

## الوعي المصرفي وتأثيره في تحقيق الصيرفة المستدامة

### دراسة استطلاعية تحليلية لأراء عينة من العاملين في المصارف الخاصة في محافظة كربلاء

#### المقدمة

#### Banking awareness and its impact on achieving sustainable banking

فاطمة عباس أحمد

أ.م.د. عادل عباس عبد الحسين الجنابي

الباحث

جامعة كربلاء /كلية الادارة والاقتصاد

#### الملخص

تهدف الدراسة الى دراسة موضوع الوعي المصرفي وتأثيره في تحقيق الصيرفة المستدامة فالوعي المصرفي هو استكشاف كيفية انشاء الزبائن معرفة حول المنتجات والخدمات ومدى النقص في المعلومات والخدمات اما الصيرفة المستدامة تعني المسؤولية الاجتماعية التي عرفها البنك الدولي بوصفها مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالإسهام في التنمية المستدامة.

استخدمت استمارة الاستبانة لقياس متغيرات الدراسة، وتتكون عينة الدراسة من ( 60 ) عاملاً من مجتمع قدره (120). واستندت الدراسة على ثلاثة فرضيات أهمها هي لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة. ولقد استخدم الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي جرى الاستعانة ببعض الوسائل الإحصائية كان أهمها التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ، واستخدام اختبار (t) ، واستخدام معادلات الانحدار وقيم (R تربيع) وقيمة (F). وجمعت بيانات البحث بواسطة الاستبانة وتم تحليلها رياضياً باستخدام معاملات الإحصاء المعلمي ونفذ باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS.V.21)وتوصل الباحث إلى مجموعة من الاستنتاجات كان أهمها: - هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة. وقد أوصى الباحث بضرورة الاهتمام برضا الزبائن عن طريق الوعي المصرفي وكذلك الاهتمام بتطبيق أنشطة الصيرفة المستدامة.

#### Abstract

The aim of the study is to study the issue of banking awareness and its impact on achieving sustainable banking. Banking awareness is to explore how customers can create knowledge about products and services and the lack of information and services. Sustainable banking means the social responsibility that the World Bank has defined as the

concept of corporate social responsibility as the commitment of business owners to contribute In sustainable development.

The questionnaire was used to measure the study variables. The study sample consisted of (60) workers from a society of 120. The study was based on three hypotheses, the most important of which is that there is no significant effect between banking awareness and sustainable banking. The descriptive statistics and the analytical statistics were used. Some statistical methods were used, the most important of which were frequencies, percentages, weighted arithmetic, and standard deviations. The choice of t was used, regression equations, R values and F values were used. The research data were collected by means of the questionnaire and were analyzed mathematically by using the statistical statistics coefficients and were implemented using the statistical program (SPSS.V.21). The researcher reached a number of conclusions, the most important of which was: – There is a statistically significant relationship between banking awareness and sustainable banking. The researcher recommended the need to pay attention to customer satisfaction through banking awareness as well as interest in the implementation of sustainable banking activities.

#### المقدمة

كانت وما زالت العلاقة التي تربط الزبائن بالمصرف تشغل بال الكثير من العاملين في مجال الصيرفة ولا شك أن مسوقي العمل المصرفي يحاولون باستمرار جذب الزبائن لتحقيق المكاسب التي أنشئ من أجلها، ولذلك لا يدخرون جهداً في سبيل تدليل أية عقبات في طريق العلاقة بين المصرف وبين الزبائن مهما كانت نوعية العلاقة. إن اعتياد الزبائن والقطاعات الاقتصادية على إيداع أرصدهم النقدية في المصارف واعتمادهم على الشيكات المصرفية في معاملاتهم الاقتصادية، ويربط الطلب على الودائع المصرفية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي، والعكس يؤدي إلى الاكتناز. وقد بدأت المصارف في السنوات الأخيرة الاهتمام في موضوع الصيرفة المستدامة فقد نضج خلال تلك السنوات توجه نحو الصيرفة المستدامة وتعد عصب الحياة الاقتصادية في اي بلد وتأثيرها المهم في تمويل مشاريع التنمية المستدامة في اقتصاديات الدول في مشاريع البيئة والطاقة والمياه ومكافحة الفقر وغيرها. ويواجه العالم المتقدم والنامي على حد سواء تحديات بيئية تنعكس بآثارها على التنمية المستدامة مما يتطلب وضع سياسات بيئية سليمة للموائمة بين البيئة وفلسفة التنمية المستدامة واهدافها ومساها اذ تشكل المشاريع البيئية مدخلا مهماً من مداخل النمو الاقتصادي كونها لها تأثير مهماً في ضمان استدامة التنمية المستدامة. وتهدف الصيرفة المستدامة في تعزيز الترابط بين الاقتصاد من جهة والبيئة من جهة أخرى وذلك باعتماد سياسات اقتصادية مالية فاعلة للحفاظ على البيئة عن طريق الوعي المصرفي. واعتمد الباحث في

منهجه على أسلوب الدراسة التحليلية لآراء عينة من العاملين في المصارف الخاصة. وقد استخدم الباحث في الجانب العملي بعض الأساليب الإحصائية عن طريق تطبيق البرنامج الاحصائي الجاهز SPSS v.21 .

### المبحث الاول / منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

#### المطلب الأول / منهجية البحث

##### أولاً: . مشكلة البحث

لقد أدى أهمل الاعتبارات البيئية وتنفيذ خطط وبرامج التنمية الاقتصادية في العراق الى الاخلال بالمنظمات البيئية وعدم الاهتمام بالصيرفة المستدامة مما انعكس ذلك على الخطط وتنفيذها مخلفاً بيئة غير متوازنة. ويمكن توصيف مشكلة البحث عن طريق الإجابة عن التساؤلات الآتية: -

- أ- ما مستوى ارتباط الوعي المصرفي في الصيرفة المستدامة في المصارف عينة البحث؟
- ب- ما مستوى تأثير الوعي المصرفي في الصيرفة المستدامة في المصارف عينة البحث؟
- ت- هل ان المصارف تطبق أنشطة الصيرفة المستدامة عن طريق نشر الوعي المصرفي؟

##### ثانياً: . أهمية البحث

الوعي المصرفي من المواضيع التي لم تأخذ نصيبها من البحث، وإن هذا البحث بالرغم ماله من تأثير كبير في تحسين حياة زبائن الجهاز المصرفي عن طريق توجيههم للاستفادة من الخدمات المصرفية المتنوعة لذلك يسعى هذا البحث الى نشر الوعي المصرفي وتأثيره لتطبيق أنشطة الصيرفة المستدامة ويستمد البحث أهميته تتقدمها: -

- أ- تحليل مكونات الوعي المصرفي عن طريق تحقيق الصيرفة المستدامة في المصارف.
- ب- تركيز البحث على أحد الموضوعات الحديثة والذي لديه ابعاد استراتيجية الا وهو موضوع الصيرفة المستدامة الذي يعد من التوجهات السائدة لدى العديد من المصارف.

##### ثالثاً: . أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الآتي:

(استطلاع وتحليل آراء عينة من العاملين في المصارف الخاصة في محافظة كربلاء المقدسة حول مدى توجهها نحو تطبيق أنشطة ووظائف وادوار الصيرفة المستدامة عن طريق نشر الوعي المصرفي)

##### رابعاً: . فرضية البحث

استند البحث على الفرضيات الرئيسية الآتية:

1- لا توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة.

2- لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة.

#### خامساً: مجتمع وعينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة في المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية وكانت عينة الدراسة العاملون في المصارف الخاصة.

