

## أثر البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة في تعزيز قيمة المصرف دراسة تطبيقية على العاملين في المصارف الأهلية العراقية

يعقوب باسم محمد<sup>1</sup>

yaqoobaleyashi@gmail.com

محمد بلوطة<sup>2</sup>

Mbalouza@hotmail.fr

**المستخلص:** تعتبر إدارة المعرفة التي تتبنى التكنولوجيا من أهم عوامل تقدم لكافة القطاعات، ومن خلال اكتسابها يمكن تحقيق ميزة تنافسية ولا سيّما في القطاع المصرفي، حيث تهدف هذه الدراسة الى تحديد أثر البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة في تعزيز قيمة المصرف.

لتحقيق هدف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار فرضياتها اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي كما تم تصميم استبانة وتوزيعها على مجتمع البحث، حيث يعتبر العاملين في المصارف الأهلية العراقية ممثلين للمجتمع الذي تستهدفه الدراسة. وبعد تحليل البيانات واختبار الفرضيات توصل الباحثان الى نتيجة أساسية ومفادها " وجود علاقة طردية قوية جداً ذات مدلول إحصائي بين البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة وتعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية؛ وذلك يعود إلى اندماج الحاسوب مع الشبكات وتقدم الاتصالات بالعصر الحالي بالإضافة إلى اهتمام إدارة المصرف بالعمل على تحديث الأجهزة والبرمجيات وعتاد الحاسوب، وأجهزة الاتصالات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات بتتابع، ومواكبة كل ما هو جديد بما يتعلق بالتكنولوجيا والرقمنة الحديثة، وتوفير شبكة اتصالات مستحدثة داخل المصرف؛ مما يساعد على توفير المعلومات المختلفة للعاملين والعملاء بالوقت المناسب وبأقل التكاليف الممكنة.

**الكلمات المفتاحية:** إدارة المعرفة، البعد التكنولوجي، قيمة المصرف.

### 1. المقدمة

تُعد إدارة المعرفة إحدى التوجهات الإدارية الحديثة للمنظمات، ولفلسفة أعمالها، ولا سيّما المنظمات الخدمية مثل: المصارف، نتيجة انتقال الأعمال بوقتنا الحاضر إلى أعمال قائمة على المعرفة وتبني التكنولوجيا، إذ تساهم بشكل مباشر في تحقيق أهداف المنظمات وزيادة كفاءة أدائها، فتحقق التفوق التنافسي لها، لهذا تشكل إدارة معرفة الزبون فلسفة إدارية تمثل عملية سد الفجوة المعرفية بين المنظمات والزبون، مما يمكن المنظمة من تحقيق التفاعل المباشر مع الزبون وصولاً إلى التفوق التنافسي، لمواجهة الضغوط التي تواجه المنظمات بشكل عام، والمصارف بصورة خاصة والتي من أهمها التطورات العلمية والتقدم التكنولوجي، والمنافسة الشديدة بين المنظمات، والانفتاح الاقتصادي، وظاهرة العولمة، واقتصاد المعرفة والمعلومات، والتعقيد، والتنوع، وغيرها مما يستلزم وجود إدارة معرفة مؤاتية وداعمة لإحداث التفوق التنافسي المنشود

1 جامعة الجنان – لبنان طرابلس

2 م.د. جامعة الجنان – لبنان- طرابلس

باستخدام التكنولوجيا الحديثة. ولهذا جاء اختيارنا لهذا الموضوع لما له من أهمية كبيرة على كل المستويات وخاصة في القطاع المصرفي العراقي.

## 2. أهمية البحث

تبرز أهمية هذه الدراسة من أهمية المعرفة ببعدها التكنولوجي كإحدى أهم المرتكزات للنهوض بكافة القطاعات ولاسيما في القطاع المصرفي، حيث يمكن للمصارف التي تتبنى التكنولوجيا وفق إدارة المعرفة تحقيق ميزات التنافس بكافة النواحي، ولاسيما بالقطاع المصرفي بيئة تطبيق هذه الدراسة، والذي يمثل قطاع حيوي في تعزيز الاستثمارات الانتاجية لأي دولة، والرافد الأهم في تحسين قدرتها الاقتصادية والمالية.

## 3. أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى اختبار تحديد أثر إدارة المعرفة ببعدها التكنولوجي في تعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية، وذلك من خلال تحديد أثر أبعاد إدارة المعرفة (التكنولوجي بتعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية).

## 4. مشكلة البحث

أصبحت العوامل التكنولوجية كأحد عناصر إدارة المعرفة من أبرز المرتكزات الرئيسية للمصارف، من أجل تعزيز قدرتها على مواجهة تحديات التنافس وفق معالم العولمة، وباتت المصارف في كافة الدول تسعى جاهدة على الاستثمار بها ونقلها وتطبيقها وفقاً لأفضل النماذج، وفق الصورة التي يحقق بها قيمة مضافة، ويعطيها القدرة على مجاراة تطورات البيئة المصرفية، وبالتالي تتمثل إشكالية البحث بالسؤال الرئيسي التالي: "ما دور البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة في تعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية؟"

## 5. فرضيات البحث

تتمثل الفرضية الرئيسية للبحث في:

- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات لإدارة المعرفة على قيمة المصارف الأهلية العراقية.

## 6. حدود البحث

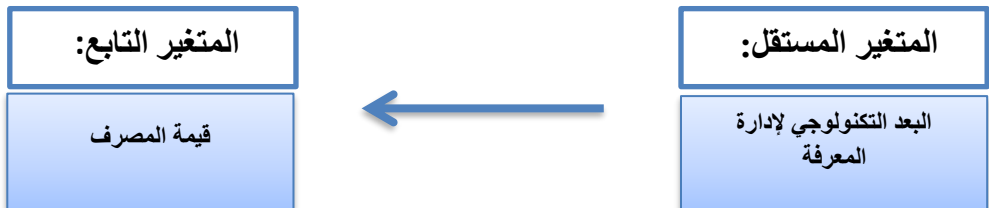
الحدود المكانية: المصارف الأهلية العراقية.

