

التنافسية وبيئة الأعمال الجديدة كعامل لتنمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية

زواويد لزهاري

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة غرداية

حجاج نفيسة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة ورقلة

المخلص: نسعى من خلال هذا المقال إلى إبراز أهمية الابتكار المالي للمؤسسات المالية في ظل التنافسية والبيئة الجديدة، كونه أصبح ضرورة وحاجة ملحة تقتضيها التغيرات الجديدة التي يعيشها العالم والتي تنسم بالتعقيد والتشابك، وبالتالي فإن الابتكار المالي في المؤسسة هو أمر ضروري وأساسي فرضته التغيرات الاقتصادية والمالية. وللابتكار المالي أهمية بالغة في بقاء المؤسسات المالية وتطورها في ظل التحديات العالمية، كما أنه يتيح لها مجابهة المشكلات المعاصرة والتحديات القادمة.

الكلمات المفتاحية: الابتكار المالي، المؤسسات المالية، التنافسية، الميزة التنافسية، البيئة الجديدة.

Abstract: Through this paper we aim to highlight the importance of the financial innovation for financial institutions under the new competitive environment because It has become a necessity and an urgent need required by the new changes experienced by the world which are complex and tangles. Thus, the financial innovation in the enterprise is both necessary and essential as it is imposed by the economic and financial changes. It is also of a big importance as it guarantees the survival of financial institutions and its development in the light of the global challenges. Adding to that , the financial innovation allows them to confront the challenges of the contemporary and future problems

Key words: financial innovation, financial institutions, competitive, Competitive advantage, new environment

المقدمة:

شهد القطاع المالي والمصرفي على المستوى العالمي منافسة شديدة، بحيث أصبح التميز فيها لمن يمتلك الإمكانيات التي تسمح له بتقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار منافسة وتتمتع بميزة تنافسية تميزها عن المنافسين وتلبي حاجات المتعاملين ورغباتهم، ولعلّ من أهم الأسباب الرئيسية لذلك هو التطور الحاصل في رؤية المؤسسة إلى الابتكار والاستثمار فيه لأنه النشاط الذي يحقق لها القيمة المضافة، ولأن المؤسسة التي لا تطور خدماتها ومنتجاتها ستقوم المؤسسات المنافسة لها بذلك مما يهدد تلك الحصة السوقية، وبذلك فإن المؤسسة الناجحة والرائدة اليوم بحاجة إلى تطوير منتجاتها وبوتيرة أسرع من المؤسسات المنافسة لها، وفي هذه الحالة أصبح الابتكار المالي أحد مقاييس الأداء والميزة التنافسية للمؤسسات من أجل البقاء والنمو والاستمرار في السوق.

وتأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على أهمية الابتكار المالي للمؤسسات المالية وهذا في

ظل التنافسية والبيئة الجديدة التي تتسم بالتشابه والتعقيد، إذ أن المحور الأول يتناول ماهية الابتكار المالي، والمحور الثاني يركز على التنافسية وشروط فعاليتها لتطوير الابتكار داخل المؤسسات، أما المحور الثالث فيتناول آثار الابتكار المالي في ظل البيئة الجديدة.

مشكلة الدراسة: تشهد البيئة الخارجية منافسة حادة بين المؤسسات المالية والمصرفية الساعية دوماً لتحقيق الربح أولاً ورضا المتعاملين والزبائن ثانياً، ومن أجل البقاء والنمو في ظل التنافسية كان لزاماً على المؤسسة أن تقدم منتجات وخدمات متميزة وذات كفاءة تسمح بالتفوق على المنافسين الآخرين، وعلى ضوء ذلك تنحصر مشكلة الدراسة في الكشف والتعرف على مفهوم الابتكار المالي وأهميته للمؤسسة في ظل التنافسية والبيئة الجديدة، وبشكل عام فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على التساؤل التالي:

هل يمكن للابتكار المالي أن يكون فعالاً ويسهم في تحقيق الميزة التنافسية المنشودة للمؤسسات المالية في ظل تغيرات البيئة الخارجية وتزايد حدة المنافسة داخل الأسواق؟

فرضية الدراسة: يمكن للابتكار المالي الرفع من كفاءة المؤسسات المالية وتحقيق قيمة مضافة لها، تسمح لها بالبقاء والنمو في ظل التنافسية وهذا من خلال المساهمة في تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية تلبي رغبات الزبائن.

أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة التي نتناولها في خصوصية الموضوع الذي يتناول أحد أهم المواضيع الحيوية والمعاصرة ألا وهو الابتكار المالي، لما له من أهمية بالغة في الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسات المالية.

- ارتباط الموضوع بالمؤسسات المالية والمصرفية التي تعد أحد الركائز الأساسية لأي نظام مالي في اقتصاد أي دولة، والذي تسعى الدولة جاهدة لتطويره وتعزيز نشاطه.

هدف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهمية الابتكار المالي في المؤسسات المالية في ظل التنافسية والبيئة الجديدة ومعرفة آثاره الاقتصادية.

منهج الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي في دراسة ووصف الجوانب المعرفية التي تمارس من خلاله نشاطات الابتكار المالي في المؤسسات المالية.