#### المبحث الأول/المطلب الثاني :- بعض الدراسات السابقة

تهدف بعض الدراسات السابقة التي تساعد في بلورة الإطار النظري ووضع المعالم الأساسية للجانب التطبيقي للموضوع البحث، وقد رعت لعدد من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة وتعد هذه الدراسات ذات أهمية كبيرة لكونها وفرت للباحث معلومات مهمة وقيمة عن متغيرات البحث وإلى ماذا توصلت الدراسات السابقة ومن ثم تمكنها من الانطلاق من إذ ما انتهت منه، ولذلك فقد جرت العادة على قيام الباحثين باستعراض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع دراستهم، وقد قسمت هذه الدراسات على النحو الآتي:

#### أولاً: - الدراسات الاجنبية

1- دراسة (Santamarian&Raluca, 2014)	
Path ways to sustainable banking management	عنوان الدراسة
مسارات تمهيدية للإدارة المصرفية المستدامة	
استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسية للدراسة في مصرف امريكا.	عينة الدراسة
تهدف هذه الدراسة الى تحديد أهم الصعوبات المستقبلية التي تواجه تحقيق التنمية المستدامة والتي تمثل عنصراً أساسياً لنمو اقتصادات الاسواق الصاعدة عن طريق تطبيق الصيرفة المستدامة .	هدف الدراسة

<p>توصلت الدراسة الى النتائج الاتية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ التوجه العالمي نحو تحقيق التنمية المستدامة عن طريق القطاع المالي الذي يمثل عصب الحياة الاقتصادية.</li> <li>❖ زيادة اهتمام القطاع المصرفي بالصيرفة المستدامة وأصبح من اهم الاهداف التي تسعى لتحقيقها.</li> <li>❖ توجيه البنك الدولي الى اهمية الآثار البيئية للاستثمارات وارتباطها بقرارات التمويل.</li> <li>❖ اكدت الدراسة اهمية تنفيذ الادارة لمبادئ الصيرفة المستدامة للمصرف الامريكي.</li> </ul>	استنتاجات الدراسة
استخدمت الدراسة في دعم الجانب النظري والتطبيقي للدراسة.	الإفادة من الدراسة

<b>2- دراسة ( Stan &amp; Simon &amp; Paolo : 2014 )</b>	
Building a Sustainable Bank: The Case of GT Bank of Nigeria	عنوان الدراسة
بناء المصرف المستدام دراسة حالة مصرف GT النيجيري	
كانت استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسة للدراسة في المصرف النيجيري.	عينة الدراسة
هدف هذه الدراسة هو تحديد الخيارات التي ساعدت المصرف للخروج وبنجاح من عدة مخاطر بيئية وأثرها في المؤسسات المالية النيجيرية في محاولة لتحقيق التوازن بين الاستدامة والربحية.	هدف الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج الاتية: ان نجاح الصيرفة المستدامة في المصرف النيجيري تحققت بالعوامل الاتية (القيادة الفعالة، التركيز على المجتمع بدلاً من الربحية، اعتماد استراتيجية بسيطة ومركزة، ثقافة الصيرفة المستدامة، التصدي الفعال للبيئة الخارجية، استثمار التكنولوجيا لتسريع الاعمال)	استنتاجات الدراسة
استخدمت الدراسة في دعم الجانب النظري والتطبيقي للدراسة.	الإفادة من الدراسة

## ثانياً: - الدراسات العربية

<b>1- (حده، 2010)</b>	
استراتيجيات المؤسسات المالية في تمويل المشاريع البيئية من أجل تحقيق التنمية المستدامة	عنوان الدراسة
دراسة حالة الجزائر	
اشتملت عينة البحث على البيانات الخاصة بالمؤسسات المالية الدولية والمحلية التي أسهمت في تمويل المشاريع الخضراء في الجزائر	عينة الدراسة

هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير المؤسسات المالية في تمويل المشاريع البيئية وتحقيق التنمية المستدامة، عن طريق التعرف على استراتيجيات بعض المؤسسات المالية الدولية في تمويلها لهذه المشاريع وهو ما يعرف بـ " التمويل الأخضر".
استنتاجات الدراسة	توصلت الدراسة الى مدى أهمية التمويل البيئي كعنصر أساسي وفعال من أجل إنشاء استثمارات خضراء تراعي البعد البيئي كركيزة أساسية لقيامها بغية تحقيق تنمية مستدامة، وتوصلت الدراسة الى ان هناك نقصاً كبيراً في إسهام المؤسسات المالية الجزائرية في تمويل المشاريع البيئية، اذ كان الإسهام الأكبر للمؤسسات المالية الدولية.
الإفادة من الدراسة	استخدمت الدراسة في دعم الجانب النظري والتطبيقي للدراسة.

بعد الاطلاع على الدراسات والبحوث الاجنبية والعربية السابقة فيما يخص الوعي المصرفي في تحقيق الصيرفة المستدامة، فالدراسات والبحوث الخاصة بالصيرفة المستدامة ركزت على بيان اهتم الباحثون بموضوع الصيرفة المستدامة كونه من الموضوعات الحديثة التي تحظى باهتمام المجتمع، و حاولوا تسليط الضوء على المزايا و الايجابيات التي تحققها الصيرفة المستدامة للمصارف و الزبائن على حد سواء و التي من أبرزها تقليل المخاطر البيئية واثرا في منح الائتمان والاثار الايجابية للمشاريع الخضراء على المدى الطويل ولكنهم اهلوا الجوانب السلبية المتمثلة بالكلف العالية مقارنة بالمشاريع التجارية، اما فيما يخص الوعي المصرفي فقد اشارت الدراسات السابقة الى التأثير الإيجابي الذي حققه في زيادة جودة الخدمة وزياده رضا الزبائن، اما هذا البحث فانه يشير الى التعرف على الوعي المصرفي بكافه جوانبه بالإضافة الى التعرف على انواعه وامكانيه تطبيقه في الجهاز المصرفي العراقي والتعرف على التأثير الذي سيحققه في الصيرفة المستدامة.

### المبحث الثاني/ الإطار النظري للبحث

#### أولاً :- مفهوم وأهمية الوعي المصرفي

يعرف المصرف على انه "مؤسسة تقبل الودائع من جهة وتقديمها كقروض أو استثمارها في مجالات استثمار اخرى من جهة ثانية"(سعيد، 2013: 11). ويمكن النظر الى مفهوم المصرف على انه "مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول الودائع ودفعها عند الطلب أو لأجل محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشاريع، وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقاً للأوضاع التي يقرها البنك المركزي" (الصيرفي، 2016: 13-14) وان من مميزات المصرف الاساسية هي حفظ الأموال من المخاطر المحتملة ولأن عملية الاحتفاظ ستؤدي الى انخفاض وتناقص قيمة الاموال المحفوظة وغير المستعملة ومن هنا تولدت فكرة استخدامها وايداعها في منتجات ادخارية واستثمارية تعود عليها بالربح وتحفظ رأس المال الاساسي وفي الوقت نفسه الاسهام في توفير مصادر تمويل تنفيذ المشاريع سواء للأفراد او الشركات اذ ان تمويل المشاريع يعد العقبة الأكثر

تمركزاً في اي مجتمع وفي أي كيان اقتصادي (حلو، 2018: 75). وللوصول الى تحقيق كل ما ذكر سابقاً لابد للمصارف من الإهتمام بنوعية العلاقة مع الزبائن والتميز بالخدمات التي تقدمها وتلبية احتياجات الزبائن وتوفير خدمات مبتكرة لنجاح الصناعة المصرفية. أن وعي الزبائن يؤثر في سلوكهم لذلك لابد من قياس وعي الزبائن وما هي جوانب تقييمهم للمصارف التي يتعاملون معها (Bashir,2013:39).

وبهذا المنطلق ومن مراجعة الادبيات والكتاب والباحثين يمكن أن نوضح الوعي على انه "حاله ذهنية تتمثل في إدراك الانسان للواقع على نحو عقلي أو وجداني يساعده على التصرف بطريقة صحيحة" (الحداد، 2013: 27). والوعي بالمعنى الشمولي يتخذ مستويين الأول فردي وذلك عن طريق علاقة الفرد بعالمه المادي، والثاني جماعي أو انساني اذ ان وعي الفرد مرتبط بدرجة الوعي التي وصل اليها المجتمع، فالفرد يتلقى من مجتمعه كل ما يستطيع استيعابه من مكتسبات الوعي التي ينتجها له الواقع الاجتماعي ووضعه الطبقي، فهو يتعلم طرائق التفكير، ويتعلم المعارف والاطفاء والاهام والتصورات وغيرها، وذلك عن طريق علاقات محددة تسهم في تحديد اختياراته (الجندي، 1983: 97-99).

ومن هنا يبرز مفهوم الوعي المصرفي انه "اعتیاد الافراد والقطاعات الاقتصادية على ايداع ارصدهم النقدية في المصارف واعتمادهم على الشيكات المصرفية في معاملاتهم الاقتصادية ويرتبط الطلب على الودائع المصرفية بصورة ايجابية مع انتشار الوعي المصرفي، والعكس يؤدي الى الاكتناز" (عبد اللطيف، 2006: 77). فالبيئة الثقافية والاجتماعية للزبائن طالبي الخدمة المصرفية تشكل مواقفهم نحو هذا النوع من الخدمات من البيئة التي يعيشون فيها فالبيئة الثقافية هي المحرك الرئيسي لهم فضلاً عن قيام المصرف بتأثير المرشد لتعريف زبائنه بتطور وتنوع خدماته المصرفية واشعارهم بأهمية ذلك في تحقيق المنافع المادية لهم لخفض التكاليف في الحصول على هذه الخدمات (نجم، 2009: 11). أي كيفية علم الزبائن الحاليين والمحتملين نحو المنتج او الخدمة ولديهم المعرفة حول توفر وسهولة الحصول على منتج او خدمة المنظمة (Malik et al, 2013:168) فالوعي المصرفي هو "مدى فهم جمهور المتعاملين ومقدمي الخدمات المصرفية وادراكهم لأهمية تقديم الخدمات المصرفية وفق معايير الجودة المتعارف عليها" (محمد، 2017: 45). أن أهمية الوعي المصرفي ناتجة عن مواجهة الصناعة المصرفية في السنوات الاخيرة ضغوطاً تنافسية مثل التكامل وعولمة الاسواق المالية واستخدام التجارة الالكترونية لتقديم الخدمات وخلق منتجات جديدة وقد استجابت المصارف في مختلف المناطق لهذه التطورات الاخيرة وتشمل التحديات كيفية المحافظة على الزبائن وتلبية احتياجاتهم إذ لابد من تحديد الابعاد التي تميز المصرف عن غيره من المصارف وأحد العوامل المهمة هي جودة الخدمة إذ تؤثر بصورة مباشرة على ادراك الزبائن للمصرف وولائهم له وتتفق وجهة النظر هذه مع ما تصبو اليه الدراسة في تحديد العلاقة بين الوعي المصرفي وجودة الخدمة المصرفية (حلو، 2018: 75).