الحدود البشرية: فئة من العاملين بالمصارف الأهلية العراقية.

الحدود الزمانية: سيتم تطبيقها العام الدراسي 2022/2023.

## 7. نموذج البحث

يتمثل نموذج البحث فيما يلي:



## 8. الدراسات السابقة:

1. دراسة (الحسنوي والعلي، 2022) بعنوان: "دور إدارة المعرفة في تحسين جاهزية البنوك". هدفت الدراسة لتقصي أثر إدارة المعرفة بتحسين جاهزية البنوك العراقية، واعتمدت المنهج الوصفي والتحليلي. النتائج: جاهزية البنك تتحقق بسرعة وأقوى بتوافر إدارة المعرفة، وأوصت الباحثة بضرورة الاهتمام لإيجاد إدارة معرفة فعالة، تعمل على زيادة إمكانيات الموظفين وتنفيذ توقعاتهم، واتخاذ ظروف عمل إنسانية، والتي تنعكس على تعزيز جاهزية المصارف وزيادة جودتها الخدمية المصرفية.

2. دراسة (بأفضل، 2022) بعنوان: "إدارة معرفة الزبون في المصارف اليمينية دراسة مقارنة بين البنوك التجارية والإسلامية."

هدفت للتعرف على إدارة معرفة العميل المتمثلة في (التعرف على العميل) من خلال دراسة مقارنة بين البنوك التجارية والإسلامية باليمن، تم استخدام منهج وصفي تحليلي، ونتائج الدراسة توصلت لعدم وجود اختلاف في إدارة معرفة الزبون بشكل عام في المصارف اليمينية وفقاً لنوع المصرف (تجاري، إسلامي)، فضلاً عن أنه لا يوجد اختلاف في إدارة معرفة الزبون بشكل منفرد والمتمثلة في (المعرفة حول الزبون، معرفة العميل، معرفة العميل، معرفة العميل للمعمول) في البنوك اليمينية حسب نوع البنك (تجاري، إسلامي).

3. دراسة (Rezaee et al., 2022) بعنوان:

**"The Impact of Innovation and Knowledge Management on the Relationship between Balanced Scorecard Dimensions and Banking Productivity"**.

الغرض من هذه الدراسة هو قياس آثار أدوات الإدارة مثل إدارة المعرفة والابتكار على الارتباط بين الأبعاد الأربعة ل BSC على إنتاجية البنك، وأجريت على 10 بنوك في الدولة عام 1398 باستخدام العينات العشوائية وبمساعدة الاستبيانات المرسله إلى 172 من كبار خبراء البنك وبناء على مخرجات تقنية المعادلة الهيكلية أوضحت أن الابتكار في الارتباط بين بعدين للعملية الداخلية، وتعلم أبعاد BSC مع إنتاجية البنوك له تأثير كبير، ومع ذلك، فإن الارتباط بين بعدين ماليين وعميل الأبعاد الأربعة ل BSC مع الكفاءة المصرفية لم تتأثر بشكل كبير، كما كان لإدارة المعرفة تأثير كبير على الارتباط بين الأبعاد المالية وأبعاد العملاء مع إنتاجية البنك، ولكن لم يلاحظ أي تأثير على الارتباط بين أبعاد العملية الداخلية والتعلم والإنتاجية. وتلفت هذه النتائج انتباه واضعي السياسات في النظام المصرفي إلى إعطاء الأولوية للابتكار وإدارة المعرفة، فضلاً عن تحسين مستوى استخدام جميع أدوات التطوير بهدف موازمتها لتعزيز الارتباط بين BSC والإنتاجية المصرفية.

الإطار النظري:

أولاً. إدارة المعرفة:

لقد تطور دور المعرفة بنجاح المؤسسات، فساعد ذلك على انتقال هذه المؤسسات للاقتصاد العالمي المعاصر، المعروف باسم "اقتصاد المعرفة" والذي يركز على رأس المال المعرفي والفكري والمنافسة

بالاستعانة بالإمكانات البشرية، بالإضافة إلى لعب دور مهم بتحويل المنظمات المجتمعية إلى مجتمعات قائمة على المعرفة، وإحداث تغييرات جذرية في المنظمات للتكيف مع بيئة سريعة التغير. (الزطمة، 2011).

القدرة على التجميع هي خاصية معرفية بما يرتبط بسياق الأعمال، مما يعني أن للفرد قدرة محدودة على اكتساب المعرفة ونتيجة لهذه الحقيقة، عادةً ما يكون هناك أخصائيون محددون داخل المنظمة يكون لديهم درجة عالية من المعرفة بمجال محدد. ويمكن القول إن اكتساب واستخدام المعرفة التكنولوجية الجديدة مرتبط بالمعرفة والدراية الضمنية أي أنّ المعرفة تنتج من التفاعلات بين الأفراد، والتكنولوجيا بعملهم اليومي (Hernandez, 2015).

وإن إدارة المعرفة تم التعبير عنها وتعريفها من عدة زوايا ووجهات، فبعضها يشرح من ناحية اجتماعية أو ثقافية أو فنية وجميعهم يتبعون آرائهم وتوجيهاتهم الخاصة، فهي الإدارة التي تعمل وفقاً لشروط منتظمة وواضحة، ومن الممكن الاستفادة منها، وتجميعها وتنظيمها، ونشرها، وتستوجب تحويل المعرفة الفردية لمعرفة جماعية يمكن مشاركتها بصورة صريحة عبر المنظمة (المحاميد، 2008).

وقد عرفها Molhotra بأنها انعكاس لعملية تنظيمية تدمج صلاحية تقنيات البيانات مع معالجة البيانات مع قابلية الإبداع والابتكار للأشخاص (فريد، 2011، ص6). وعرفها (DeLong, 2004) بأنها شبكة الفعاليات الإدارية التي تقوم على تعيين وجمع وإعداد كل ما يتعلق بالأعمال الجوهرية والهامة بالمصرف من أجل زيادة كفاءة الأداء والاستمرارية وتطوير المصرف بالتغلب على الإشكاليات والتحويلات المستمرة. بمعنى آخر هي إجراء تقوم به المؤسسة أو المصرف من أجل تنظيم ودمج عمليات معالجة البيانات. وكما عرفها (أود والبياني، 2010، ص179) بأنها إجراء تلجأ به المؤسسة للذكاء الجماعي لإحراز أهدافها التخطيطية.

