

## المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي وتأثيرها في أبعاد النجاح الاستراتيجي للمصارف

بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة\*

Technical requirements for the application of economic intelligence and its impact

On the dimensions of strategic success of banks

An applied research on a sample of Iraqi banks private

fehlook13@Yahoo.com

الباحث

أسيل مجيد عبد النبي

Bydaostaar@mracpc.uobaghdad.edu.iq

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

أ.د. بيداء ستار لفته

### المستخلص

جاء هذا البحث بتسليط الضوء على موضوع يُعد من المواضيع المهمة والحيوية للقطاعات المصرفية وهو (المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي) والمتمثلة بـ(الأجهزة والمعدات وشبكات الاتصال، والبرمجيات، وقواعد البيانات) وأبعاد النجاح الاستراتيجي للمصارف والمتمثلة بـ(رضا الزبون، وثقة الزبون، وجودة الخدمة، والنمو) في المصارف العراقية الخاصة الثلاث وهي(أشور الدولي للاستثمار، والمنصور للاستثمار، والتنمية الدولي للاستثمار والتمويل)، إذ أن تطبيقه يُعد ضرورة ملحة من أجل تحسين جودة خدماتها المصرفية المقدمة لكسب رضا زبائنها وثقتهم ومن ثم النمو للوصول للنجاح الاستراتيجي، وقد تم اختيار هذا الموضوع لجملة من المبررات أهمها حداثة موضوع الذكاء الاقتصادي على المستوى المحلي والقطاع المصرفي، فضلاً عن قلة الدراسات والبحوث فيه لذا كان من الضروري الإثراء النظري والتحليل التطبيقي لهذا الموضوع، وكانت مشكلة البحث إن لديناميكية البيئة المصرفية والتغيرات والتطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدت إلى تزايد المسؤوليات على القطاع المصرفي تجاه المجتمعات وأصبح من غير الممكن البقاء والنمو دون اعتماده على نظم معلومات حديثة ومتطورة للوصول إلى تحقيق أهدافه بكفاءة وفاعلية، ولقد انطلق هذا البحث لحل المشكلة من خلال فرضية الرئيسة والتي نصت على انه (وجود علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي)، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التاريخي والتحليلي الكمي والإحصائي واعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من العينة البالغ عددها (٨٥) ممن هم بموقع (مدير مفوض، و م. مدير مفوض، ومدير دائرة، ومدير قسم، و م. مدير قسم، ومسؤول شعبة، ومسؤول وحدة)، واستخدم البرنامج الإحصائي (SPSS) لاحتساب (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، واختبار F، ومعامل التحديد  $R^2$ ، واختبار  $X^2$ ، واختبار t)، وتوصل البحث إلى أهم النتائج هي أن بُعد ثقة الزبون من أبعاد النجاح الاستراتيجي قد حقق المرتبة الأولى وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.٠٩٠) ثم تلاه بعد النمو بالمرتبة الثانية وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١٠٥) أما بعد جودة الخدمة فكان بالمرتبة الثالثة وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١١٢) وقد جاء بعد رضا الزبون بالمرتبة الرابعة والأخيرة بمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١٨٠)، وتوصل البحث أيضاً إلى عدد من الاستنتاجات وكان أبرزها يوجد تأثير للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي.

**الكلمات المفتاحية:** - الذكاء الاقتصادي، المتطلبات التقنية، النجاح الاستراتيجي، رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة.

### Abstract

This research sheds light on one of the important and vital topics for the banking sectors (technical requirements for the application of economic intelligence) namely by (Hardware, equipment, communication networks, software, databases). And the dimensions of the strategic success of the banks represented by (Customer satisfaction, customer trust, quality of service, growth) In the three Iraqi private banks, namely (Assyria International Investment, Mansour Investment, International Development Investment and Finance). Its implementation is an urgent necessity in order to improve the quality of its banking services to win the satisfaction of its customers and their confidence and then grow to achieve strategic success.