#### • قياس الوعي المصرفي

في عالم تتوالى فيه تحسين الخدمة المصرفية والمالية، فان الجودة هي ثمن الدخول إلى السوق في حين أن التميز في الخدمة هي ثمن النجاح. فالسوق المعاصرة تتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم للزبائن وبمستوى متميز، ويتزايد اندفاع المصارف المعاصرة نحو تقديم الخدمات وتطويرها باستمرار مستفيدة من التقدم الكبير الذي تحقق في تقانة

الاتصالات والمعلومات، لذا يجب التخلص من الأعمال الروتينية التي تستغرق وقتاً ليس بالقليل على الزبون في حصوله على الخدمة المصرفية (البكري، 2001، 31) كما يجب تطوير الخدمات المصرفية بما يتناسب مع قوى التغيير في الصناعة المصرفية لكي نصل إلى النقاثة المصرفية الحديثة التي تتميز بخفض تكاليف الخدمات وتقديم خدمات مصرفية مبتكرة وتوفير عروض تنافسية وصولاً إلى تحقيق الميزة التنافسية. إذ إن الشركات بحاجة إلى توفير عدد من الحلول النقاثة والتسويقية والخدمية التي تتميز بالقدرة على تشخيص الزبائن وتقديم الخدمات لهم وتحقيق أعلى مستويات الرضا لديهم (مركز البحوث المالية والمصرفية، 1994، 38).

وتسعى إدارة المصرف الكفوءة الى تحسين جودة خدماته حتى تصل الى رضا الزبائن وولائهم الذي يمثل المحور الأساسي وعنصراً ترويجياً مهماً يدعم سمعة المصرف ويؤدي الى تكرار عملية الشراء (Caraman, 1990: 33). إن من اهتمامات ادارة المصارف هو الاحتفاظ بالزبون الذي يحقق لها مورد دخل في المستقبل وعند فقدانه تخسر ذلك المورد وتسعى الى بذل المجهود لمعرفة أسباب فقدانه لتتقاضي ذلك مع بقية الزبائن (Kotler, 2000: 216). إن تطور نشاطات المصارف خلال السنوات الأخيرة كان بفضل التقدم العلمي والتقني السريع الذي يشهده العالم اليوم، إذ أخذت المصارف تعمل بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن (فرحان ، 2003 : 44). وان السبب في ذلك هو لاجتذاب أكبر عدد ممكن من الزبائن ، ومهما كان حجم ذلك التنوع والتعدد في الخدمات ، إلا أن مفهوم الخدمة المصرفية قد لا يختلف كثيراً عن المفهوم العام للخدمة . إن الأسلوب الذي يتعامل به موظفو المنظمة مع الزبائن، يُعد الأساس الذي تستند إليه كثير من منظمات الأعمال الناجحة، وهذا بتأثيره يتطلب الفهم والإدراك الكاملين لطبيعة وديناميكية السلوك الإنساني وخصوصاً الأنماط الشخصية للزبائن، من العادات والتقاليد والقيم والحاجات والاتجاهات (معلا ، 2000 : 308 – 312) ان التأثير الايجابي لحملة وعي الزبائن يتم قياسه لمعرفة مستوى تأثير خطط الاتصالات لزيادة الوعي ومعرفة مدى قوة او انخفاض مستوى الوعي اتجاه خدمات المصرف لتقييم صورة المصرف والاسهام في رفع وعي الزبائن (حلو، 2018، 76).

#### ثانياً:- الصيرفة المستدامة

تعد الصيرفة المستدامة من المواضيع المصرفية المهمة التي حظيت باهتمام كبير في المصارف على الصعيد العالمي في السنوات الاخيرة، فقد تبين توجه المصارف خلال السنوات الاخيرة نحو الصيرفة المستدامة بعدها من اهم المؤشرات في التنمية المستدامة بطريقة ايجابية عن طريق المنتجات والخدمات المصرفية.

#### • مفهوم وأهمية الصيرفة المستدامة

مصطلح التنمية من المصطلحات التي يكتنفها الغموض وقد لوحظ ان هذا المصطلح يحمل معاني عديدة، وقد استخدم هذا المصطلح لأول مرة استخداماً اقتصادياً صرفاً. فالتنمية المستدامة قصد بها على وجه الدقة نمو الاعمال وازدهارها بشكل متواصل، ثم تطور المصطلح ببطء ليعني المحافظة على البيئة والنمو الاقتصادي معاً، ولكن الجميع احتفظوا بتعريفاتهم الخاصة له. وقد خطت الحركة البيئية خطوة هامة حينما قدمت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية تقريرها النهائي الذي يحمل عنوان " مستقبلنا المشترك" في عام 1987 الى الجمعية العامة للأمم المتحدة تضمن تعريفاً للتنمية المستدامة، أصبح بعد ذلك بمثابة نقطة البداية العامة لاتفاق العالم اجمع على مفهوم هذا المصطلح (موشيت ، 2000

(87-88). فقد اصبح مصطلح التنمية المستدامة يتداول في مختلف الاوساط الاقتصادية والاجتماعية والسياسية إلا أنه يلاحظ أنّ اعتماده وتطبيقه يختلف من وسط الى آخر، إذ إنّ لكل واحد من هذه الاوساط معايير تحليل خاص به اذ يحل كل وسط المفهوم والمبدأ وفق ما يسمح له بالإجابة عن الاسئلة الخاصة به، كما إنّ مصطلح التنمية المستدامة يأخذ مفاهيم مختلفة حسب الوسط الذي يستعمله(عطية، 2003: 11).

فالتنمية المستدامة هي تنمية المجتمع، وتنمية الصناعة، وتنمية الزراعة، فيأتي أحد تعاريف التنمية المستدامة بأنه هو الاستعمال المثالي الفعال لجميع المصادر البيئية، والحياة الاجتماعية، والاقتصاد للمستقبل البعيد، مع التركيز على حياة أفضل اذات قيمة عالية لكل فرد من افراد المجتمع في الحاضر والمستقبل (أبو زنت و غنيم، 2009: 25). ويقصد بها بانها ذلك النشاط الاقتصادي الذي يؤدي إلى رفع الرفاهية الاجتماعية مع اكبر قدر من الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة وبأقل قدر ممكن من الاضرار والاساءة إلى البيئة (pearce&barbier&markandya,2010:2). كما عرف Chapple بأنه "اقتصاد الطاقة النظيفة، الذي يتكون من اربع قطاعات اساسية وهي الطاقة المتجددة، المباني الخضراء وكفاءة الطاقة التكنولوجية، البنية التحتية كفاءة في استخدام الطاقة والنقل، واعادة تدوير وتحويل النفايات الى طاقة. وان الاقتصاد الأخضر لا يقتصر فقط على قدرة على انتاج الطاقات النظيفة ولكن ايضاً التقنيات التي تسمح عمليات الانتاج الأنظف، وكذلك السوق المتزايدة على المنتجات التي تستهلك طاقة اقل ومن ثم قد تشمل المنتجات، والعمليات، والخدمات التي تقلل من الاثار البيئية او تحسين استخدام الموارد الطبيعية"(الحبيب ونصرة، 2014: 92).

ان مصطلح و مفهوم الاقتصاد الأخضر لا يحل أو يعوض مصطلح ومفهوم التنمية المستدامة، بل يثبت أن تحقيق التنمية المستدامة لن يتحقق إلا باعتماد وتطبيق فكرة الاقتصاد الأخضر في ظل الاذى الذي لحق بالبيئة حل على البيئة نتيجة لعقود التنمية المستدامة التي بنيت على اهمال البيئة فالاقتصاد الأخضر يهدف الى تعزيز الترابط بين الاقتصاد من جهة والتنمية المستدامة والبيئة من الجهة الاخرى وذلك عن طريق الاعتماد على سياسات اقتصادية فاعلة للحفاظ على البيئة والحد من التدهور نتيجة للتغيرات المناخية (وهيبة و سمير، 2016: 439)

اما المصرف المستدام فهو مصرف مشابه بعمله للمصرف العادي لكنه يراعي العوامل الاجتماعية والبيئية ويشجع الممارسات التي تحد من انبعاث الكربون(Weber, 2011:15). في حين يُعرف التمويل المستدام بأنه" ممارسة خلق القيمة الاقتصادية والاجتماعية عن طريق خدمات ومنتجات الاسواق المالية التي تكون مستدامة على مر الزمن(Norton,2005:55) وعرف Strandberg التمويل المستدام ايضا بأنه (توفير المنتجات والخدمات المالية التي تعزز الرفاه الاقتصادي ولا تضر البيئة والمجتمع)(strandberg,2005:5).