### أهمية إدارة المعرفة

تكمن أهمية البحث بالنقاط الآتية: (مصطفى، 2019، ص43).

- تمنح إمكانية واسعة للمنظمات لمحاولة قدر الإمكان من تقليص النفقات وتعزيز موجوداتها الداخلية لتكوين إيراداتها الجديدة.
- تعد أسلوب منهجي تكاملي لتنسيق أعمال المصرف نحو تحقيق أهدافه.
- واسطة المؤسسات الناجعة للاستثمار برأسمالها الفكري، وذلك عبر تسهيل الوصول للمعرفة.
- تقوم على تأمين فرصة للمصارف لتحقيق التنافسية الدائمة.

### عمليات إدارة المعرفة

1. توليد المعرفة: تلهم الإبداع وعندما يصبح ذلك الأخير متحققاً فيكون مصدراً لمعارف جديدة. (طرطار، 2011، ص6). أنّ توليد المعرفة لا يحدث ضمن المؤسسة أو المصرف الواحدة فقط بل يتعداها إلى مؤسسات ومصارف أخرى من خلال شبكة العلاقات القائمة بينهما (محمود وملكأوي، 2008).

2. **تخزين المعرفة:** إن اختزان المعرفة والاحتفاظ بها موضوع هام جداً، لا سيما للمؤسسات والبنوك المعرضة لدوران قوى عاملة عالية والتي تعتمد طريقة توظيفها على العقود، مؤقتة واستشارية لخلق المعرفة داخلها ولأنهم يحملون معهم ما يفترض أنهم غير موثقين من المعرفة (بن عامر، 2018، ص37). ولتقنيات البيانات والاتصالات تأثير كبير على تحسين وتوسيع الذاكرة التنظيمية واسترجاع هذه البيانات المخزنة، وهناك أدوات مثل دليل المعرفة ونموذج إدارة الوثائق اللذان يستخدمان بالوصول للمعرفة.

3. **توزيع المعرفة:** يشمل إجراءات التوزيع والمشاركة والنقل والدفق، والتنظيم الشبكي المتقدم في المصارف والمؤسسات كالإنترنت والإكسترنال التي يتم من خلاله التبادل الواسع الفوري للبيانات والمعرفة وتقاسمها أفقياً وعمودياً. (الجنابي، 2001).

4. **تطبيق المعرفة:** يؤدي الى تنفيذ أعمال المصرف بفاعلية، ويمنح المصرف الميزة التنافسية، ويجب تطبيق المعرفة بالكامل على الأعمال، لأن بعض المصارف تعاني من فجوة بين المعرفة والعمل وتنظم هذه المؤسسة دورات تخطيط وتوليف بدلاً من ممارسة الأعمال والتطبيقات (Aishosh, 2011, p:38).

#### أبعاد ادارة المعرفة

#### ثانياً: البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة

يعتمد على تكامل البرامج مع البنية التحتية للأجهزة المقترنة لدعم إدارة المعرفة والتعلم التنظيمي من خلال حرية الوصول إلى المعرفة ومشاركتها باستخدام وسائط تكنولوجية متعددة مثل البريد الإلكتروني وأنظمة دعم القرار والفيديو، عقد المؤتمرات والبرامج الحديثة لأنظمة دعم القرار المتقدمة وتحسين العمل الجماعي بين المتخصصين الممتد جغرافياً وتُعرف التكنولوجيا باسم (Group-Ware)، كذلك تقنيات قائمة على شبكة تسمح بوصول بيانات وموارد المعرفة بغض النظر عن المكان والزمان مثل الإنترنت والشبكات المحلية.

يعتقد العديد من العلماء أنّ التكنولوجيا هي أهم جزء بإدارة المعرفة التنظيمية، ويرون أنّ رقمته البيانات المفيدة تقود المعرفة بشكل فعال، وذلك لما تعطيه من كفاءة في إدارة المعرفة، ونرى ذلك في وسائل إعداد البيانات وتخزينها وتوصيلها واسترجاعها بين الأجهزة وبالتالي الأفراد المتعاملين من خلالها في المنظمة .

#### وهناك العديد من الأمثلة على تكنولوجيا البيانات بالمصارف:

- عقد اجتماعات عبر الدوائر التليفزيونية والأقمار الصناعية.
- استخدام الإنترنت في التعامل بين الأفراد في أماكن مختلفة.
- تخزين البيانات المختصة بالتحليل المالي للإدارة والخبرات السابقة، وذلك ليتم الرجوع إليها بسهولة، ويكون ذلك مهماً بمنظمات الخدمات المالية والإدارية لتفادي إعادة تحليل البيانات والإحصاءات مرات متعددة (شارد، 2017، ص40-43).

#### ثالثاً: قيمة المصرف

إن مفهوم القيمة يختلف عن بعض المفاهيم الأخرى كالثروة فالثروة بالنسبة لشخص ما تضم فضلاً عن الأسهم الكلية المملوكة كأشياء مادية كالعقارات والسيارات أو غير مادية مثل الصحة والسعادة، وكذلك بالنسبة للتكلفة والتي تعتبر أشمل من مفهوم القيمة لأنه يتم عن طريقها حساب الموجودات والمطلوب في الميزانية، أما القيمة فهي تمثل الأسهم المملوكة والاستثمارات المالية المتمثلة عادة بقرارات الإدارة المالية ( زياد، 2016).

وأما بالنسبة لقيمة المصرف فقد تم تعريفها بأنها معيار التغيير في قيمة استثمار المصرف خلال وقت معين وتقر بواسطة الأسواق المالية (Johnson, 2001)، وعرفت كذلك بأنها مقياس للثروة حيث إنّ وحدات الأعمال وما تدره من ثروة للملاك والمساهمين وحملة الأسهم هو الهدف الأساسي لإدارة المصرف، حيث أنّ تزايد أملاك المالكين تكون بزيادة القيمة السوقية للأسهم (Scott&Koch, 2003)، وعرفها (Asaf, 2004) بأنها تعظيم القيمة الراهنة للتدفقات المتوقعة للمساهمين بالمصرف بعد دفعات على التزامات الدين.