المحور الأول: ماهية الابتكار المالي

أولاً: مفهوم الابتكار المالي وأنواعه

تعد الابتكارات المالية محل نقاش لكيفية تشكيل النظام المالي المستقبلي¹، وحظيت باهتمام العديد من الباحثين ويمكن تعريفها بإيجاز، حيث يعرفها Peter Durker على أنها "الوسيلة التي يتمكن صاحب المؤسسة من خلالها أن ينشأ إما موارد جديدة تنتج ثروة أو يمنح الموارد المتاحة إمكانيات إضافية لإنشاء الثروة". ويرى Frankline Allen أن: "الابتكار المالي هو إنشاء أدوات

مالية أو تكنولوجيات وأسواقا جديدة، والابتكار في مجال التمويل كما هو الحال في غيره من الابتكارات يشمل وظيفتي البحث والتطوير، فضلا عن إظهار محاسن المنتجات للزبون ونشرها، واعتماد هذه المنتجات أو الخدمات الجديدة¹.

نلاحظ من خلال التعريفين للباحثين أن كلاهما ركز على عنصرين في تعريف الابتكار المالي هما الإنشاء أو التطوير للأدوات المالية بغيت تحقيق الثروة المرجوة.

وللابتكارات المالية أنواع عديدة صنفها بنك التسويات الدولية إلى ما يلي:¹

✓ **ابتكارات تقليل المخاطر:** وهي الابتكارات التي تقلل من المخاطر الكامنة في ورقة مالية معينة أو تمكن حاملها من التحوط ضد خطر معين؛

✓ **ابتكارات تعزيز السيولة:** الابتكارات التي تعزز السيولة لديها القدرة على زيادة سيولة الأوراق المالية والأصول؛

✓ **ابتكارات توليد الأسهم:** هي أدوات تمنح خصائص الأسهم للأصول، حيث إنّ طبيعة خدمة الديون فيها محددة سلفا، كما يتم تحديد العائد على الأصل بناء على أداء الجهة المصدرة.

✓ **ابتكارات للتأمين:** بعض الأوراق المالية تعمل على تأمين المخاطر في مقابل دفع قسط التأمين، ومن الأمثلة المتعلقة بمخاطر الائتمان عقود مبادلة التعثر على السداد.

✓ **ابتكارات إدارة الأصول والخصوم:** تقوم جميع الأدوات تقريبا بتوسيع نطاق البنوك لإدارة الأصول والخصوم من خلال:

- تقديم مجال لإدارة المخاطر؛

- توسيع فرص الإقراض؛

- تغيير هيكل الخطر في الميزانية العمومية للبنك.

✓ **الابتكارات التمويلية للمؤسسات المالية:** يمكن لبعض الأدوات توسيع مصادر التمويل المصرفي مثل التوريق الذي يمكن البنك من تنويع تمويله لمجموعة واسعة من المستثمرين الذين قد يكونون مستعدين للاستثمار في فئة معينة من الأصول المصرفية ولكن ليس في نفس البنك مثل (الرهون العقارية).

✓ **ابتكارات توليد الائتمان:** تستطيع هذه الابتكارات توسيع القدرة على الوصول إلى أسواق ائتمان معينة وبالتالي القدرة على زيادة إجمالي جميع الائتمان.

ثانيا: تطور الابتكارات المالية

يشير دراكر إلى أنّ العقدين مابين 1950 - 1970 قد شهدا العديد من الابتكارات التي مثلت طفرة في تاريخ الابتكار المالي:¹

- اليورو دولار وسندات اليوروبوند كانتا مجرد اثنتين من هذه الابتكارات، وكانت هناك المؤسسات الاستثمارية والتي بدأت بابتكار أول صندوق استثمار وهو general motor mutual fund في عام 1950 والذي تبعه ازدهار عظيم في صناديق استثمار الشركات.

- أما السنينات فقد شهدت ابتكار بطاقات الائتمان وهو الأمر الذي بعث الحياة في البنوك التجارية للبقاء على الرغم من القروض التجارية التي كانت من الأعمال التقليدية للبنوك.

أما باقي المبتكرات فقد قدمها walter wriston بعد أن تولى رئاسة city bank عام 1967.

ثالثاً: خصائص الابتكار ومتطلباته

- يتسم الابتكار بمجموعة من الخصائص يمكن ذكر بعضها كالتالي:¹
- ✓ التمايز: بمعنى الإتيان بما هو مختلف عن المنافسين؛
 - ✓ الجديد: أي الإتيان بالجديد كلياً أو جزئياً؛
 - ✓ القدرة على اكتشاف الفرص: وهو نمط من أنماط الابتكار الذي يستند على قراءة جديدة للحاجات والتوقعات، ورؤية خلاقة لاكتشافات قدرة المنتج الجديد في خلق طلب فعال ولاكتشاف السوق الجديد الذي هو غير معروف لحد الآن؛
 - ✓ المتحرك الأول في السوق: وفي هذا تمييز لصاحب الابتكار أن يكون الأول في التوصل إلى الفكرة والمنتج والسوق عن الآخرين، وحتى في حالة صاحب التحسين يكون الأول بما أدخل على المنتج من تعديلات.
- وحتى يكون الابتكار ناجحاً ينبغي مراعاة بعض المتطلبات والمتمثلة فيما يلي:¹
- قناعة الإدارة العليا للمؤسسة؛
 - تهيئة البيئة التنظيمية؛
 - التنسيق والتكامل بين الإدارات المهمة بالأنشطة الابتكارية.