اما الصيرفة المستدامة فيقصد بها "المسؤولية الاجتماعية التي عرفها البنك الدولي بوصفها مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات على أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، عن طريق العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع كله لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد" ( القاضي، 2010: 7) و يشار الى الصيرفة المستدامة بانها الصيرفة المستدامة الأخلاقية أو الاجتماعية وتعد هذه المصارف تستجيب بشكل اعلى من المصارف التقليدية لاحتياجات كلا من المدخرين والمستثمرين التي استبعدهم

النظام المصرفي التقليدي، مما يشكل اتجاهًا اجتماعيًا لتحديد مستوى مدخراتهم. وهي تهدف إلى إحداث تأثير اجتماعي أو بيئي إيجابي في عملية جمع واستخدام رأس المال عن طريق الاستثمار في البيئية، والطاقة الخضراء المتجددة، الاقتصاد الاجتماعي، بما في ذلك المؤسسات الاجتماعية (Mikołajczak, 2017: 288). إن الخدمات المصرفية المستدامة بمثابة عملية لاستخدام المنتجات والخدمات المالية لايجاد بيئة مصرفية ناجحة. لقد قيل إن هذا المدخل يعمل في عدد قليل جداً من المصارف، على الرغم من إصرار الزبائن على استخدامات أكثر استدامة. بالرغم من الزيادة في العلاقة بين الزبائن والمصارف، مما جعل ولاء الزبائن أولوية كبرى من قبل إدارة معظم المصارف (Igbudu et al., 2018: 2)

وتكمن اهمية الخدمات المصرفية المستدامة بتحقيق النمو للمصارف والاقتصاد عن طريق تجنب المخاطر التالية في القطاع المصرفي والتي تتمثل بما يأتي (sahoo, 2008: 4-5):--

- مخاطر الائتمان: هي احتمالية تدهور بعض موجودات المؤسسات المالية، وخاصة قروضها، أو ربما تصبح عديمة الفائدة (Rose et al, 2008: 182) ويقصد بها عدم القدرة على السداد من قبل الطرف الاخر لقاء التسهيلات المقدمة وهذه التسهيلات عادة ما تكون القروض والسلف يكون المقرض قد اخذ القرض ومن ثم تخلف عن سداده، أو احتمال أن بعضاً من الموجودات المصرفية، وخاصة القروض ستخضع قيمتها وربما تصبح عديمة القيمة لأن المصارف تمتلك نسبة قليلة من رأسمال الممتلك الى القيمة الاجمالية لموجوداتها وهي لا تمثل سوى نسبة قليلة من اجمالي القروض والذي يدفع المصرف الى حافة الفشل (Tsorhe et al, 2011:6).
- المخاطر القانونية: ويمكن ان تحدث بأشكال مختلفة اذ تتعرض المصارف للمخاطر القانونية عند عدم تطبيقها للتشريعات البيئية ذات الصلة وبالتحديد مسؤولية المقرض لتكاليف التنظيف او المطالبات بالتعويض عن الاضرار ويساعد المصرف للحد من المخاطر والتكاليف البيئية لتعزيز صورته والاستفادة من الدخل المتحقق (sahoo, 2008:6).
- مخاطر السمعة: نظراً لتزايد الوعي عن اهمية المحافظة على البيئة . تعد المؤسسات المالية اكثر عرضة لفقدان سمعتها اذا كانوا مشتركين في المشاريع الكبيرة الضارة اجتماعياً وبيئياً، إذ أن سلامة نظام الادارة البيئية يؤدي الى تحقيق وفرة بالتكلفة وزيادة في قيمة السندات وانخفاض المخاطرة وزيادة في الارباح التشغيلية. (sahoo, 2008:6)

## المبحث الثالث:- الجانب العملي تحليل استمارة الاستبانة

يشير الجدول (1) الى عدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة، اذ كانت عدد الاستمارات الموزعة (70) استمارة والعدد المسترجع (60)، وهذا يعني أن نسب الاسترجاع كانت (85%) وقد شملت عينة البحث عدداً من مدراء المصارف ومدراء الأقسام

جدول (1) عدد الاستمارات الموزعة والمسترجعة

مجتمع الدراسة	حجم العينة	الموزع	المسترجع	نسبة الاسترجاع
مجموعة من المصارف الخاصة	70	70	60	%85

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان

## • وصف وتحليل عينة البحث

حددت عينة البحث بشكل انتقائي فقد شملت مدراء المصارف العراقية الخاصة ومدراء الأقسام فيها كونهم يمثلون السلطة العليا في اتخاذ القرار وفيما يأتي توضيح لخصائص عينة البحث.

## 1- وصف عينة البحث بحسب النوع الاجتماعي:

أوضحت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (2) ان نسبة الذكور في العينة بلغت (70%) مقابل (30%) للإناث والجدول يظهر تلك النسب

جدول (2)

## وصف عينة البحث حسب النوع الاجتماعي

المتغيرات	العينة المستهدفة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	الذكور	42	%70
	الاناث	18	%30
المجموع		60	%100

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان

## 2- وصف عينة البحث حسب الفئة العمرية

أوضحت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (3) ان نسبة (10%) كانت للفئة العمرية تتراوح بين (20-30) وان نسبة 40% كانت للفئة العمرية تتراوح بين (31-40 سنة) وان نسبة (20%) كانت للفئة العمرية تتراوح بين (41-50 سنة) وان نسبة (25%) كانت للفئة العمرية تتراوح بين (51-60 سنة) وان نسبة (5%) فقط كانت للفئة العمرية تتراوح بين (61 سنة فأكثر) والجدول (4) يبين ذلك

## جدول (3) وصف عينة البحث حسب الفئة العمرية

المتغيرات	العينة المستهدفة	التكرارات	النسبة المئوية
الفئة العمرية	30-20	6	%10
	40-31	24	%40
	50-41	12	%20
	60-51	15	%25
	61 فأكثر	3	%5
المجموع		60	%100

المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان

## 3- وصف عينة البحث حسب المؤهل العلمي

أوضحت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (4) ان نسبة (40%) من العينة هم من حمل البكالوريوس و الدبلوم وان نسبة (10%) هم من حمل شهادة الماجستير ونسبة (5%) هم من حملة شهادة الدبلوم العالي والجدول (5) يبين ذلك.

## جدول (4) وصف العينة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	العينة المستهدفة	التكرارات	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	اعداديه	3	%5
	دبلوم	24	%40
	بكالوريوس	24	%40
	دبلوم عال	3	%5
	ماجستير	6	%10
	دكتوراه	0	%0
المجموع		60	%100

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان

## 4- وصف عينة البحث حسب التخصص

أوضحت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (5) ان نسبة (40%) من العينة هم من المختصين في إدارة الأعمال وإن نسبة (20%) هم من المتخصصين في العلوم المالية والمصرفية ونسبة (20%) هم من المختصين في المحاسبة ونسبة (20%) هم من حملة الاختصاصات الاخرى وهذا يبين مدى حرص ادارة المصرف على توظيف الخبرات والكفاءات في عمل المصرف والجدول (5) يبين ذلك

## جدول (5) وصف عينة البحث حسب التخصص

المتغيرات	العينة المستهدفة	التكرارات	النسبة المئوية
التخصص	محاسبه	12	20%
	إدارة اعمال	24	40%
	علوم ماليه ومصرفيه	12	20%
	أخرى	12	20%
المجموع		60	100%

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان

## 5- وصف عينة البحث حسب سنوات الخدمة

أوضحت النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (6) ان نسبة (5%) من العينة هم من الذين تتراوح خدمتهم بين (6-10 سنة) ونسبة (25%) هي للعينة التي تتراوح خدمتهم بين (21-25 سنة) وإن نسبة (40%) هم من الذين تتراوح خدمتهم بين (11-15 سنة) وهذا يبين ان للمصرف عاملين يتمتعون بخبره طويله في عمل المصرف والجدول ادناه يبين ذلك

## الجدول (6) وصف عينة البحث حسب سنوات الخدمة

المتغيرات	العينة المستهدفة	التكرارات	النسبة المئوية
سنوات الخدمة	5-1 سنة	6	10%
	10-6 سنة	3	5%
	15-11 سنة	24	40%
	20-16 سنه	12	20%
	25-21 سنه	15	25%
	26 سنه فأكثر	0	0%
المجموع		60	100%

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## • وصف واختار أداة قياس البحث

## أولاً: - التوصيف

تعتبر أداة الدراسة وسيلة لجمع البيانات للإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة ولتحقيق ذلك عدت استمارة استبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة وتتكون هذه الاستمارة من قسمين: القسم الأول: وهو عبارة عن المعلومات الشخصية والوظيفية عن عينة الدراسة (النوع الاجتماعي، المؤهل العلمي، التخصص، سنوات الخدمة، الفئة العمرية) .