### أهمية قيمة المصرف

تتجلى الأهمية في حقيقة أنها تمثل أساس البقاء والنمو المستدام للمنظمات المالية بشكل عام والمصرفية بشكل خاص، إذا كانت ممثلة بالقيمة الدفترية وتعبر عن القيمة العامة التي تظهر بالميزانية العمومية بصورة عامة، فإنّ أصول البنك وتمثل السعر التاريخي للأصول وقيمة التصفية هي مجموعة مبالغ يمكن أن تنتج عن البيع من الأصل والقيمة السوقية هي قيمة تتبع الأصل في السوق ويتم تحديدها من خلال العرض والطلب. بينما تعتبر القيمة الفعلية أو الاقتصادية قيمة عادلة لأنها تمثل القيمة المالية بالوقت المقبل (كيون، 2005).

1. **القيمة العادلة:** وهي تمثل بعض حالات القيمة التجارية هي تعبير عن القيمة العادلة لأداة مالية مماثلة من خلال مقارنة قيمة الأموال في المستقبل ويتم التعبير عنها من حيث الحقائق الموضحة في الأصول وتوزيعات الأرباح لكل سهم والربح وآفاق النمو المستقبلية والقيمة العادلة.
2. **القيمة السوقية:** أي تقدير السوق للأصل، ويتم تداول الأسهم في سوق أعلى أو أقل من القيمة الاسمية والدفترية الكاملة، والتي يتم تحديد قيمتها بناءً على البيانات المتعلقة بالبنك كمركز مالي وأداء المؤسسة ونتيجة ما تتعرض له من ظروف اقتصادية أو سياسية وما تتعرض له من أعمال وأرباح ونسبة سنوية (زلوم، 2013).
3. **القيمة الاسمية:** وهي المثبتة بشهادة ملكية الأسهم والتي يكون بحوزة المالك وهي جزء من رأس المال المصرح به، وعادة ما ينص عليها في عقد التأسيس للمنشأة وتكون القيمة الاسمية ذات أهمية اقتصادية منخفضة بنظر المستثمرين بوجه خاص. (العامري، 2013).
4. **قيمة دفترية:** وهي قيمة الأسهم بالنسبة لما هو مكتوب في سجلات محاسبية ضمن وحدة اقتصادية، وتعتبر عن قيمة السهم ضمنها والذي يشير إلى أنّ حصته حصة صافية من أصول المنظمة وميزانيتها بالعموم (Thomas& Gup, 2010).

5. **القيمة الاقتصادية:** وتعبّر عن المبالغ التي يدفعها المستثمرون للحصول على الأسهم، وإنّ عملية حساب قيمة الاستثمار هي عملية معقدة تستند إلى العوائد المتوقعة ومخاطر الأسهم، حيث إنّ كل من السهم مصدران من العوائد، أولهما مدفوعات السنوية والثاني هو مكاسب رأس المال التي تزيد مع زيادة السعر في السوق الأسهم (العكيلي، 2017).
6. **قيمة التصفية:** هي قيمة أسهم المصرف عند قيام المصارف ببيع أصول المصرف ودفع جميع المطلوبات وتعادل تعرفه السوقية لموجودتها مطروحاً منها الديون التي عليها والناج هي حصة الملاك والمساهمين يتم توزيعه على المساهمين (Megginson & Smart, 2008).
7. **القيمة الاستثمارية:** تعرّف على أنّها أحد أهم الإجراءات المساهمين التي تشير للمبالغ المدفوعة من المستثمرين لأخذ الأسهم وإنّ عملية حساب القيمة الاستثمارية هي عملية معقدة تستند إلى العوائد المتوقعة ومخاطر الأسهم، إذا إنّ كلّ سهم يوجد له مصدران للتكيف بالأرباح وتوزيعها بشكل لحظي وبشكل سنوي، ومكاسب رأس المال، والتي تزيد مع زيادة سعر السوق (Gitman & Joehnk, 2008).

#### العوامل المؤثرة في قيمة المصرف

1. **العرض والطلب:**
2. **سعر الصرف:** بأنّه وحدة النقد الأجنبي المعبّر عنها بوحدة العملة الوطنية.
3. **التضخم:** بأنه الزيادة في نطاق مستوى الأسعار، والسعر هو المتوسط المرجح لأسعار مختلف السلع والخدمات فيه (Samulson & Nordtaus, 2005).
4. **ناتج محلي إجمالي (GDP):** قيمة جميع السلع المنتجة ضمن الدولة خلال عام اقتصادي واحد وهو المقياس الأكثر أهمية لإجمالي الناتج من الاقتصاد لأنّه يعكس إجمالي القيمة السوقية للسلع خلال مدة سنة (Sullivan et al., 2010).
5. **معدّل دخل الفرد:** التدفّقات النقدية التي يحصل الفرد عليها لقاء عمله أو من ممتلكاته في وقت معيّن (Mcconell & Brue, 2005).
6. **سعر الفائدة:** هو المبلغ المدفوع على الدين كجزء منه خلال مدة محددة، إنّ سعر الفائدة ترتبط بشكل إيجابي بالأداء المصرفي (Mcaleese, 2004).
7. **الزيادة المتوقعة في النمو الاقتصادي:** ويقصد بها الزيادة على طلب المنتجات التي تختص شركة ما بتقديمها، وبالتالي ترتبط مع زيادة في حجم الإيرادات والتدفّقات المالية لتلك المنشأة، والرفع في المبيعات والدخل الشخصي (Madura, 2010).