This topic was selected for a number of justifications, the most important of which are the novelty of economic intelligence at the local level and the banking sector. In addition, to the lack of studies and research in it, so it

\* بحث مستقل وهو جزء من متطلبات نيل شهادة الدبلوم العالي للمعادلة للماجستير في المصارف للباحث الأول

was necessary to theoretical enrichment and applied analysis of this subject. The research problem was that the dynamics of the banking environment and the rapid changes and developments in ICTs, This has led to increased responsibilities on the banking sector towards communities it is impossible to survive and grow without relying on modern and sophisticated information systems. To reach its goals efficiently and effectively, this research was launched to solve the problem through the president's hypothesis, which stated that (There is a statistically significant correlation effect of the technical requirements for the application of economic intelligence in achieving strategic success). The historical descriptive, quantitative and statistical analytical approach and the questionnaire were used as a tool to collect data and information from the sample. (85) Who are in a position (Plenipotentiary Director, M. Plenipotentiary Director, Department Director, Department Director, M. Division Manager, Division Officer, Unit Officer). Use SPSS to calculate (Arithmetic mean, standard deviation, coefficient of variation, test F, determination coefficient  $R^2$ , test  $X^2$ , test t). The research reached the most important results is that the customer confidence dimension of the dimensions of strategic success has achieved the first place, and with a coefficient of difference amounted to (0.090) followed by growth after second place with a coefficient of difference of (0.105) After service quality, it was ranked third with a coefficient of difference of (0.112). It came after the customer satisfaction in the fourth and last rank with a difference factor of (0.180), the research also reached a number of conclusions, and most notably the technical requirements for the application of economic intelligence have an impact on the dimensions of strategic success.

**Keywords:** - Economic Intelligence, Technical Requirements, Strategic Success, Customer Satisfaction, Customer Trust, Quality of Service.

## المقدمة

شهد العالم نمواً كبيراً في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفي مختلف مجالات الحياة، لذا أصبحت تكنولوجيا المعلومات عنصراً مهماً من عناصر النشاط الاقتصادي وبمختلف مكوناتها، إذ يقوم الذكاء الاقتصادي من خلال متطلباته التقنية بتوفير المعلومات الدقيقة والسريعة التي تساعد الإدارة العليا على معالجة المواقف واتخاذ القرارات بالوقت المناسب، وذلك من أجل مواكبتها للعمل الإلكتروني الحديث، لكي تستطيع البقاء والنمو والنجاح رغم المنافسة الشديدة في حقل العمل والتغيرات الكبيرة والمستمرة في بيئتها المحيطة، فقد أصبحت جميع المؤسسات المالية والمصارف وشركات الخدمات أكثر اعتماداً على استخدام التقنيات الحديثة (كالإنترنت والإنترنت والإكسترنترنت)، إذ تعمل على كسر الحواجز المكانية والزمانية، بما تقدمه من خدمات ذات جودة عالية بغية كسب رضا الزبائن وثقتهم وبالتالي تحقيق النجاح الاستراتيجي.

وعليه فقد جاء هذا البحث ليمثل مجالاً معرفياً حديثاً يعزز من البحث العلم والفكري من خلال التركيز على أهمية المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي وتأثيرها في تحقيق النجاح الاستراتيجي، عبر أربعة مباحث تجسد المبحث الأول في منهجية البحث، أما المبحث الثاني فعرض التأطير النظري للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي، ولقد تناول المبحث الثالث تحليل نتائج البحث واختبار فرضياته، أما المبحث الرابع والأخير فقد لخص أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث.