القسم الثاني: وهو عبارة عن محاور الدراسة، ويتكون من (30) سؤال موزع على (6) ابعاد فرعية

المحور الأول: (المتغير المستقل) الوعي المصرفي وقد اشتمل على الابعاد الفرعية الآتية:

✓ بُعد الربحية ويشتمل على (5) اسئلة.

✓ بُعد توظيف الاموال ويشتمل على (5) اسئلة.

✓ بُعد الرافعة المالية ويشتمل على (5) اسئلة.

المحور الثاني: توجهات المصارف نحو تطبيق الصيرفة المستدامة وقد اشتمل على الابعاد الفرعية التالية:

- ✓ قياس توجهات المصارف وتشمل على (5) اسئلة.
- ✓ أنشطة الصيرفة المستدامة وتشتمل على (5) اسئلة.
- ✓ وظائف الصيرفة المستدامة ويشتمل على (5) اسئلة.

ثانياً:- الطرق والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة استخدمت برنامج (SPSS Vs21) وذلك من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة، إذ استخدمت الاختبارات الإحصائية الآتية:

- 1- معامل ارتباط بيرسون لاختبار صدق استمارة الاستبيان.
- 2- اختبار (ألفا كرو نباخ) ويستخدم لمعرفة ثبات محاور الاستبيان.
- 3- أسلوب النسب المئوية والمتوسط الحسابي و يستخدم لمعرفة تكرار فئات متغير ما وتكون الافادة منه في وصف عينة الدراسة.

ثالثاً:- اختباري الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

صدق استمارة الاستبيان: ويشتمل صدق استمارة الاستبيان على ما يأتي:-

1. الصدق الظاهري للأداة: عرضت أداة البحث في صورتها الأولية على عدد من المحكمين المتخصصين في مجال العلوم الادارية بلغ عددهم (12) محكماً وذلك للتأكد من الصدق الظاهري لأداة القياس. وقد أعد الباحث استمارة خاصة لاستطلاع آراء المحكمين حول مدى وضوح كل عبارة من ان المحتوى الفكري والصياغة وتصحيح ما ينبغي تصحيحه من العبارات مع إضافة أو حذف ما يرى المحكم من عبارات في أي محور من المحاور. وفي ضوء الآراء التي أظهرها المحكمون قام الباحث بأجراء التعديلات التي اتفق عليها (75%) من المحكمين، وتعديل وصياغة بعض العبارات التي رأى المحكمون ضرورة إعادة صياغتها لتكون أكثر وضوحاً.
2. الصدق المعنوي لاستمارة الاستبيان  
اجريت اختبار (بيرسون) لقياس صدق استمارة الاستبيان وذلك للتأكد من مدى تحقيق الأهداف التي تريد استمارة الاستبيان الوصول إليها، وكذلك مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية لمحاور الاستبيان. والجدول رقم (7) يوضح ذلك

جدول (7) معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الاستبيان

ت	محاور الاستبيان	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	الوعي المصرفي	0.84	0.01
2	الصيرفة المستدامة		

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن محاور الوعي المصرفي و الصيرفة المستدامة يتمتعان بمعامل ارتباط عالي ذات دلالة احصائية مع الدرجة الكلية للاستبيان إذ بلغ 0.84 وهذا يدل أن للوعي المصرفي في تحقيق الصيرفة المستدامة وتتمتع بمعامل صدق عالي، وكذلك تعد محاور الاستبيان صادقة وتحقق الهدف المطلوب.

## رابعاً: - ثبات استمارة الاستبيان

اجريت اختبار (ألفا كرو نباخ) لقياس ثبات استمارة الاستبيان وذلك للتأكد من أن هذا الاستبيان سوف يعطي النتائج نفسها إذا أعيدت توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط. والجدول (8) يوضح نتائج هذا الاختبار.

جدول (8) معامل ألفا كرو نباخ لقياس ثبات الاستبيان

المتغير	عدد الفقرات	معامل الفا كرو نباخ
الوعي المصرفي	15	0.91
بُعد الربحية	5	0.86
بُعد توظيف الأموال	5	0.94
بُعد الرافعة المالية	5	0.95
الصيرفة المستدامة	15	0.82
قياس توجهات المصارف	5	0.82
أنشطة الصيرفة المستدامة	5	0.85
وظائف الصيرفة المستدامة	5	0.81

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول (8) ان قيمة معامل (ألفا كرو نباخ) لجميع محاور الاستبيان كانت أكبر من (0.8) وهي أقل قيمة مقبولة إحصائياً في البحوث العلمية والإنسانية (Field,2009:675) وهذا يدل على أن أداة القياس تتسم بالاتساق والثبات الداخلي.

## خامساً: - عرض نتائج البحث وتحليلها وتفسيرها

يتناول هذا المطلب نتائج الدراسة التطبيقية مع تحليل وتفسير النتائج ، اذ تضمن فقرتين أساسيتين هما المتغير المستقل المتمثل الوعي المصرفي والذي يتضمن الابعاد (بُعد الربحية، بُعد توظيف الاموال، بُعد الرافعة المالية)، والمتغير التابع الذي يتمثل الصيرفة المستدامة والذي يشمل الأبعاد (قياس توجهات المصارف للصيرفة المستدامة، أنشطة الصيرفة المستدامة ، وظائف الصيرفة المستدامة) ، وقد اشتمل التحليل على عرض المتوسطات الحسابية لفقرات المقياس وشده الإيجابية وانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف والأهمية النسبية إضافة إلى اختبار t.

سادساً: - الوعي المصرفي ويتكون هذا المتغير من ثلاثة أبعاد

## 1- بُعد الربحية

يبين الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار (t) لفقرات بعد. إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) قد حصلت الفقرة (1) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.837) وشدة أجابه (76.75) وانحراف معياري (1.237) ومعامل اختلاف (25.80) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات في حين حصلت الفقرة (5) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.162) وشدة إجابة (63.25)

وبانحراف معياري بلغ (1.118) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (5.513، 5.212، 5.984، 5.988، 7.137) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01).

جدول (9) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والمعلمت  
الأحصائية لُبعد الربحية

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شده الإجابة	t المحسوبة	الأهمية النسبية
1	تسهم برامج التوعية المصرفية في زيادة الربحية المصرفية	3.8375	1.237	25.80	%76.75	7.137	الأول
2	يتبنى المصرف برامج التوعية المصرفية	3.725	1.018	27.90	%74.5	5.988	الثاني
3	يؤثر زيادة الوعي المصرف لدى الزبائن في ارباح المصرف	3.6125	1.206	25.78	%72.25	5.513	الخامس
4	تؤثر الثقافة الاجتماعية و الوعي المصرفي في ربحية المصرف	3.6	1.120	28.86	% 72	5.212	الرابع
5		3.1625	1.118	27.87	%63.25	5.984	الثالث
المعدل	بُعد الربحية	3.5875	1.139	27.24	%71.75	5.966	

المصدر من إعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## 2- بُعد توظيف الاموال

يبين الجدول (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار (t). إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وقد حصلت الفقرة (7) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.671) وشدة أجابه (69.04) وبانحراف معياري (1.285) ومعامل اختلاف (35.02) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات، في حين حصلت الفقرة (8) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.068) وشدة إجابة (61.36) وبانحراف معياري بلغ (1.267) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (2.585، 2.973، 3.440، 3.845، 4.181) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01)

جدول (10) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والاهمية

النسبية لبُعد توظيف الاموال

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شده الإجابة	t المحسوبة	الأهمية النسبية
6	تحقق برامج التوعية المصرفية مجالات افضل لتوظيف الأموال	3.452	1.403	40.62	%69.04	2.585	الخامس
7	يسهم الوعي المصرفي للزبائن بتنوع مجالات توظيف الأموال	3.671	1.285	35.02	%73.42	4.181	الأول
8	ان اهتمام المصرف بالنشطة وفعاليات مجتمعيه يزيد من الوعي المصرفي للأفراد	3.068	1.267	35.13	%61.36	3.845	الثاني
9	يدرك الجمهور أهمية التعامل مع المصارف لتوظيف اموالهم	3.548	1.271	35.84	%70.96	3.440	الثالث
10	يفضل الزبائن التعامل مع المصارف التي تقدم برامج التوعية المصرفية	3.54	1.344	38.42	%70.8	2.973	الرابع
المعدل	بُعد توظيف الأموال	3.554	1.19	37.01	%71.08	3.740	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