#### استراتيجيات تعزيز القيمة المصرفية

يشتمل مجموعة من الاستراتيجيات كما يراها الباحثين كالاتي:

1. **استراتيجية الحد من المخاطر:** وهي مصدرأ أساسياً ذات القيمة المستدامة للمالكين والمستفيدين (Boyce, 2002).
2. **استراتيجية خفض التكاليف:** تحاول البنوك بالاستعانة بها لخفض تكاليف العمليات المصرفية، ومن ثم ينعكس ذلك في زيادة معدلات الربح من جانب ومن ناحية أخرى زيادة القدرة التنافسية، الذي يولد مصدرأ هاماً لخلق قيمة مستدامة للمصارف.
3. **استراتيجية تعظيم قيمة الزبون:** ويعتبر من أهم أهداف تعظيم الأرباح للمصرف ومن ضمن الخصائص المميزة لمنظمات الأعمال الناجحة بتحقيق الأرباح ومحاوله فهم السوق وحاجات ورغبات الزبون (Armstrong&Kotler, 2008).
4. **استراتيجية السوق:** ويتمثل هذا المصدر بدخول أسواق جديدة أو تطوير المنتجات والأعمال أو الخدمات ضمن الأسواق الحالية وبعد ذلك توسيعها ومن ثم تعظيم ورفع القدرة التنافسية وزيادة الأرباح وتعظيم قيمة الصرف (Ahmed&Shepherd, 2010).
5. **التكنولوجيا:** هي مصدر مهم لخلق قيمة للقطاع المصرف بشكل كبير كما أنّ اعتماد الرقمنة المستجدة وأتمتة عمليات مصرفية يزيد من سرعة أداء العمليات واختصار الوقت اللازم لإنجاز المهام لزيادة الخدمات المقمة للزبائن وخفض تكاليفها (Ho&Mallik, 2006).
6. **الإبداع والابتكار:** أصبحت سياسات إدارة الإبداع تتمتع باهتمام كبير بسبب ما يمثله هذا المفهوم من أساسيات مهمة للنجاح بمنظمات الأعمال، وتتمثل بأنها من مصادر مهمة للقيمة المستدامة المصرفية إن تحديث الأدوات والعمليات المصرفية يتم عبر عنصر الإبداع والابتكار غاية في الأهمية وذلك من خلال الاستحداث وخلق أدوات مصرفية جديدة تواكب التوسع الجاري بالساحة المصرفية العالمية من جهة وتلبي احتياجات ورغبات الزبائن من جهة أخرى (Laszlo, 2008).

### الإطار العملي:

### منهج الدراسة

للوصول الى الأهداف المرجوة ومن أجل الإجابة على أسئلة الدراسة سيعتمد الباحثان على المنهج الوصفي لتوضيح الجانب النظري، والدراسات السابقة عن طريق الكتب، والبحوث، والمقالات، وكذلك سيعتمد على الجانب التحليلي الذي يختص باستطلاع إجابات الأفراد الباحثين من العاملين في المصارف الأهلية العراقية قيد الدراسة بهدف التعرف على المشكلة، وتحليلها ومن ثم بيان إبعادها ومتغيراتها ومعرفة أثر البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة في تعزيز قيمة المصرف أو الوصف الظاهري لها، من خلال أسئلة الاستبانة التي قدمت لهم. وذلك بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي spss لتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

### مجتمع وعينة الدراسة

- **مجتمع الدراسة:** لاختبار العلاقة بين متغيرات البحث المتمثلة بالبعد التكنولوجي لإدارة المعرفة وقيمة المصرف تم اختيار مجتمع البحث المكون من العاملين في المصارف الأهلية العراقية.



• **عينة الدراسة:** تم توزيع 450 استبانة تم إعادة 430 استبانة منها واستبعاد 8 استبانات باطلة، وبالتالي بلغ حجم العينة 422 مشاهدة، من خلال استبانة فيها عدة أسئلة وزعت على العاملين في المصارف الأهلية العراقية.

#### أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة، واحتوى الاستبيان فرعين رئيسيين:

#### القسم الأول: البيانات الشخصية والعمامة.

يتضمن هذا الجزء الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة وتشمل جنس المستهدف وعمره، وخبرته، بالإضافة إلى مستواه العلمي، وتخصصه، وايضاً مستواه الوظيفي.

#### القسم الثاني: ويتضمن المحاور التالية:

1. المحور الأول القسم الصلب في البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة (hardware): يتضمن عبارة.
2. المحور الثاني القسم البرمجي في البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة (software): يتضمن 5 عبارات.
3. المحور الثالث: قمية المصرف ويتضمن 8 عبارات.

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert) لقياس استجابات المبحوثين لعبارات الاستبيان وكانت الآراء على كل على عبارة موزعة على 5 إجابات حيث الدرجة (1) تشير إلى غير موافق بشدة والدرجة (5) تشير إلى موافق بشدة كما هو موضح في الجدول التالي :

#### الجدول رقم (1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة الدرجة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثان.

#### الصدق والثبات :

#### الصدق الظاهري للاستبيان:

بهدف التحقق من مدى ملائمة الاستبيان وصحة محتواه لتمثيل المتغيرات المدروسة وذلك قبل اجراء المسح الميداني، وبهدف انجاز الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها فقد قام الباحثان بعرض الاستبيان بصورته الأولية على الاستاذ المشرف حيث تم الاخذ بكافة التعديلات التي اجراها الاستاذ المشرف، كما تم عرض المقياس على عدد من الاساتذة المختصين، وبموجب ملاحظاتهم بشأن المقياس فقد تم إعادة صياغة المقياس والتحقق من محتواه ومدى ملاءمته لطبيعة المجتمع المدروس، من حيث تعديل صياغة بعض العبارات وإضافة بعض البيانات لبعض الأسئلة.