رابعاً: أسباب الابتكار المالي وعوامل ظهوره

- تلجأ المؤسسة إلى الابتكار إلى أسباب عديدة وهي:¹
- المنافسة الحادة في السوق؛
 - إمكانية الإنتاج بكميات كبيرة؛
 - أزمة الطاقة؛
 - التسهيلات والمساعدات الحكومية؛
 - تكنولوجيا المعلومات.
- وهناك العديد من العوامل التي أدت إلى ظهور الابتكار المالي يمكن تقسيمها إلى عوامل مباشرة وعوامل غير مباشرة كالتالي :

أ- العوامل المباشرة: وتتمثل في:¹

- انهيار اتفاقية بريتونوودز وهو الأمر الذي ترتب عليه حدوث تقلبات عنيفة في أسعار الصرف فكانت مدعاة لتطوير عقود الصرف الآجل والبحث عن آلية للتحوط ضد مخاطر تقلبات أسعار الصرف؛

- زيادة حدة التضخم في بداية الثمانينات وما صاحبها من زيادة سريعة في معدلات أسعار الفائدة قصيرة الأجل؛

- انهيارات أسواق الأوراق المالية العالمية المتتالية دفعت المستثمرين للبحث عن حماية أصولهم المالية من خلال أسواق المشتقات المالية؛

- المنافسة الشرسية فيما بين المؤسسات المالية والمصرفية في سباقها المحموم دفع هذه المؤسسات إلى استنفار دوائر البحث والابتكار لخلق أدوات مالية جديدة لإدارة المخاطر وتقديم الحلول لمشاكل التمويل والقفز فوق القيود التي تفرضها السياسات النقدية.

ب- العوامل الغير مباشرة: وهي عوامل أخرى ساهمت في ظهور الابتكار المالي وتتمثل في الآتي:¹

- الحاجة أم الاختراع؛

- تزايد الاحتياجات المختلفة للمستثمرين وطالبي التمويل؛

- التشريعات مصدر الإلهام؛

- محاولة الاستفادة من النظام المالي؛

- زيادة المخاطر والحاجة إلى إدارتها.

خامسا: العوامل المحفزة للابتكار المالي:

هناك مجموعة من العوامل المحفزة للابتكار المالي، نذكر منها ما يلي:¹

1- التضخم المتقلب والمتغير والعالي، أسعار الفائدة، وأسعار الصرف، وزيادة العجز الحكومي، وتأثيراتهم على أسعار الفائدة والأسواق المالية، فالابتكار المالي يعرض حماية ضد التغيرات في البيئة المالية؛

2- التقنية: تطوير التقنية الجديدة يمكن أن يحفز للابتكار المالي بتخفيض التكاليف، والتزويد بخدمات وأدوات مالية جديدة باستعمال الحواسيب والاتصالات، فالتطور السريع للتقنية في القطاع المالي، في مقدماتها الاتصالات تضمن سرعة إرسال المعلومات وتدفقها؛

3- التغيرات في البيئة التنظيمية: إن العلاقة بين التعليمات والابتكار تمت مناقشتها في كثير من الدراسات لكن تأثيرات هذه العلاقة لم تتجل بشكل واضح بعد؛

4- التغيرات في شروط السوق: الابتكار أساسا هو الذي يقود السوق فالمؤسسات تعرض المنتجات الجديدة المربحة، فالتركيب الحالي للصناعة المالية، ودرجة التركيز والمنافسة في القطاع

المصرفي وسهولة الدخول إلى السوق، والربحية ومدى التطوير والتخصص بين الأنواع المختلفة من الأدوات المالية، وتفاعل السوق مع الابتكار وتأثير التعليمات المالية، والتغيرات في البيئة المالية الدولية والمحلية والتكامل المتزايد للأسواق المالية الدولية هذا أيضا يقود إلى الابتكار المالي.

وهناك مجموعة أخرى من العوامل المحفزة للابتكار المالي وهي:¹

- منافسة الوسطاء الماليين؛
- تغير النماذج الكونية للثروة المالية؛
- التنظيم المالي أصبح أكثر مرونة؛
- إحساس المؤسسات المالية بأن العديد من الأدوات التقليدية ليست مربحة على المدى الطويل وأن هناك حاجة جديدة لخدمات تحتاجها الأسواق المالية (البورصات)؛
- ضعف القدرة البيعية للعديد من الخدمات والمنتجات المالية التقليدية التي تقدم للجمهور؛
- عدم قدرة المؤسسات المالية على المدى الطويل من الحصول على الأموال مع أدواتها المالية التقليدية وهي بدون هذه الأموال ستواجه مشاكل مالية عديدة.

المحور الثاني: القوة التنافسية وشروط فعاليتها لتطوير الابتكار داخل المؤسسات

أولاً: مفهوم التنافسية ومجالاتها

1- مفهومها:

قد يصعب تحديد مفهوم دقيق للتنافسية نظرا لاختلاف وجهات النظر حول مفاهيمها، ولكننا سنحاول ذكر المفاهيم الأكثر وضوحا وهي:

التنافسية هي: "قدرة المؤسسة على المنافسة من ناحية الجودة والكفاءة الداخلية في استخدام مواردها حتى تضمن بقاء وتحقيق مردودية اقتصادية"¹.

كما تعرف على أنها: "القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو، استقرار وتوسع، ابتكار وتجديد"¹.

وتعرف أيضا على أنها: "مقدرة المؤسسة على تسليم المنتجات والخدمات بصورة مستمرة ومربحة للزبائن الذين يرغبون في شرائها مفضلها على منتجات المنافسين"¹.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بأن التنافسية هي مقدرة المؤسسة من خلال كفاءتها في تحقيق وإنتاج قيم وخدمات تمكنها من التفوق على باقي المنافسين من ناحية الجودة وهذا من وجهة نظر الزبائن، وبالتالي فهي تركز على التحسين المستمر للأوضاع الحالية بما يحقق المردودية الإيجابية.