### 3- بُعد الرافعة المالية

يبين الجدول (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار (t) لفقرات بعد التمويل الأخضر طويل الاجل. إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وقد حصلت الفقرة (15) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.562) وشدة أجابه (71.24) وانحراف معياري (1.434) ومعامل اختلاف (40.27) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات. في حين حصلت الفقرة (14) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.343) وشدة إجابة (66.86) وانحراف معياري بلغ (1.313) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (2.097، 2.380، 2.812، 2.990، 3.234) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01)

جدول (11) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والاهمية النسبية لُبعد الرافعة المالية

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شده الإجابة	t المحسوبة	الأهمية النسبية
11	يحقق زيادة الوعي المصرفي لدى الزبائن زيادة في الرفع المالي للمصرف	3.405	1.366	40.08	%68.1	2.380	الرابع
12	تدرك إدارة المصرف أهمية الوعي المصرفي في بناء الهيكل المالي للمصرف	3.515	1.38	39.24	%70.30	2.990	الثاني
13	ان لزيادة الوعي المصرفي لدى الجمهور تأثير على هيكل التمويل لدى المصرف	3.468	1.332	38.44	%69.36	2.812	الثالث
14	يلتزم المصرف باعداد الهيكل المالي بناءا على خطط وبرامج التوعية المصرفية	3.343	1.313	39.23	%66.86	2.097	الخامس
15	تقوم المصارف بعمل إختبارات لقياس مدى قدرة المصارف والآثار المترتبة على الإستمرارية عند استخدام الرافعة المالية للجهة طالبة الإئتمان	3.562	1.434	40.27	%71.24	3.234	الأول
المعدل	بُعد الرافعة المالية	3.4586	1.365	39.452	%69.172	2.702	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

ثانيا: - الصيرفة المستدامة: ويتكون هذا المتغير من ثلاث أبعاد هي كالاتي: -

1- قياس توجهات المصارف للصيرفة المستدامة

يبين الجدول (12) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار (t) لفقرات بعد الربحية. إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وقد حصلت الفقرة (20) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (4.282) وشدة أجابه (85.64) وانحراف معياري (0.935) ومعامل اختلاف (21.82) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات، في حين حصلت الفقرة (17) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (4) وشدة إجابة (80) وانحراف معياري بلغ (1.041) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (7.27، 8.12، 9.23، 9.39، 10.8) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01)

جدول (12) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والاهمية النسبية لُبعد قياس توجهات المصرف للصيرفة المستدامة

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شده الإجابة	t المحسوبة	الأهمية النسبية
16	يملك المصرف رؤية ورسالة واهداف لها ارتباط بالبيئة والاستدامة	4	1.097	27.45	%80	7.27	الخامس
17	يسعى المصرف الى تطبيق أنشطة الصيرفة المستدامة	4.202	1.041	24.79	%84.04	9.23	الثالث
18	يتبنى المصرف مبادئ الاستدامة في العمليات اليومية	4.015	0.967	24.11	%80.32	9.39	الثاني
19	يوفر المصرف برامج تدريبية وتأهيلية للعاملين لديه عن تنفيذ نشاطات تحقق المسؤولية المصرفية في مجال الاستدامة	4.142	1.124	27.18	%82.84	8.12	الرابع
20	لدى المصرف سياسات وإجراءات ومعايير تستند الى مبادئ الاستدامة	4.282	0.935	21.82	%85.64	10.8	الأول
المعدل	قياس توجهات المصارف	4.0897	1.0572	25.882	%81.79	8.502	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## 2- أنشطة الصيرفة المستدامة

يبين الجدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار (t) لفقرات بعد السيولة. إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وقد حصلت الفقرة (21) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (4.687) وشدة أجا به (93.74) وانحراف معياري (0.872) ومعامل اختلاف (18.58) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات، في حين حصلت الفقرة (22) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (4.454) وشدة إجابة (89.08) وانحراف معياري بلغ (0.957) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (12.14، 12.86، 14.12، 15.51، 17.974) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01)

جدول (13) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والاهمية النسبية لانشطة الصيرفة المستدامة

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شدة الإجابة %	t المحسوبة	الأهمية النسبية
21	يمنح المصرف القروض لتمويل مشاريع حاضنات الاعمال	4.687	0.872	18.58	93.74	15.51	الثاني
22	يقدم المصرف حلول فاعلة لحل ازمة السكن عن طريق التمويل الاخضر	4.454	0.957	21.51	89.08	12.14	الخامس
23	يفضل المصرف النشاطات المصرفية التجارية والاستثمارية على المشاريع المستدامة	4.548	0.587	15.13	90.96	17.974	الاول
24	يسهم المصرف بتمويل المشاريع المتعلقة بالطاقة والطاقة البديلة	4.595	0.903	19.68	91.87	14.12	الثالث
25	يسهم المصرف بتقديم برامج مرتبط بالغذاء وتحقيق الامن الغذائي	4.532	0.941	20.81	90.64	12.86	الرابع
المعدل	أنشطة الصيرفة المستدامة	4.5632	0.852	19.142	91.26	14.520	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

### 3- وظائف الصيرفة المستدامة

يبين الجدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابات والأهمية النسبية واختبار t لفقرات بعد الأمان. إذ يلاحظ في هذا الجدول بأن الأوساط الحسابية لجميع الفقرات كانت أعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وقد حصلت الفقرة (28) على أعلى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (4.218) وشدة أجابه (84.36) وانحراف معياري (1.032) ومعامل اختلاف (24.44) وهذا يبين تناسق إجابات عينة البحث تجاه هذه الفقرة نسبة إلى باقي الفقرات، في حين حصلت الفقرة (29) على أدنى المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.765) وشدة إجابة (75.30) وانحراف معياري بلغ (1.217) وبلغت قيم t المحسوبة للأوساط الحسابية للفقرات (5.029، 6.655، 7.188، 8.401، 9.457) على الترتيب وجميعها أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.358) بمستوى معنوية (0.01).

جدول (14) الاوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف وشدة الاجابة وقيمة t والاهمية النسبية لوظائف الصيرفة المستدامة

ت	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شده الإيجابية %	t المحسوبة	الأهمية النسبية
26	تتضمن شروط منح القروض داخل المصرف الجوانب المتعلقة بالرعاية البيئية والاجتماعية	3.952	1.061	26.84	79.04	7.188	الثالث
27	يطبق المصرف مبدأ (اعرف زبونك)	3.892	1.071	27.52	77.94	6.655	الرابع
28	تتطلب اعمال الصيرفة المستدامة رؤوس أموال كبيرة	4.218	1.032	24.44	84.36	9.457	الأول
29	يقدم المصرف التمويل الازم للقيام بمتطلبات المسؤولية الاجتماعية	3.765	1.217	32.36	75.30	5.029	الخامس
30	يمكن للمصرف تعزي ودعم إدارة المخاطر البيئية كاستراتيجي وقائية باتجاه الصيرفة المستدامة	4.157	1.102	26.51	83.14	8.401	الثاني
المعدل	وظائف الصيرفة المستدامة	3.996	1.096	27.534	79.94	7.346	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

### سابعا: -اختبار الفرضيات

اعتمدت على مجموعة من الوسائل لغرض اختبار الفرضيات وهي مصفوفة الارتباط (معاملات ارتباط بيرسون) وتحليلي الانحدار البسيط والمتعدد. وقد استخدمت مصفوفة معاملات الارتباط البسيط لغرض التحقق من قوة واتجاه علاقات الارتباط الموجودة ما بين أبعاد متغيرات الدراسة في حين استخدمت تحليلات الانحدار البسيط والمتعدد لغرض اختبار علاقات الأثر المباشر بين أبعاد متغيرات الدراسة الرئيسية.

#### • فرضيات الارتباط

1- الفرضية الرئيسية الأولى: (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد الوعي المصرفي و الصيرفة المستدامة) يظهر الجدول (16) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط بين أبعاد هذه المتغيرات. وقبل الدخول في اختبار الفرضيات الفرعية الأربع لهذه الفرضية الرئيسية فان الجدول (يشير أيضاً إلى حجم العينة (60) ونوع الاختبار (Tailed-2) ومختصر (Sig) إلى اختبار معنوية معامل الارتباط عن طريق مقارنة قيمة (t) المحسوبة مع الجدولية من غير أن يظهر قيمها. فوجود علامة (\*\*\*) يدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى (0.01) وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية هي:

أ- لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية الوعي المصرفي وابعاد الصيرفة المستدامة.