**الاتساق الداخلي:**

يشير الاتساق الداخلي إلى مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وقد تم إيجاد الاتساق الداخلي الاستبيان من خلال إيجاد معامل الارتباط بين كل عبارة من العبارات ودرجة المحور الكلية، بالإضافة إلى حساب معامل الارتباط بين كل عبارة مع الدرجة الكلية للمقياس. ويهدف التأكد من الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان والتحقق من مدى صدق العبارة والتأكد من انها تلائم ما وضعت لقياسه فقد قام الباحثان بحساب معاملات الارتباط الخطي البسيط لعبارات الاستبيان لكل عبارة مع محورها (جميع عبارات المحور) ومع درجة المقياس الكلية (جميع عبارات المقياس) كما يلي :

**الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (hardware)****يبين الجدول (2) الاتساق الداخلي لعبارات البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة (hardware) مع درجة المحور الكلية.**

م	معامل الارتباط
محور البعد الصلب إدارة المعرفة	
1	تعمل إدارة المصرف على تحديث وتطوير الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار. **0.931
2	تمتاز التجهيزات التقنية في المصرف بمواكبتها لكل جديد **0.892
3	تساعد التجهيزات التقنية في المصرف على تسريع إنجاز الأعمال **0.936
4	تسهم التجهيزات التقنية في المصرف بضمان دقة العمل **0.984
5	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة داخل المصرف. **0.952

**الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني (software)****جدول (3) الاتساق الداخلي لعبارات البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة (software) مع درجة المحور الكلية.**

م	معامل الارتباط
محور البعد التكنولوجي إدارة المعرفة	
1	تعمل إدارة المصرف على تحديث وتطوير البرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار. **0.966
2	تمتاز التطبيقات البرمجية المستخدمة بالمصرف بتطورها ومواكبة كل ما هو جديد. **0.825
3	تساعد التطبيقات البرمجية المستخدمة بالمصرف في إنجاز العمليات بسرعة وبالتالي زيادة إيراداته. **0.831
4	تمتاز التطبيقات البرمجية المستخدمة في المصرف بالقدرة على توفير المعلومات المختلفة للعاملين والعملاء. **0.901
6	تهتم إدارة المصرف بمعرفة البرمجيات التي تستخدمها المصارف المنافسة المحلية والخارجية. **0.819

**الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث (قيمة المصرف):****جدول (4) معامل ارتباط فقرات محور قيمة المصرف مع الدرجة الكلية للمحور**

م	معامل الارتباط
محور قيمة المصرف	
1	يقدم المصرف خدماته المصرفية بصورة مميزة عن باقي منافسيه. **0.963
2	يعتمد المصرف على استثمار المعرفة المتراكمة لدى العاملين في المجال المصرفي لتقديم الخدمات. **0.964
3	تهتم إدارة المصرف بالاستماع إلى ملاحظات وتساؤلات العملاء أثناء وبعد الحصول على الخدمة المصرفية. **0.981

**0.954	4	تعتمد إدارة المصرف على إدارة التكلفة مع تقديم جودة عالية كاستراتيجية تنافسية تميزه عن بقية المصارف.
**0.892	5	يمتلك المصرف أساليب تنبؤية ذات إمكانات عالية للتنبؤ بالمخاطر المحتملة.
**0.933	6	تسعى إدارة المصرف إلى تعزيز سمعته المصرفية بين المصارف المنافسة لاكتساب أكبر عدد من العملاء الحاليين والمحتملين مستقبلاً.
**0.964	7	يشهد المصرف زيادة في حجم التعاملات في السوق المالية.
**0.925	8	يشهد المصرف زيادة في أسعار الإغلاق السنوية لسعر أسهمه بالسوق المالية.

### من إعداد الباحثان وفق نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25

يتضح من جدول (3)، أنّ جميع الفقرات قد حققت ارتباطات دالة مع الدرجة الكلية لمحور قيمة المصرف الذي تنتمي إليه عند مستوى 0,05. وبالاعتماد على الجدولين (2) (3)، فإنّ أداة الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من صدق الاتساق الداخلي. ثبات الاستبانة:

#### معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول: الجانب الصلب من إدارة المعرفة

Cronbach's Alpha	N of Items
0.992	6

#### معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني: الجانب البرمجي من إدارة المعرفة

Cronbach's Alpha	N of Items
0.924	6

#### معامل ألفا كرونباخ للمحور الثالث: قيمة المصرف

Cronbach's Alpha	N of Items
0.983	8

#### معامل ألفا كرونباخ لفقرات أداة الاستبانة

Cronbach's Alpha	N of Items
0.995	14

بينت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25 أن قيمة معامل الثبات Cronbach's Alpha الكلية تساوي 0.995 وهي قيمة مقبولة إحصائياً. الإحصائيات الوصفية لفقرات محاور الاستبانة:

#### جدول (5) الإحصائيات الوصفية لفقرات محور الجانب الصلب لإدارة المعرفة

One-Sample Statistics					
المحور الأول: الجانب الصلب لإدارة المعرفة					
م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة sig الاحتمالية
1	تعمل إدارة المصرف على تحديث وتطوير الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار.	1.8934	1.24466	.06059	0.00
2	تمتاز التجهيزات التقنية في المصرف بمواكبتها لكل جديد	1.8744	1.15984	.05646	0.00
3	تساعد التجهيزات التقنية في المصرف على تسريع إنجاز الاعمال	2.3223	1.16375	.05665	0.00
4	تسهم التجهيزات التقنية في المصرف بضمان دقة العمل	1.9716	1.34505	.06548	0.00
5	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة داخل المصرف.	2.1825	1.24728	.06072	0.00

يلاحظ من جدول (5) وجود فروق معنوية لمتوسط إجابات أفراد العينة بالنسبة لمتوسط الحياد لمقياس ليكرت الخماسي حيث أن متوسط إجابات أفراد العينة على عبارات محور الجانب الصلب من إدارة المعرفة تميل نحو التقييم الجيد.

### جدول (6) الإحصائيات الوصفية لفقرات محور الجانب البرمجي لإدارة المعرفة

One-Sample Statistics					
المحور الأول: الجانب الصلب لإدارة المعرفة					
م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة sig الاحتمالية
1	تعمل إدارة المصرف على تحديث وتطوير الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار.	1.778	1.6194	0.4918	0.01
2	تمتاز التجهيزات التقنية في المصرف بمواكبتها لكل جديد	1.723	1.6102	0.4888	0.00
3	تساعد التجهيزات التقنية في المصرف على تسريع إنجاز الأعمال	1.996	1.1549	0.5167	0.00
4	تسهم التجهيزات التقنية في المصرف بضمان دقة العمل	1.8792	1.4661	0.06454	0.01
5	تتوافر شبكة اتصالات حديثة وفعالة داخل المصرف.	1.7146	1.3497	0.6032	0.01

يلاحظ من جدول (6) وجود فروق معنوية لمتوسط إجابات أفراد العينة بالنسبة لمتوسط الحياد لمقياس ليكرت الخماسي حيث أن متوسط إجابات أفراد العينة على عبارات محور الجانب البرمجي من إدارة المعرفة تميل نحو التقييم الجيد.