2- مجالاتها: هناك عدة أقسام للتنافسية، وسنذكر بعض منها كما يلي:¹

2-1- حسب المنظور المتعلق بالزمن: فقد قسمت التنافسية حسب هذا النوع إلى نوعين

هما:

أ- التنافسية الملحوظة: حيث تعتمد على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه لا يجب أن تتفاعل المؤسسة بشأن هذه النتائج لكونها تنجم عن فرصة عابرة في السوق أو قد تنجم عن طريق ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية.

ب- القدرة التنافسية: وهي الكيفية التي تستطيع بها المؤسسة أن تستخدم تدابير أو إجراءات معينة تؤدي إلى تمييزها عن منافسيها وحقق لنفسها التفوق والتميز، وهكذا فإن القدرة التنافسية للمنتجات السلعية المحصلة لعوامل عديدة متداخلة ومتباينة في أنماطها وتأثيراتها.

2-2 - حسب التقسيم المتعلق بالموضوع: تنقسم إلى:

أ- تنافسية المنتج: تعتبر تنافسية المنتجات شرطا ضروريا لتنافسية المؤسسة، لكنها ليست كافية، وكثيرا ما تعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، ويعد ذلك أمرا مضللا، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع، وعليه اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.

ب- تنافسية المؤسسة: إن تنافسية المؤسسة يتم تقويمها أخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة، والأعباء الإجمالية التي نجد من بينها: النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير، المصاريف المالية، ومن جهة أخرى فإذا فاقت هذه المصاريف والنفقات هامش الربح، استمر ذلك مدة أطول، وتنتج عنه خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها، ومن ثمة فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لزيائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا كانت قد حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.

2-3 - حسب التقسيم المتعلق بالوقت: حيث سيبترى المتنافسون في تقليل الوقت أي: بين كل ابتكار وتقديم لمنتج جديد، اختزال وقت وإنتاج وتقديم المنتج، تسليم المنتجات في الوقت المتفق عليه دون تأخير... الخ.

2-4 - حسب التقسيم المتعلق بالتكلفة: حيث أن التكلفة تلعب دورا هاما كسلاح تنافسي، فلا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف، حيث أن كثيرا من المؤسسات المتميزة تنافسيا، تستهدف أن تكون الرائدة في خفض عناصر التكلفة بين منافساتها في النشاط.

ثانيا: دعائنها وأسبابها

1- دعائنها:¹

إن المؤسسات التي تريد البقاء والريادة في محيط يتميز بالتحولات وشدة المنافسة، يطلب منها أن تمتلك قدرات معينة تؤهلها لتحقيق ذلك، إن هذه الأخيرة تتمثل في مجموع الكفاءات (التنظيمية، التسييرية، والتكنولوجية،... الخ) الضرورية التي تمكنها من تحقيق أهدافها، ومنها تلبية حاجيات المستهلكين والسهر على إرضائهم، إن القيام بذلك بفعالية ونجاعة، يعكس تنافسية المؤسسة ومدى قدرتها على مقاومة المنافسة الشديدة، وفي الواقع العملي للمؤسسات، نجد أغلبها لا تتساوى في

التنافسية سواء من حيث العداد أو القوة. إن هذا التباين يدفع كل واحدة منها إلى تستغل ميزتها التنافسية في الحصول على قطاعات سوقية وأن تتموضع فيها، كما أن الحكم على تنافسية المؤسسة العامة، يتم من خلال تحليل مكوناتها وتقييمها من خلال مؤشرات متعددة، ومقارنتها بمنافسيها المباشرين.

- التنافسية المالية: ومعرفة ذلك من يتم خلال التحليل المالي لأنشطة المؤسسة ومقارنة النسب المالية المحققة بمنافسيها في نفس القطاع، ومن خلال تلك النسب تستطيع المؤسسة معرفة قدرتها المالية على مزاولة نشاطها إضافة إلى القدرات الأخرى.

- التنافسية التجارية: إن قدرة المؤسسة في المجال التجاري تمكنها من تحديد وضعيتها في القطاعات السوقية اتجاه منافسيها المباشرين، يتم ذلك من خلال عدة مؤشرات منها: وضعية المنتجات في السوق، الشهرة، التوسع الجغرافي.

- التنافسية التقنية: تتمثل في قدرة المؤسسة على التحكم في الأساليب التقنية المرتبطة في إنتاج منتجات ذات جودة عالية وبأقل تكلفة ممكنة وإن ذلك يحتم عليها مسايرة التطور التقني.

- التنافسية التنظيمية والتسييرية: يتعلق الأمر في تنظيمها لوظائفها بدرجة تسمح لها بتحقيق أهدافها بصورة فعالة، وهذا يتوقف على نوعية الأنشطة، وطبيعة التنظيم والقرارات، ودرجة الاندماج التي تتولد من خلال التجارب السابقة، والمعارف المتحصل عليها من طبيعة التكوين والتمهين. إن تحديد القدرة التنافسية الكلية للمؤسسة يتمثل في تحليل مختلف أنواع القدرات التنافسية المشار إليها أعلاه، ومقارنتها بأهم منافسيها المباشرين.

2- أسبابها: من أهم أسباب التنافسية نذكر ما يلي:¹

- سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الانترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة؛

- وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات، وتطوير أساليب بحوث السوق والشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية؛

- ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن انفتحت الأسواق أمام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات ومنظمة التجارة العالمية؛

- تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عمليات الإبداع والابتكار بفضل الاستثمارات

الضخمة في عمليات البحث والتطوير نتيجة للتحالفات بين المؤسسات الكبرى في هذا المجال؛

- مع زيادة الطاقة الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين

جدد في الصناعات كثيفة الأسواق تحول السوق إلى سوق مشتريين تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية.