### ١ - منهجية البحث

#### ١-١ مشكلة البحث

بسبب ديناميكية البيئة المصرفية ونتيجة للتغيرات والتطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، شهد القطاع المصرفي عموماً ولاسيما الخدمات المصرفية تطوراً ملحوظاً مما تزايدت مسؤولياتها تجاه مجتمعاتها، وأصبح من غير الممكن لها البقاء والنمو دون اعتمادها أو تبنيها لمفاهيم ونظم حديثة إذا ما أرادت تلك المصارف تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية للوصول إلى النجاح الاستراتيجي. لذا برزت مشكلة البحث والتي أفرزتها الزيارات الميدانية التي قامت بها الباحثتان للمصارف المبحوثة للتعرف على استجابة قياداتها نحو المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي، وسيتم إجابة البحث عن التساؤلات الآتية: -

أ- ما درجة ترتيب المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي؟

ب- هل هناك تأثير للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي؟

ت- هل هناك فروق في استجابات العينة المبحوثة لفقرات الاستبانة بحسب المتغيرات الشخصية؟

### ٢-١ أهمية البحث

• تتجلى أهمية البحث من أهمية متغيراته المتمثلة بـ(المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي) والتي تمثل إضافة نظرية إلى المكتبات العربية والمحلية والتي قد تعمل على تحفيز الباحثين في المستقبل على القيام ببحوث أخرى تثرى هذا الموضوع.

• يساهم البحث في توفير نقطة انطلاق أولية لإدارة المصارف المبحوثة نحو تهيئة المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي لديها، بغية امتلاكها لميزة تنافسية تؤهلها لتحقيق النجاح الاستراتيجي.

• يستمد البحث أهميته من أهمية القطاع المصرفي بوصفه من القطاعات المهمة والحيوية، وذلك لمساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي.

### ٣-١ أهداف البحث

• تحديد ما هي درجة ترتيب أبعاد المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي في المصارف المبحوثة.

• بيان تأثير المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي.

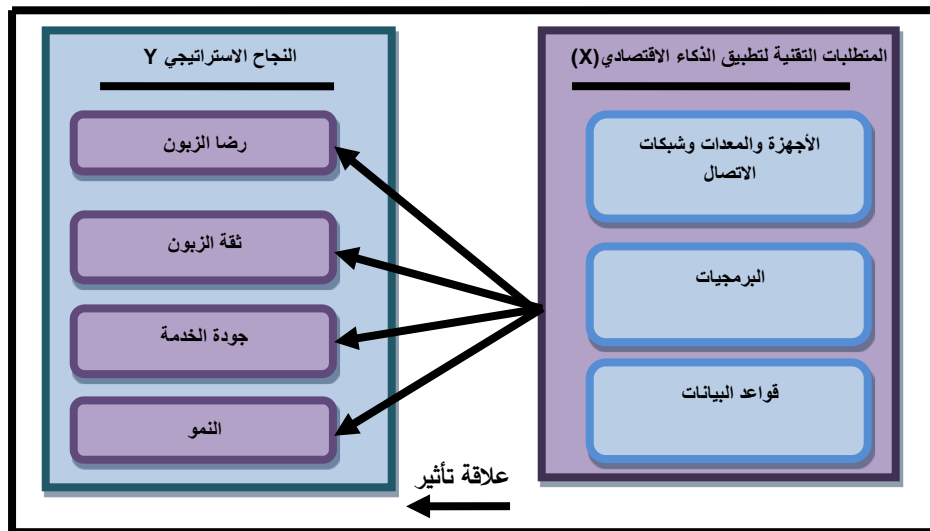
• الكشف عن الفروق في استجابات العينة لفقرات الاستبانة بحسب المتغيرات الشخصية.

### ٤-١ مخطط البحث الفرضي: -

يوضح الشكل (١) مخطط البحث الفرضي والذي يحتوي على المتغيرين الرئيسيين وهما: -

أ- المتغير المستقل (X): - المتطلبات التقنية للذكاء الاقتصادي.

ب- المتغير المعتمد (Y) النجاح الاستراتيجي، والشكل (١) يوضح نموذج البحث: -



شكل (١) مخطط البحث الفرضي

### ٥-١ فرضيات البحث

١- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي، وانشقت من هذه الفرضية أربعة فرضيات فرعية: -

- أ- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في رضا الزبون.
- ب- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في ثقة الزبون.
- ت- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في جودة الخدمة.
- ث- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في النمو.