### جدول (7) الإحصائيات الوصفية لفقرات محور قيمة المصرف

One-Sample Statistics					
المحور الثاني: قيمة المصرف					
م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة sig الاحتمالية
1	يقدم المصرف خدماته المصرفية بصورة مميزة عن باقي منافسيه.	2.0758	1.15289	.05612	0.00
2	يعتمد المصرف على استثمار المعرفة المتراكمة لدى العاملين في المجال المصرفي لتقديم الخدمات.	2.0687	1.15642	.05629	0.00
3	تهتم إدارة المصرف بالاستماع إلى ملاحظات وتساؤلات العملاء أثناء وبعد الحصول على الخدمة المصرفية.	1.7038	1.26150	.06141	0.00
4	تعتمد إدارة المصرف على إدارة التكلفة مع تقديم جودة عالية كاستراتيجية تنافسية تميزه عن بقية المصارف.	1.9313	1.25493	.06109	0.00
5	يمتلك المصرف أساليب تنبؤية ذات إمكانيات عالية للتنبؤ بالمخاطر المحتملة.	1.9028	1.19084	.05797	0.00
6	تسعى إدارة المصرف إلى تعزيز سمعته المصرفية بين المصارف المنافسة لاكتساب أكبر عدد ممكن من العملاء الحاليين والمحتملين مستقبلاً.	2.3033	1.16069	.05650	0.00
7	يشهد المصرف زيادة في حجم التعاملات في السوق المالية.	2.0095	1.33112	.06480	0.00
8	يشهد المصرف زيادة في أسعار الإغلاق السنوية لسعر أسهمه بالسوق المالية.	2.2014	1.25953	.06131	0.00

المصدر: من إعداد الباحثان وفق نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25

يلاحظ من جدول (7) وجود فروق معنوية لمتوسط إجابات أفراد العينة بالنسبة لمتوسط الحياد لمقياس ليكرت الخماسي حيث أنّ متوسط إجابات أفراد العينة على عبارات محور قيمة المصرف تميل نحو التقييم الجيد.

#### اختبار الفرضية:

يوجد أثر معنوي بين البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة وتعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية. تشير النتائج المبينة في الجدول إلى نتائج اختبار الفرضية وذلك بإيجاد معامل الارتباط بين محور البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة بشقيه (هاردوير وسوفت وير) ومحور قيمة المصارف الأهلية العراقية

#### جدول (7) علاقة البعد التكنولوجي وقيمة المصارف الأهلية العراقية.

##### Correlations

		البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة	قيمة المصارف
البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة	Pearson Correlation	1	.994**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	422	422
قيمة المصارف	Pearson Correlation	.994**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	422	422

يتبين من الجدول أنّ قيمة معامل الارتباط  $0.994^{**}$  وبالتالي توجد علاقة قوية جداً بين المتغيرين. وكما يتبين أنّ قيمة  $SIG < 0.05$  وبالتالي: يوجد علاقة معنوية بين البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة وتعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية.

• يتبين من خلال قيمة معامل الارتباط والبالغة  $0.776$  وجود علاقة ارتباط قوية بين محور البعد التكنولوجي بشقيه (معدات وبرمجيات) ومحور قيمة المصارف كون قيمة معامل الارتباط أكبر  $0.75$ ، كذلك من خلال إشارة قيمة معامل الارتباط يتبين أنّ العلاقة طردية بين محور البعد التكنولوجي وبعد القيمة، ومن خلال قيمة  $p$ -value (Sig) المرافقة لاختبار بيرسون يتبين ان هذه العلاقة معنوية على مستوى معنوية  $0.05$  وبالتالي فإننا نقبل الفرض القائل بأنه يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات لإدارة المعرفة على قيمة المصارف الأهلية العراقية.

واختبر الباحث الفرضية باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط وأظهرت النتائج ما يلي:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.994a	.988.	.989	.12129

##### Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta			
1	قيمة المصرف	.047	.012		4.005	.000
	البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة	.972	.005	.994	194.560	.000

## ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	بين المجموعات	556.894	2	556.894	37853.552	.000b
	داخل المجموعات	6.179	420	.015		
	Total	563.073	422			

## الاستنتاجات

1. قيمة دالة المعنوية الحسابية تعادل  $\text{sig} = 0.000$  وهي أقل من القياسية  $\text{sig} < 0.05$  ، وبالتالي نقبل فرضية يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات لإدارة المعرفة على قيمة المصارف الأهلية العراقية .
2. كما وجدنا من معامل التحديد (0.989) أي أن العلاقة طردية وقوية جداً، إذ أن البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة يشرح 98% من التباينات في قيمة المصارف الأهلية العراقية و2% يعود لعوامل عشوائية أخرى.

## نتائج الدراسة:

بينت نتيجة الفرضية وجود علاقة طردية قوية جداً ذات مدلول إحصائي بين البعد التكنولوجي لإدارة المعرفة وتعزيز قيمة المصارف الأهلية العراقية؛ وذلك يعود إلى اندماج الحاسوب مع الشبكات وتقديم الاتصالات بالعصر الحالي بالإضافة إلى اهتمام إدارة المصرف بالعمل على تحديث الأجهزة والبرمجيات وعتاد الحاسوب، وأجهزة الاتصالات التي ترتبط بتكنولوجيا المعلومات بتتابع، ومواكبة كل ما هو جديد بما يتعلق بالتكنولوجيا والرقمنة الجديدة، وتأمين شبكة اتصالات محدثة داخل المصرف؛ مما يوازر على توفير المعلومات المختلفة للعاملين والعملاء بالتوقيت الملائم وبأقل التكاليف الممكنة، وإنجاز العمليات بشكل سريع والمساعدة في فهم أعمال الزبائن وإنقاذ فجوة عدم التماثل بالمعلومات بين المصرف والمقترض بالإضافة إلى الفهم الأحسن بالمقترض، وتحليل المخاطر وأسناد قرارات الائتمان وبالتالي زيادة إيراداته وأرباحه وإنجاز توسع كبير في سوق المنافسة المحلية والدولية.