ثالثا: الميزة التنافسية وشروط فعاليتها لتطوير الابتكار

يرى Porter أن الميزة التنافسية هي عبارة عن "قدرة المؤسسة على تقديم سلعة أو خدمة ذات نفقة أقل ومنتج متميز عن نظيره في الأسواق مع إمكانية الاحتفاظ بهذه القدرة"¹.

ولكي تصبح الميزة التنافسية ذات فعالية يجب أن تتوفر فيها جملة الشروط التالية:¹
- أن تكون حاسمة: وهذا يعني أن تمنح الميزة التنافسية للمؤسسة خاصية الأسبقية على المنافسين والتفوق عليهم؛

- صعوبة تقليدها: على المؤسسة تحصين كفاءاتها المتميزة باستمرار لتحافظ على تقدمها الدائم بالنظر إلى منافسيها المقلدين؛

- الاستمرارية: وهذا يعني إمكانية دوام هذه الميزة عبر الزمن، أي قدرة المؤسسة على الاستمرار في التميز.

وتضمن هذه الشروط الثلاثة بدورها صلاية الميزة التنافسية لأي مؤسسة لأن كل شرط منها مقرون بالآخر، حيث يرتبط شرط الحسم بشرط الاستمرارية وهذا الأخير مرتبط بشرط صعوبة التقليد، مما يزيد من فعالية هذه الميزة وبالتالي زيادة تدعيم المركز التنافسي للمؤسسة.

إنه من الصعب على الباحثين اكتشاف كافة تطبيقات الابتكار، خاصة إذا تعلق الأمر بالمجال الاقتصادي والاجتماعي الحالي لكثرة تغيراته وسرعة حركيته، في حين يمكن للمؤسسة من خلال قدراتها المتاحة حل المشاكل التقنية التي تواجهها، وكذا من خلال معرفتها لاحتياجات العميل ومتطلباته، وبفضل استغلالها للخبرة التكنولوجية المتراكمة لديها في رأس المال واليد العاملة المؤهلة، فإنها أكثر قدرة على إحداث الابتكارات، ولذلك فإن تطوير نظام الابتكار بشكل إيجابي داخل المؤسسة يستدعي توفر عدة عوامل أهمها:

✓ طاقات وإمكانيات مالية وتسييرية مؤهلة وكفئة على جميع المستويات، فضلا عن التجارية والتي نعني بها قنوات وشبكات توزيع جديدة؛

✓ امتلاك تجارب ومعلومات كافية عن السوق لدراسته وتحليله؛

✓ توفر معارف وخبرات تكنولوجية قادرة على إحداث بحث تطبيقي.

رابعا: خصائص البيئة التنافسية الجديدة

دخلت المؤسسات اليوم في قرن جديد، يختلف كثيرا عن ذلك الذي كان سائدا في الربع الأخير من القرن العشرين، هذا الأخير الذي أهم خصائصه ما يلي:¹

1- تزايد حدة المنافسة: هذه الأخيرة التي دفعت العديد من المؤسسات العالمية إلى التعاون من خلال التحالفات الإستراتيجية وعمليات الاندماج وهنا ظهر إلى حيز الوجود ما يسمى بالشركات العالمية وهذا ما يعني اتساع حجم الأسواق من جهة والاتجاه إلى الأسواق العالمية بدلا من الاقتصار على منافسة الأسواق المحلية من جهة أخرى.

2- ظهور المنافسة المعتمدة على عنصر الزمن: وهذا من خلال اختصار زمن دورة حياة المنتج، تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات وما يترتب عن ذلك من خلال تخفيض المساحات المخصصة للمخزون وتخفيض تكاليف الإنتاج، وكذا المساحات المخصصة لعمليات التوزيع.

3- تزايد معدلات الابتكار والتغير التكنولوجي: أدى تزايد معدلات الابتكار التكنولوجي إلى تخفيض زمن دورة حياة المنتج، ويعني ذلك ضرورة قيام المؤسسة بالإسراع من معدل تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق، إلا أن التحدي الهام في هذا المجال هو كيفية تشجيع وزيادة حماس المصممين للابتكار المستمر مع الاحتفاظ بالتغيرات الأساسية للمنتجات في حدود أقل.

4- التركيز على عمليات ونظم التصنيع الحديثة: وهذا بالاعتماد في التصنيع على التكنولوجيا المتقدمة وذلك بغرض التحول من عنصر الكفاءة كأساس للميزة التنافسية إلى عنصر الفعالية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، فالهدف من التكنولوجيا المتقدمة في التصنيع ونظم الإنتاج المرنة يكمن في المرونة وسرعة الاستجابة للتغير السريع في حجم وخصائص المنتج المطلوب، وكذا تحقيق انخفاض جوهري في تكلفة الإنتاج.

5- التركيز على مفاهيم الجودة الشاملة: فقد تحولت معايير الجودة من معايير محلية يضعها جهاز المواصفات والمقاييس المحلي بكل دولة، إلى معايير عالمية الإيزو "ISO" تضعها المنظمة العالمية للمواصفات.

6- التوجه نحو فلسفة الوقت المحدد: حيث تتيح هذه الفلسفة تحقيق قيمة مضافة للمدخلات من المواد والمكونات، كلما أمكن تخفيض عنصر الزمن، ونظريا يمكن القول بأنه لن يوجد مخزون نظرا لأن المواد الخام التي يتم الحصول عليها في حالة الحاجة إليها، كما أن المنتجات النهائية يتم بيعها فورا.

7- التركيز على وضع استراتيجيات للتنافس تحقيقا للميزة التنافسية.