يظهر جدول مصفوفة الارتباط بأن هنالك علاقات ارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين ابعاد الوعي المصرفي (بعد الربحية ، بعد توظيف الاموال ، بعد الزاغة المالية) وبعد توجهات المصارف للاستدامة المصرفية. وقد بلغت قيم معاملات الارتباط بين هذه الأبعاد (0.545, 0.576, 0.635) على الترتيب. وبذلك رفضت فرضية العدم للفرضية الفرعية الأولى واعتماد الفرضية البديلة.

ب- لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ابعاد الوعي المصرفي وانشطة الصيرفة المستدامة

يظهر جدول مصفوفة الارتباط (15) بأن هنالك علاقات ارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين أبعاد الوعي المصرفي وبعد أنشطة الصيرفة المستدامة. وقد بلغت قيم معاملات الارتباط بين هذه الأبعاد (0.353, 0.428, 0.392) على الترتيب. وبذلك رفضت فرضية العدم للفرضية الفرعية الثانية وقبول الفرضية البديلة.

ت- لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين ابعاد الوعي المصرفي وبعد وظائف الصيرفة المستدامة

يشير جدول مصفوفة الارتباط بأن هنالك علاقات ارتباط ذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين أبعاد الوعي المصرفي وبعد وظائف الصيرفة المستدامة. وقد بلغت قيم معاملات الارتباط بين هذه الابعاد والامان المصرفي (0.423, 0.420, 0.327) على الترتيب. وبذلك رفضت فرضية العدم للفرضية الفرعية الثالثة وقبول الفرضية البديلة.

جدول (15) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد المتغيرات

وظائف الصيرفة المستدامة	انشطة الصيرفة المستدامة	توجهات المصارف للاستدامة المصرفية		
(**) <b>0.327</b>	(**) <b>0.353</b>	(**) <b>0.545</b>	Pearson correlaTion	بعد الربحية
<b>0.008</b>	<b>0.004</b>	<b>0.00</b>	Sig.(2-Tailed)	
(**) <b>0.423</b>	(**) <b>0.428</b>	(**) <b>0.576</b>	Pearson correlaTion	بعد توظيف الاموال
<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	Sig.(2-Tailed)	
(**) <b>0.420</b>	(**) <b>0.392</b>	(**) <b>0.635</b>	Pearson correlaTion	بعد الزاغة المالية
<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.00</b>	Sig.(2-Tailed)	
(**) <b>0.421</b>	(**) <b>0.429</b>	(**) <b>0.662</b>	Pearson correlaTion	الصيرفة المستدامة
<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	Sig.(2-Tailed)	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## • اختبار فرضيات التأثير البسيط

الفرضية الرئيسية الثانية: (لا يوجد تأثير معنوي لبُعد الربحية على الصيرفة المستدامة)

ولغرض اختبار الفرضية الرئيسية الثانية فإن الدراسة ستعتمد على تحليل الانحدار البسيط باستخدام معامل بيتا وقيمة (F) ومعامل التحديد (التفسير) ( $R^2$ ) وتتفرع من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية:

أ- لا يوجد تأثير معنوي لبُعد الربحية على الصيرفة المستدامة.

يظهر من معادلة وجدول نتائج تحليل الانحدار (16) أن هناك تأثيراً ذا دلالة معنوية عند مستوى (1%) لبُعد الربحية في بعد الصيرفة المستدامة. إذ بلغت قيمة B (0.500) بمعنى أن التغير في قيمة بعد بُعد الربحية بمقدار وحدة واحدة يقود إلى تغيير بمقدار (0.500) في بُعد الصيرفة المستدامة. وقد بلغت قيمة (F) المحسوبة (22.676) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (6.85) وبذلك رفضت فرضية العدم الفرعية الأولى وقبول الفرضية البديلة مما يدل على معنوية انموذج الانحدار الخاص بهذه الفرضية، وقد بلغ معامل التحديد (0.268) بمعنى أن بُعد الربحية يفسر ما نسبته 26.8% من التغيرات التي تطرأ على الصيرفة المستدامة

جدول (16) معادلات الانحدار وقيم ( $R^2$ ) وقيمة F المحسوبة للفرضية الفرعية الأولى من الرئيسية الثانية

Sig	قيمة F	قيمة F	$R^2$	معادلة الانحدار	الفرضية الرئيسية الثانية
F <sub>1</sub>	الجدولية	المحسوبة			
0.000	6.85	22.676	0.268	$Y=2.103+0.500X_1$	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

ب- لا يوجد تأثير معنوي لبُعد توظيف الاموال على الصيرفة المستدامة

يظهر من معادلة وجدول نتائج تحليل الانحدار (17) هناك تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى (1%) لبُعد توظيف الاموال في الصيرفة المستدامة. إذ بلغت قيم معامل (B) (0.528) بمعنى أن التغير في قيمة بُعد توظيف الاموال بمقدار وحدة واحدة يقود إلى تغيير بمقدار (0.528) في متغير الصيرفة المستدامة. وقد بلغت قيمة (F) المحسوبة (35.627) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (6.85) وبذلك رفضت فرضية العدم الفرعية الأولى وقبول الفرضية البديلة مما يدل على معنوية انموذج الانحدار الخاص بهذه الفرضية، وقد بلغ معامل التحديد (0.365) بمعنى أن بُعد توظيف الاموال يفسر ما نسبته 36.5% من التغيرات التي تطرأ على الصيرفة المستدامة

جدول (17) معادلات الانحدار وقيم ( $R^2$ ) وقيمة F المحسوبة للفرضية الفرعية الثانية من الرئيسة الثانية

Sig	قيمة F	قيمة F	$R^2$	معادلة الانحدار	الفرضية الرئيسية الثانية
F <sub>1</sub>	الجدولية	المحسوبة			
0.000	6.85	35.627	0.356	$Y=2.047+0.528X_2$	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## ت- لا يوجد تأثير معنوي لبُعد الرافعة المالية الصيرفة المستدامة

يظهر من معادلة وجدول نتائج تحليل الانحدار (18) هناك تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى (1%) لبُعد الرافعة المالية في الصيرفة المستدامة. إذ بلغت قيم معامل (B) (0.518) بمعنى أن التغير في قيمة بعد ابعاد الرافعة المالية بمقدار وحدة واحدة يقود إلى تغير بمقدار (0.518) في متغير أداء المصارف الخضراء. وقد بلغت قيمة (F) المحسوبة (34.911) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (6.85) وبذلك رفضت فرضية العدم الفرعية الأولى وقبول الفرضية البديلة مما يدل على معنوية انموذج الانحدار الخاص بهذه الفرضية، وقد بلغ معامل التحديد (0.360) بمعنى أن ابعاد الرافعة المالية يفسر ما نسبته 36% من التغيرات التي تطرأ على ابعاد الصيرفة المستدامة.

جدول (18) معادلات الانحدار وقيم ( $R^2$ ) وقيمة F المحسوبة للفرضية الفرعية الثالثة من الرئيسة الثانية

Sig	قيمة F	قيمة F	$R^2$	معادلة الانحدار	الفرضية الرئيسية الثانية
F <sub>1</sub>	الجدولية	المحسوبة			
0.000	6.85	34.911	0.360	$Y=2.053+0.518X_1$	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

وبعد التأكد من صحة الفرضيات الفرعية السابقة اختبرت الفرضية الرئيسية الثانية. إذ يظهر جدول نتائج تحليل الانحدار (19) هناك تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى (1%) للوعي المصرفي في الصيرفة المستدامة. إذ بلغت قيم معامل B (0.661) بمعنى أن أي تغيير في قيمة المتغير المستقل الوعي المصرفي بمقدار وحدة واحدة يقود إلى تغير بمقدار (0.661) في المتغير التابع الصيرفة المستدامة. وقد بلغت قيمة (F) المحسوبة (41.598) وهي أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (6.85) مما يدل على معنوية انموذج الانحدار الخاص بهذه الفرضية، وقد بلغ معامل التحديد (0.402) بمعنى أن متغير ابعاد الرافعة المالية يفسر ما نسبته 40.2% من التغيرات التي تطرأ على الصيرفة المستدامة أما النسبة المتبقية والبالغة (59.8%) فتعود لمتغيرات أخرى غير داخلة بالأنموذج. وبذلك رفضت فرضية العدم للفرضية الرئيسية الثانية وقبول فرضية الوجود البديلة

جدول (19) معادلات الانحدار وقيم ( $R^2$ ) وقيمة F المحسوبة للفرضية الرئيسية الثانية

Sig	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	$R^2$	معادلة الانحدار	الفرضية الرئيسية الثانية
0.000	6.85	41.598	0.402	$Y=1.465+0.661x$	

المصدر من اعداد الباحث على وفق نتائج الحاسبة الالكترونية

## الاستنتاجات والتوصيات

## أولاً: - الاستنتاجات

- 1- هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة.
- 2- تبين عن طريق البحث انه لا يوجد مصرف يذكر في التقارير أي خطوات او مبادرات يتخذها لتطبيق الصيرفة المستدامة
- 3- عدم وجود فهم واضح ودقيق لدى عين البحث عن مفهوم الصيرفة المستدامة كونها مصطلح ومفهوم حديث.
- 4- غياب الدعم من المنظمات الحكومية وغير الحكومية للمصارف لتحفيزها للقيام بتمويل المشاريع التي تخص البيئة.
- 5- هناك علاقة وثيقة بين الوعي المصرفي والصيرفة المستدامة اذ لا يمكن تحقيق الصيرفة المستدامة دون توفر الوعي المصرفي.
- 6- عللت المصارف عدم استخدامها الصيرفة المستدامة لاحتياجها الى أموال كبيرة تفوق امكانيه المصرف.