## التوصيات:

يوصي الباحثان بالآتي :

- لزام وضع استراتيجية مناسبة لإدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات الداعمة لعملياتها في إطار الاستراتيجية العامة للمصرف، ومواصلة تطبيقها وتقييمها بما يحقق الأهداف الأساسية للمصرف.
- لزام الاستغلال الأمثل للشبكات الالكترونية الداخلية والخارجية لمساهمتها الفاعلة في جمع معلومات ومعارف كافية حول العملاء والمنافسين الحاليين والمرتقبين، مما يساهم في اكتساب وخلق معرفة جديدة.
- العمل على حفظ وتدوين الخبرات والتجارب التي يقدمها الخبراء من خارج المصرف في قواعد للمعرفة كالنظم الخبيرة وأنظمة الذكاء الاصطناعي، ما يؤدي إلى تطوير الخدمات المقدمة وتعزيز قيمة المصرف.

#### المصادر:

#### المصادر العربية

1. ربا جميل المحاميد (2008)، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
2. نضال الزطمة (2011) إدارة المعرفة وتأثيرها على تميز الأداء، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
3. فتحية بو شلاغم وحنان رقايق (2015)، الاندماج المصرفي ودوره في تحسين المراكز البنوك- رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر.
4. نازم محمود ومحمود ملكاوي (2007) نظام البيانات والمعرفة وأثرها على الابداع، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.
5. أحمد البدري. (2008)، الجهاز المصرفي وأثره في المتغيرات الاقتصادية في الأردن والعراق، رسالة ماجستير، جامعة الكوفة. العراق .
6. داهنين بن عامر. (2018)، مساهمة إدارة المعرفة في إنتاج الأنظمة الخبيرة، رسالة دكتوراه، كلية محمد خيضر.
7. أحمد طرطار (2011) أثر تطبيق ادارة المعرفة على وظيفية الابداع في منظمات العمال – جامعة الشلق – الجزائر.
8. مبارك بوعيشة وليليا منصور (2012) إدارة المعرفة كتوجه اداري حديث للمنظمات في عصر المعرفة. جامعة الجنان. العراق.
9. أبو النصر، صلاح علي. (2020)، دور المصارف الشاملة وأثره في تعزيز أدار المصارف في السعودية، مجلة دراسات، مجلد 21، محمد على إبراهيم العامري (2013) الإدارة العالمية الحديثة.

#### المصادر الاجنبية

10. Brackman Steven, Harry Garretson & Charles van - 2007 - "nations and firms in the Global economy", Cambridge university, USA.

11. Boyce - 2002 - Gordon privacy: the ethics of customer information systems, Maquarie university, informing science ‘Sydney ‘Australia.
12. Dlabay lesr & Burrow James - 2008 - business finance, Thomson south western.
13. Delong - 2004 - Specific knowledge and performance measurement university of Rochester and CEPR.
14. Gitman Lawrence & johnk michaeld – 2008 - fundamental invest ment, 10th ed, Wesley.
15. Hernandez Alexandro - 2015 - Knowledge Management towards Innovation: An empirical study of the medical device industry. Copenhagen business school.
16. Kotler, Philip & Armstrong, Gary – 2008 - “principles of marketing” 12th edition, Pearson prentice – Hall, New Jersey, USA.
17. Kohli, N. and Saha, G, C, - 2008 -" Corporate governance and Valuation", Companies", International Journal of Disclosure and Governance, Evidence from Selected Indian.
18. Lazlo, Chris – 2008 -” sustainable value VOL.3, no.2.
19. Mcconsl, Campbell r & Brue Stanley l "macroeconomics", - 2005.
20. Muhammad, Ali - 2015 - Bank profitability and its determinants. In Pakistan: A panel data analysis after financial crisis. Lqra University Malaysia Sarawak.
21. Sobhani, Ahmad, "Impact of information technology", 2008.
22. Source, Madura, Jeff, - 2010 – “International corporate finance, 10th edition, south-western, strategy board”, www.innovateuk.org. Technology (ICT) standards guidelines”. Technology to Control the Audit Process. How an Audit Support System is Changing Auditor Behavior. Telecommunication union ITU.



# The Impact of the Technological Dimension of Knowledge Management in Enhancing the Value of the Bank An Applied Study on Workers in Iraqi Private Banks

Yaequb Basim Muhamad<sup>1</sup>  
yaqoobaleyashi@gmail.com

Mohamed Hicham Balouza<sup>2</sup>  
Mbalouza@hotmail.fr

**Abstract:** Knowledge management that adopts technology is considered one of the most important factors of progress for all sectors, and by acquiring it a competitive advantage can be achieved, especially in the banking sector. This study aims to determine the impact of the technological dimension of knowledge management in enhancing the value of the bank. To achieve the aim of the study, answer its questions and test its hypotheses, the researchers relied on the analytical descriptive approach. A questionnaire was also designed and distributed to the research community, where workers in Iraqi private banks are considered representatives of the study's target community. After analyzing the data and testing the hypotheses, the two researchers reached a basic conclusion, which is "the existence of a very strong direct relationship with statistical significance between the technological dimension of knowledge management and the enhancement of the value of Iraqi private banks." This is due to the integration of computers with networks and the advancement of communications in the current era, in addition to the interest of the bank's management in working to update hardware, software, computer hardware, and communication devices related to information technology in succession, keeping abreast of all that is new with regard to modern technology and digitization, and providing a new communication network within the bank; Which helps to provide various information to workers and customers in a timely manner and at the lowest possible costs.

**Keywords:** Knowledge management, the technological dimension, the value of the bank.

---

<sup>1</sup> Jinan University -Lebanon- Tarabulus

<sup>2</sup> Jinan University -Lebanon- Tarabulus