المحور الثالث: آثار الابتكار المالي في ظل البيئة الجديدة

أولاً: الآثار الاقتصادية للابتكار المالي:

ربما كان "منسكي" من أوائل الذين درسوا أثر الابتكار المالي على فعالية السياسة النقدية، حيث يرى أن أدوات السياسة النقدية مثل: نسبة الاحتياطي الإلزامي أو معدل الفائدة سوف لا يجدي كثيرا على المدى المتوسط نظرا لقدرة المؤسسات المالية على ابتكار أدوات مالية تمكنها من تجاوز قيود السياسة النقدية، فعلى سبيل المثال استخدمت المؤسسات المالية إعادة الشراء

Repurchase (Agreements) لحل مشكلة الاحتياطي الإلزامي¹.

يمكن أن تؤدي الابتكارات المالية إلى ضعف أثرها الاقتصادي، وذلك للاعتبارات التالية¹:

- أدى التطور المستمر في الأدوات والآليات التمويلية إلى تراجع الدور التقليدي للبنوك، وهو قبول الودائع تحت الطلب ثم إقراضها لأجل مختلف، وكذلك تراجع الفوارق بين المؤسسات المالية المختلفة؛

- صعوبة مراقبة كل ما يحيط بالابتكار المالي وتوقع نتائجه من الناحية العملية، لأنه عملية مستمرة تضيف عنصر عدم اليقين إلى البيئة الاقتصادية التي تعمل فيها البنوك المركزية، الأمر الذي يحتم عليها الأخذ في الاعتبار التغيرات التي تحدثها الابتكارات المالية؛

- يمكن اعتبار أن الابتكار المالي من أسباب الاضطراب وعدم الاستقرار الاقتصادي، ذلك أن الأنظمة والسياسات الاقتصادية تهدف إلى ضبط التعاملات وتحقيق الاستقرار، بينما الابتكار بحسب تعريفه أصلا، هو خروج عن السائد المستقر، ومن ثم سبب لحدوث قدر من عدم الاستقرار؛

- الابتكار المالي سلاح ذو حدين: فهو نافع ومفيد عندما يحقق المصالح المشروعة، إذ يرفع من الكفاءة الاقتصادية والإنتاجية، ومن ثم يزيد من مستوى الرفاهية، وهذه الزيادة في الرفاهية تعادل ما قد يحدث من عدم استقرار بسبب طبيعة الابتكار. لكن إذ خلا الابتكار المالي من هذه الإيجابيات، وكان المقصود منه هو مجرد تجاوز الأنظمة وتخطي السياسات لزيادة الربحية، فسوف يؤدي إلى عدم استقرار الأسواق المالية دون مقابل من الرفاه الاقتصادي.

ثانيا: دور الابتكار المالي في تحقيق الميزة التنافسية:

يساهم الابتكار المالي في¹:

- ✓ تحقيق الميزات التنافسية في المجالات المالية والمصرفية بحيث تكسب المصارف الوطنية الحصة السوقية المرغوبة بين منافسيها من البنوك الأجنبية القوية؛
- ✓ تمكن من الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛
- ✓ تقديم خدمات مالية ومصرفية كاملة وجديدة؛
- ✓ خفض تكاليف التشغيل؛
- ✓ زيادة كفاءة أداء المؤسسات المالية والمصارف.

ثالثا: أهمية وقيمة الابتكارات المالية في الأسواق المالية

للابتكارات المالية أهمية وقيمة بالغة في الأسواق المالية بحيث نجد أن¹:

- 1- الابتكار وجد لإكمال أسواق هي بطبيعتها غير مكتملة: تعتبر السوق غير كاملة لأنه لا يمكن أن تكون موزعة على جميع الدول، ونتيجة لذلك تصبح الأطراف غير قادرة على نقل الأموال

بحرية عبر الزمان والمكان، ولا على إدارة المخاطر.

2- الابتكار وسيلة لمعالجة اهتمامات الأطراف ذات المصلحة ومشكلة عدم تماثل المعلومات: يحدث عدم تماثل المعلومات في سوق الأوراق المالية عندما تعتمد إدارة المؤسسات حجب معلومات معينة عن المستثمرين لاستخدامها في تحقيق عائد غير عادي من الأسهم التي يملكونها والتي قد تستخدمها الأطراف الداخلية في تحقيق عائد غير عادي قبل نشرها في التقارير المحاسبية، ونظرا لأن كافة الأطراف تتصف بالرشد الاقتصادي، فإن الأطراف الخارجية (المستثمرون) سوف تلجأ إلى أساليب دفاعية لحماية نفسها ضد مخاطر عدم تماثل المعلومات، فيفضي وجود عدم تماثل المعلومات إلى وجود الاختيار العكسي والمخاطر المعنوية (Moral Hazard) وكلاهما يتداخل مع التشغيل الكفء للأسواق المالية في تحويل الموارد التمويلية من وحدات الفائض إلى وحدات العجز المالي، مما قد يقلل من حجم الموارد التمويلية المعروضة في الأسواق المالية بطريقة مصطنعة، ويخلق عجزا زائفا في عرض تلك الموارد، ومن ثم ترتفع تكلفة التمويل بطريقة غير مبررة اقتصاديا فيضيق نطاق الأسواق المالية.

3- الابتكار موجود بحيث الأطراف تقلل تكاليف المعاملات والبحث والتسويق: إن مبادلة الأسهم (Equity Swaps) يمكن أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق عوائد للمستثمرين متعددي الجنسيات وتهدف العديد من الابتكارات العلمية في مجال تكنولوجيا نظام الدفع لخفض تكاليف المعاملات مثل: أجهزة الصراف الآلي ATM والبطاقات الذكية Smart Card حيث إن تكاليف المعاملات وتكاليف البحث والتسويق تتضمن مجموعة متنوعة من المكونات: كتكاليف تحديد المشتري والبائع، تكاليف المعلومات وتكاليف تجهيز المعاملات.