## ثانياً: - التوصيات

- 1- ضرورة الاهتمام برضا الزبائن عن طريق الوعي المصرفي وكذلك الاهتمام بتطبيق أنشطة الصيرفة المستدامة
- 2- حث البنك المركزي على أهمية البدء في إعداد التعليمات الرقابية للمصارف العراقية بالشكل الذي يلزمها بمراعاة أهداف التنمية المستدامة والصيرفة المستدامة خلال ممارسة الأنشطة المصرفية المختلفة، مع وضع جدول زمني محدد لمراحل التطبيق، طبقاً لأفضل الممارسات والمعايير الدولية، وتشكيل مجموعة عمل يكون أعضاؤها من المسؤولين عن الصيرفة المستدامة والتنمية المستدامة بمؤسساتهم.
- 3- التأكيد على أهمية تبنى المصارف هدف التحول نحو الصيرفة المستدامة ضمن أهدافها الاستراتيجية، وإنشاء إدارة مستقلة للتنمية المستدامة بكل بنك، وحث المصارف على وضع خطة تدريبية لنشر الوعي لدى العاملين عن أنشطة الصيرفة المستدامة والممارسات السليمة الصديقة للبيئة، بهدف تشجيعهم على تطبيق تلك الممارسات، وتبنى آلية لتطوير أنشطة الصيرفة المستدامة ضمن حزمة منتجات المصرفية، مع أهمية التركيز على دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة الخضراء واعتبارها ضمن الفئات المستهدفة للمصرف.
- 4- تشجيع المصارف على أهمية دعم مشروعات الطاقة المتجددة والتكنولوجيا الصديقة للبيئة، وحثها على مواصلة الجهود المستمرة في مجال الشمول المالي من قبل القطاعات المصرفية
- 5- تشجيع التعاون الدولي للمساعدة في تطبيق الصيرفة المستدامة عن طريق الوعي المصرفي والتمويل الأخضر وتمويل المشروعات الصغيرة ونقل أفضل الممارسات للحفاظ على بيئة سليمة.

- 6- تشديد الإجراءات الرقابية من قبل الجهات المسؤولة على حماية البيئة والمتمثلة بوزارة الصحة والبيئة على الوحدات الإنتاجية بالشكل الذي يراعي الحفاظ على البيئة.
- 7- من اجل تنفيذ أنشطة الصيرفة المستدامة وتوفير الأموال الازمه لذلك يكون عن طريق:
- أ- تبني المصارف ادوات إيداع جديدة بمعدل فائدة جيدة لتوفير الأموال للمستثمرين الربيين في الاستثمار الصديق للبيئة.
- ب- وضع سياسة اقراض جديدة للمصارف تتضمن منحاً جيدة وامتيازات والأولوية للمشاريع التي تحقق الصيرفة المستدامة مثل تسهيلات سعر الفائدة.

### المصادر

#### أولاً: . الكتب

1. الجندي، محمد،(1983) حول انتاج الوعي والتركيب الاجتماعي، محاولة نظرية، دار الكلمة العربية، بيروت.
2. سعيد، عبد السلام لفته،(2013) ادارة المصارف، الطبعة الاولى، الذاكرة للنشر والتوزيع، بغداد، العراق.
3. الصيرفي، محمد عبد الفتاح،(2016) ادارة البنوك، الطبعة الاولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
4. عطية، عبدالقادر محمد عبد القادر، (2003)"اتجاهات حديثة في التنمية"، الدار الجامعية، مصر، القاهرة.
5. معلا، ناجي،(2000) إدارة الموارد البشرية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
6. موسشيت، ف. دوجلاس، (2000)ترجمة بهاء شاهين، مبادئ التنمية المستدامة. الطبعة الاولى، القاهرة.
7. الهييتي، نوزاد عبد الرحمن، المهدي، حسن إبراهيم،(2008) التنمية المستدامة في دولة قطر الإنجازات والتحديات، اللجنة الدائمة للسكان الناشر، قطر.

#### ثانياً: . الرسائل والاطاريح

8. الحداد، سليم عمر،(2013) تأثير الجهاز المصرفي في نشر الوعي المصرفي لدى العملاء، دراسة ميدانية من وجهة نظر عملاء المصارف التجارية في قطاع غزة، رسالة ماجستير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين.

#### ثالثاً: . المنشورات والتأثيريات

9. ابو زنت، ماجدة، غنيم، محمد،(2009) "التنمية المستدامة من منظور الثقافة العربية الإسلامية، مجلة دراسات العلوم الاوربية، مجلة علمية محكمة، المجلد 36، الجامعة الأردنية، عمان، العدد 1، .
10. البكري، ثامر،(2001) التشغيل الذاتي للمعلومات في تسويق الخدمة المصرفية وإمكانيات التطبيق في المصارف العراقية، مجلة الرشيد المصرفي، العدد 2، بغداد، العراق، .
11. حلو، سناء حسن،(2018) تأثير الوعي المصرفي في جودة الخدمة المصرفية بمنظور مالي، بحث تطبيقي في عينة من المصارف العراقية الخاصة، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد مئة واربعه عشر.
12. عبد اللطيف، مصطفى،(2006) تأثير البنوك في تمويل النشاط الاقتصادي - حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد الرابع، جامعة ورقلة.

13. طالب ، علاء فرحان ،(2003) تأثير تكنولوجيا المعلومات في تسويق الخدمات المصرفية ، مجلة جامعة كربلاء ، المجلد 1 ، ع 1 ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء .
14. محمد، مجيب حسن،(2017) الوعي المصرفي وأثره على تطوير الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية على مصرف الجمهورية خلال عام 2017، العدد الثاني.
15. مركز البحوث المالية والمصرفية، إكمال السلسلة الالكترونية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 2، العدد3، عمان، الأردن، 1994.
16. نجم، رفاه عدنان،(2009) العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة نينوى، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

### المصادر الاجنبية

رابعاً: . الكتب

17. David Pearce , Edward Barbier and Anil mark andya, sustainable development economics and environment in the third word, 2010.
18. Kotler,p.,(2000), "Marketing Management ",The Millennim Edition,Printed in the United State of America .

سادساً: . الرسائل والاطاريح

19. Mekonin. Abere Adamu, 2010 Sustainable Development Law-The Path to Sustainable Peace. Linnaeus University, School of Business and Economics..

سابعاً: . المنشرات والتأثيريات الأجنبية

20. .Strandberg Coro, best Practices in sustainable , 2005.avalable in www. Corostrandberg.com.
21. Bashir, Mohamed Sharif, 2013 Analysis of customer satisfaction with the Islamic banking sector case of Brunei Darussalam, Asian journal of Business and management sciences vol.2 No.10 (38–50),Issn:2047–2528,.
22. Caraman, J.A.,(1990) ."Consumer Perceptions of Service Quality & Assessment of the Service Quality Dimensions",JR,Vol .66 .
23. Norton bryan G, 2005 sustainability : Aphilosophy of adaptive ecosystem management.
24. Sahoo,pravakar& nayak, biphu Prasad,( 2008) green banking in india, Indian economic journa,.
25. Santamarian & Ralucaa,( 2014) path ways to sustainable banking management.
26. Weber, Olaf,( 2010) Sustainability and environmental risk management in Canadian banks and financial service Institutions, SSRN Social Science Research Network,.

27. Mikołajczak, Paweł,(2017) Sustainable Banking. Implications For An Ethical Dimension Of Finance Of Social Enterprise Performance, e-ISSN 2450-8179 s. 287-301.
28. Igbudu, Nicholas & Garanti, Zanete & Popoola, Temitope, (2018) Enhancing Bank Loyalty through Sustainable Banking Practices: The Mediating Effect of Corporate Image, Sustainability, 10, 4050; doi:10.3390/su10114050 [www.mdpi.com/journal/sustainability](http://www.mdpi.com/journal/sustainability).
29. Tsorhe Joan S.; Aboagye Anthony Q.Q. & Kyereboah-Coleman, A. (2011). Corporate Governance and Bank Risk Management in Ghana. University of Ghana Business School, Ghana. [csae.ox.ac.uk](http://csae.ox.ac.uk).