2013م)، ص 188.
- (21) سلوى غالب سعيد المريش، مدخل محاسبي مقترح لقياس أثر الخصائص النوعية للمنشأة على جودة نظم الحوكمة والأداء المالي للمنشأة، (بورسعيد: جامعة قناة السويس، كلية التجارة، رسالة دكتوراه الفلسفة في المحاسبة غير منشورة، 2013م)، ص ص 138 - 139.
- (22) مصطفى محمود أبو بكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، (مصر: الدار الجامعية للنشر، 2006م)، ص 13.
- (23) نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، (مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 1998م)، ص 39.
- (24) Michael Porter, L'avantage concurrentiel, Inter édition, Paris, 1986, P 08.
- (25) إيداد التميمي، شاعر الخشالي، السلوك الإبداعي وأثره على الميزة التنافسية، (عمان: مجلة البصائر، جامعة البترا الخاصة، المجلد 8 - العدد 2، 2004م)، ص 169.

- (26) علي السلمي، إدارة الموارد البشرية والإستراتيجية، (القاهرة: دار غريب للنشر، 2001م)، ص 1.
- (27) محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الاستراتيجية - منظور الميزة التنافسية، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2009م)، ص 115.
- (28) Campbell, David-Houston, Bill, "Business Strategy: An Introduction", 2001, P27.
- (29) نسرین محمود عبد الرحمن، التعلم التنظيمي كمدخل لتحقيق المزايا التنافسية، (مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 2009م)، ص 102.
- (30) سامي عفيفي حاتم، اقتصاديات التجارة الدولية، (القاهرة: مطبوعات الإسراء، 2003م)، ص 2.
- (31) عمر صقر، العولمة وقضايا إدارية معاصرة، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2003م)، ص 9.
- (32) طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية من منظور منهجي متكامل، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، ط 2، 2009م)، ص 309.
- (33) نجم عبود نجم، إدارة العمليات النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة، (عمان: معهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، الجزء الأول، 2001م)، ص 27.
- (34) فاطمة الزهراء بورنان، هوارى معراج، "دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية"، (الجزائر: مجلة دراسات العدد الاقتصادي، جامعة الأغواط، المجلد 8 - العدد 3، 2017م)، ص 289.
- (35) علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، (مرجع سابق)، ص 104 - 105.
- (36) مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفي وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، (الجزائر: ألفا للوثائق، 2017م)، ص 210.

المصادر والمراجع:

- (1) إِيَاد التميمي، شاكر الخشالي، «السلوك الإبداعي وأثره على الميزة التنافسية»، (عمان: مجلة البصائر، جامعة البترا الخاصة، المجلد 8 - العدد 2، 4002م).
- (2) بولحية الطيب، وبوجميلة عمر، تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية - دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة 2009م - 2013م، (الجزائر: جامعة حسية بن بوعلي بالشلف، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الرابع عشر، 2016م).
- (3) تغريد مختار سيد معوض، مي محمد علم الدين، تقييم مدى قدرة ركائز الشمول المالي على دعم الميزة التنافسية للبنوك التجارية في ظل جائحة كورونا covid-19، (طنطا: جامعة طنطا، كلية التجارة، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، المجلد 41 - العدد 1، 2021م)
- (4) حسنية صيفي، نوال بن عمارة، قياس الأداء المالي باستخدام مؤشر القيمة الاقتصادية المضافة، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مجلة الباحث، العدد العاشر، 2012م).
- (5) حنان أحمد حسن درويش، تأثير مؤشرات كفاءة الاداء المالي على تحسين القيمة الاقتصادية المضافة للبنوك المصرية، (القاهرة: مجلة البحوث الإدارية، المجلد 42 - العدد 2، 2024م).
- (6) حيدر عطا سليمان وعبد الحسين جليل الغالبي، تقييم كفاءة الأداء المالي لمصرف الخليج التجاري للمدة 2005 الى 2020، (العراق: مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد-15 العدد 46، 2023م).
- (7) حيدر يونس الموسوي، المصارف الإسلامية أداءها المالي وأثرها في سوق الأوراق المالية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011م).
- (8) خالد لافي النيف، د. تركي محجم الفوار، العلاقة بين تعدد كبار المالكين والأداء المالي للشركات، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية التجارة، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد (72)، 2009م).
- (9) خليل إبراهيم إسماعيل الزبيدي، رياض حمزة البكري، دور المحاسبة الرشيدة في دعم حوكمة الشركات لتحقيق الميزة التنافسية، (العراق: مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد العاشر - العدد 32 - 2015م).
- (10) دعاء أحمد سعيد فراس، العلاقة بين تطبيق نظام التكلفة على أساس النشاط ومؤشرات الأداء المالي والتشغيلي، (الزقازيق: جامعة الزقازيق، كلية التجارة، رسالة ماجستير في المحاسبة غير منشورة 2010م).
- (11) زهراء علي مهدي وآخرون، التخطيط بالسيناريوهات دوره في الأداء المالي - دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية الخاصة، (بغداد: المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الثامن والسنتوي التاسع عشر لسنة 2025، العدد 85، الملحق 1، 2025م).
- (12) سامي عفيفي حاتم، اقتصاديات التجارة الدولية، (القاهرة: مطبوعات الإسرائ، 2003م).
- (13) سلوى غالب سعيد المريش، مدخل محاسبي مقترح لقياس أثر الخصائص النوعية للمنشأة على جودة نظم الحوكمة والأداء المالي للمنشأة، (بورسعيد: جامعة قناة السويس، كلية التجارة، رسالة دكتوراه الفلسفة في المحاسبة غير منشورة، 2013م).
- (14) سيد محمد جاد الرب، مؤشرات ومعايير قياس وتقييم الأداء - مدخل استراتيجي للتحسين المستمر والتميز التنافسي، (القاهرة: دن، 2009م).
- (15) طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، الإدارة الإستراتيجية من منظور منهجي متكامل - ط 2، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009م).
- (16) طلعت رشاد عبد الفتاح شما، د. عادل فتحي فارس عزيز، نموذج مقترح لتقييم الأداء المالي لشركات التأمين المدرجة بسوق المال السعودي، (بنها: جامعة بنها، كلية التجارة، مجلة