4- الابتكار هو رد على الضرائب والقوانين: إن الدوافع الرئيسية للابتكارات الناجحة على مدى السنوات العشرين الماضية سببها القوانين والضرائب وإن السعي الدائم لتعظيم العوائد بعد خصم الضرائب والتغيرات في قانون الضرائب يعتبران محفزين رئيسيين للابتكار المالي.

5- انتشار العولمة ومخاطر تحفيز الابتكار: معظم المقالات حول الابتكار المالي تحدد العولمة والتقلبات المتزايدة كدافعين للابتكار، ومع انتشار العولمة تتعرض المؤسسات، المستثمرون والحكومات لمخاطر جديدة (مخاطر أسعار الصرف أو المخاطر السياسية) والابتكارات تساعد على إدارة هذه المخاطر.

رابعا: معوقات ومتطلبات الابتكار في النظام المالي والمصرفي الجزائري

1- معوقات الابتكار في النظام المصرفي الجزائري:

بالرغم من أن الجزائر تسعى جاهدة للابتكار والعمل على تحقيقه والاستفادة منه ولكن هناك معوقات تقف عثرة دون تحقيق هذا، وتتمثل في:¹

✓ غياب ثقافة مصرفية في مجتمع لا يتعامل بالشيك المصرفي إلا قليلا؛

- ✓ ضعف الإقبال على استخدام وسائل الدفع الالكترونية؛
 - ✓ عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية؛
 - ✓ تعدد المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية؛
 - ✓ ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية.
- 2- متطلبات الابتكار في النظام المصرفي الجزائري: وتتمثل في الآتي:**¹

أ- تنويع الخدمات المصرفية؛

ب- الارتقاء بالعنصر البشري: يتطلب الارتقاء بالعنصر البشري تبني العديد من الاستراتيجيات نذكر منها:

✓ الاستعانة بالخبراء ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم البنكية؛

✓ وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج؛

✓ الرفع من مستوى كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخريجي الجامعات.

ج- تطوير التسويق المصرفي: من أهم وظائف التسويق الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر:

✓ خلق أو صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب؛

✓ تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق حاجات ورغبات العملاء ورضاهم؛

✓ العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها و تحديد والمشروعات الجيدة؛

✓ تصميم مزيج الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلاءم وحاجات وقدرات العملاء المالية وذلك

باستخدام الأساليب الحديثة سواء من حيث النوعية أو سبل تقديم الخدمة؛

✓ متابعة ومراقبة السوق المصرفي والوقوف على انطباعات العملاء حول مزيج الخدمات

المصرفية المقدمة لهم؛

✓ تدعيم وسائل الاتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل مع العملاء.

الخاتمة:

من خلال ما تقدم يتضح لنا أنه وفي ظل التنافسية والبيئة الجديدة التي يتسم بها المحيط المالي الدولي، استوجب على المؤسسات المالية والمصرفية الاعتماد على استراتيجيات فعالة تسمح بريادتها وتعزز من قدراتها التنافسية من أجل مواجهة تحديات الانفتاح الاقتصادي والعولمة. ويُعد تشجيع العمليات الابتكارية داخل المؤسسة من خلال دعم القدرات والكفاءات الابتكارية من أهم هذه الاستراتيجيات مقارنة مع تسارع وتيرة التطور التقني والتكنولوجي في العالم. وهذه الاستراتيجية تعتبر الأهم بحيث باتت أهم عامل للتنافس، ولكي تضمن المؤسسة المالية والمصرفية بقاءها واستمراريتها ضمن الأسواق الشديدة التنافس، عليها أن تعمل جاهدة من أجل زيادة وتعظيم قدر

المستطاع حصتها السوقية. بزيادة حجم مبيعاتها وأرباحها وهذا من خلال تقديم أدوات مبتكرة لها القدرة على جذب المتعاملين والعملاء وكسب وفائهم وولائهم في نفس الوقت سواء كانوا دائمين أو محتملين، من أجل ذلك قمنا باستخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات يمكن العمل بها لتحقيق هدف الدراسة وهو إبراز أهمية الابتكارات المالية للمؤسسات المالية في ظل التنافسية والبيئة الجديدة.

الاستنتاجات:

- إدارة ودعم نشاط الابتكار المالي يساعد في مواجهة حدة المنافسة في ظل البيئة الجديدة؛
- الابتكار المالي يساهم في تحقيق البقاء والتطور للمؤسسات المالية والمصرفية إذا ما تم استغلاله جيدا؛
- الابتكار المالي يحقق المصالح المشروعة، إذ يرفع من الكفاءة الاقتصادية والإنتاجية ويزيد من مستوى الرفاهية؛
- تزايد معدلات الابتكار والتغير التكنولوجي ساهما في تحقيق زمن دورة حياة المنتج، وهذا ما شجع وساهم في زيادة حماس المصممين للابتكار المستمر في ظل البيئة التنافسية؛
- بفضل استغلال الخبرات التكنولوجية واليد العاملة البشرية المؤهلة أصبحت المؤسسات المالية أكثر قدرة على إحداث ابتكارات مالية وأدوات جديدة تسمح لها بالقدرة على المنافسة.