- الدراسات والبحوث التجارية، العدد الثالث، (2013م).
- (17) عباس نوار كحيط الموسوي وآخرون، تحليل العلاقة بين الإفصاح البيئي والأداء المالي للوحدات الاقتصادية، (محافظة الكوت: جامعة واسط، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد الواحد والعشرون، 2016م).
- (18) علاء فرحان طالب، م.م. أيمن شيحان المشهداني، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011م).
- (19) علي السلمي، إدارة الموارد البشرية والإستراتيجية، (القاهرة: دار غريب للنشر، 2001م).
- (20) عمر صقر، العولمة وقضايا إدارية معاصرة، (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2003م).
- (21) فاطمة الزهراء بورنان، هوارى معراج، «دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمنظمة الاقتصادية»، (الجزائر: مجلة دراسات العدد الاقتصادي، جامعة الأغواط، المجلد 8 - العدد 3، 2017م).
- (22) فاطمة جاسم محمد، أثر تكاليف الجودة في تحسين الأداء المالي - دراسة حالة شركة المشروعات الغذائية - شركة مساهمة خاصة / مختلطة صناعية، (البصرة: جامعة البصرة، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد العشرون، 2008م).
- (23) قاسم أحمد حنظل، ياسر مولود حاجم، دور انعكاسات إدارة سلسلة التجهيز الخضراء في تحسين الأداء المالي، (كركوك: مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 6)، العدد الثاني، (2016م).
- (24) محسن طه صادق، دور القياس والإفصاح المحاسبي في التطبيق الفعلي لحوكمة الشركات في القطاع المصرفي - دراسة تحليلية وتطبيقية، (الخرطوم: جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الدراسات العليا، رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة، 2010م).
- (25) محمد عبد حسين الطائي، نعمة عباس خضير الخفاجي، نظم المعلومات الاستراتيجية - منظور الميزة التنافسية، ط 1، (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009م).
- (26) مصطفى محمود أبو بكر، الموارد البشرية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، (مصر: الدار الجامعية للنشر، 2006م).
- (27) مصطفى يوسف كافي، اقتصاد المعرفي وانعكاساته في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، (الجزائر: ألفا للوثائق، 2017م).
- (28) ميرغني عبد الله هاشم حمزة، علي عبيد الله الحاكم، قياس مقدرات الشركات في تحقيق الأداء المتوازن، (الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، عمادة البحث العلمي، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17)، العدد الأول، (2016م).
- (29) نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، (مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 1998م).
- (30) نجم عبود نجم، إدارة العمليات والنظم والأساليب والاتجاهات الحديثة، الجزء الأول، (عمان: معهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، 2001م).
- (31) نسرین محمود عبد الرحمن، التعلم التنظيمي كمدخل لتحقيق المزايا التنافسية، (مصر: رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 2009م).
- (32) نضال محمود الرمحي، قياس أثر تطبيق نظام تخطيط موارد المنشأة على الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، (المنوفية: جامعة المنوفية، كلية التجارة، مجلة أفاق جديدة للدراسات التجارية، العدد الثالث والرابع، 2011م).
- (33) Michael Porter, L'avantage concurrentiel, Inter edition, Paris, 1986.
- (34) Campbell, David-Houston, Bill, "Business Strategy: An Introduction", 2001.