التوصيات:

- ضرورة تخصيص موارد مالية هامة لتكوين وتطوير اليد العاملة المؤهلة لخلق أدوات مالية مبتكرة لها القدرة على ضمان تميز المؤسسة المالية والمصرفية وجعلها رائدة في ظل التنافسية الجديدة؛
- ضرورة امتلاك معارف ومعلومات كافية عن السوق ومختلف خصائصه من أجل تلبية رغبات المتعاملين وجذبهم من خلال أدوات ومنتجات مبتكرة ومتميزة؛
- ضرورة وضع المؤسسات المالية والمصرفية لاستراتيجيات شاملة حديثة ومدروسة للتأهيل في كل الجوانب (الابتكارية، الاستثمارية، التسويقية، الإدارية،... الخ)؛
- التحكم أكثر في مجال الابتكار من خلال التحسين المستمر والتطوير والدراسة والمتابعة لتمكين المؤسسة من الحصول على مزايا تنافسية تدعم حصتها السوقية أو على الأقل المحافظة عليها في ظل البيئة الجديدة.

الهوامش والمراجع:

Lars Norden, Consuelo Silva Buston and Wolf Wagner, **Financial innovation**¹
and bank behavior: Evidence from credit markets, Journal of

130:EconomicDynamics&Control,43,2014,pp

¹ شقيري نوري موسى، "إدارة المشتقات المالية - الهندسة المالية"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 70-71.

¹ نفس المرجع، ص: 72-73.

¹ سمير عبد الحميد رضوان حسن، "المشتقات المالية ودورها في إدارة المخاطر ودور الهندسة المالية في صناعة أدواتها"، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، مصر، 2005، ص: 82.

¹ سمية بروبي، "دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة - دراسة حالة مؤسسة المشروعات الغازية مامي"، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف - الجزائر، 2010-2011، ص: 106.

¹ إيمان عبد الرضا محمد، "اثر الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف - دراسة تطبيقية في المصارف الأهلية العراقية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 19، العدد 73، ص: 269-270.

¹ سمية بروبي، مرجع سبق ذكره، ص: 109.

¹ سمير عبد الحميد رضوان حسن، مرجع سبق ذكره، ص: 77-78.

¹ موسى بن منصور، "الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة والتقليد"، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية، 5-6 ماي 2014، ص: 6-7.

¹ زهراء صالح الخياط، "دور التحرر المالي في تعزيز الإبداع المالي - دراسة تحليلية نظرية"، بحوث مستقبلية، كلية الحداثة الجامعة، العدد (29-30)، 2010، ص: 47-48.

¹ صلاح الدين محمد أمين، "الإبداع المالي في الأسواق المالية: البنك الضامن أنموذجاً إطار معرفي وصفي"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، عدد خاص بمؤتمر الكلية، 2013، ص: 214-215.

¹² كمال رزيق، عمار بوزعرور، "التنافسية الصناعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، 22 ماي 2002، جامعة البليدة - الجزائر، ص: 02.

¹ محمد معارف وآخرون، "دور الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الوطني حول استراتيجيات التدريب في ظل إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، 10-11 نوفمبر 2009، جامعة سعيدة - الجزائر، ص: 06.

¹ عبد الرزاق حميدي، "الإبداع كمدخل لتطوير تنافسية المؤسسة الاقتصادية - مع الإشارة لحالة الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 35/34، جامعة بسكرة - الجزائر، 2014، ص: 281.

¹ عيسى خليفي، سميرة فرحات، "الإبداع التكنولوجي كأداة للمساهمة في تحقيق القوة التنافسية للمؤسسة الصناعية - دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الأدوية الجزائرية"، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد 02، 2011، ص: 152، 153.

¹ بغداد كريالي، "تنافسية المؤسسات الوطنية في ظل التحولات الاقتصادية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران - الجزائر، 2005، ص: 11-13.

- ¹ عبد الرزاق حميدي، "الإبداع كمدخل لتطوير تنافسية المؤسسة الاقتصادية - مع الإشارة لحالة الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص: 282.
- ¹ الطيب داودي، مراد محبوب، "تعزيز تنافسية المؤسسة من خلال تحقيق النجاح الاستراتيجي"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 12، نوفمبر 2007، ص: 41.
- ¹ عبد الوهاب بركة، زينب بن تركي، "مساهمة الإبداع التكنولوجي في تدعيم المركز التنافسي للمنظمة"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الدولي حول الإبداع والتغير التنظيمي في المنظمات الحديثة، 12 - 13 ماي 2010، جامعة البليدة - الجزائر، ص: 8 - 9 [يتصرف].
- ¹ سمية بروني، "دور الإبداع والابتكارات في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة - دراسة حالة مؤسسة المشروعات الغازية مامي"، مرجع سبق ذكره، ص: 152 - 154.
- ¹ سمير عبد الحميد رضوان حسن، "المشتقات المالية ودورها في إدارة المخاطر ودور الهندسة المالية في صناعة أدواتها"، مرجع سبق ذكره، ص: 88.
- ¹ صالح صالحي، عبد الحليم غربي، "كفاءة صيغ وأساليب التمويل الإسلامي في احتواء الأزمات والتقلبات الدورية"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، 20 - 21 أكتوبر 2009، جامعة سطيف - الجزائر، ص: 05.
- ¹ سفيان نقماري، "الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك"، ورقة عمل مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول: اقتصاديات المعرفة و الإبداع، جامعة سعد دحلب، البليدة، 17 - 18 أبريل 2013، ص: 14.
- ¹ شقيري نوري موسى، "إدارة المشتقات المالية - الهندسة المالية"، مرجع سبق ذكره، ص: 75 - 76.
- ¹ سفيان نقماري، مرجع سبق ذكره، ص: 15.
- ¹ نفس المرجع، ص: 15 - 16.