٢- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لفقرات الاستبانة مجتمعةً بحسب المتغيرات الشخصية (التحصيل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد سنوات الخدمة).

#### ١-٦ منهج البحث

اعتمد البحث المنهج الوصفي التاريخي والتحليلي الكمي والإحصائي لمتغيراته بوصفه من المناهج الشاملة والتي تهتم بتفسير علاقات التأثير بين المتغيرات لتقدير أهميتها النسبية، ومن ثم استخلاص النتائج باستخدام الوصف في جمع البيانات والمعلومات لأغراض تحديد النتائج والوقوف على أبرزها. (إسماعيل، ٢٠١٠: ١٠)

#### ١-٧ حدود البحث

أ- الحدود المكانية: تتمثل بالمصارف العراقية الخاصة والواقعة ضمن الرقعة الجغرافية لمحافظة بغداد وهي كل من المصارف (أشور الدولي للاستثمار، المنصور للاستثمار، التنمية الدولي للاستثمار والتمويل). والجدول (١) يبين نبذة تعريفية عن المصارف.

#### جدول (١) نبذة تعريفية عن المصارف

ت	اسم المصرف	نبذة تعريفية عن المصرف	الأنشطة التي يقوم بها المصرف
١	أشور الدولي للاستثمار	تأسس في عام في عام (٢٠٠٥)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٢٥٠) مليار، ويتكون من (٧) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق،	١- تقديم منتجات وخدمات مصرفية وائتمانية شاملة. ٢- القيام بالصرافة التجارية من قبول ودائع وفتح حسابات جارية وتوفير ولأجل. ٣- فتح اعتمادات مستنديه صادرة وواردة. ٤- إصدار خطابات الضمان المحلية والخارجية. ٥- إصدار السفائح والصكوك المصدقة.٦- توطين رواتب الموظفين.
٢	المنصور للاستثمار	تأسس المصرف في عام (٢٠٠٥/٩/١٣)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٢٥٠) مليار، ويتكون من (٧) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق.	نفس الخدمات السابقة، فضلاً عن ممارسته الأنشطة الاستثمارية في الداخل والخارج.
٣	التنمية الدولي للاستثمار والتمويل	تأسس المصرف في عام في (٢٠١١/٤/٧)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٢٥٠) مليار، ويتكون من (١١) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق.	نفس الخدمات السابقة، فضلاً القيام بأعمال الامتلاك والتأجير والبيع والشراء والتصرف بمصادر أمواله.

المصدر من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوي للمصارف المبحوثة لعام ٢٠١٧

ب- الحدود البشرية: تشمل على عينة من العاملين في المصارف المبحوثة الذين يشغلون المواقع الوظيفية وهي (المدير المفوض، م. مدير مفوض، مدير دائرة، مدير قسم، م. مدير قسم، مسؤول شعبة، مسؤول وحدة).

ت- الحدود الزمانية: تمتد مدة إجراء البحث من (٢٠١٨ / ١١ / ١٤) إلى (٢٠١٩ / ٧ / ١).

#### ١-٨ عينة البحث

تم اعتماد العينة الطبقية العشوائية من المسؤولين في المصارف المبحوثة وفي المستويات الإدارية من (مدير مفوض، م. مدير دائرة، رئيس قسم، م. رئيس قسم، مسؤول شعبة، مسؤول وحدة)، والبالغ عددهم (٨٥) مبحوثاً، وهم يشكلون نسبة (٥٤%) من إجمالي مجتمع البحث والبالغ (١٥٨) شخصاً. ومن مسوغات اختيار العينة (إذ تعد هذه المصارف مهمة وذلك عن طريق خدمتها لشرائح واسعة من المجتمع العراقي وتنمية الاقتصاد الوطني، وأبدت إداراتها تعاوناً كبيراً مع الباحثة بتزويدها بالبيانات والمعلومات الضرورية لإنجاز البحث) والجدول (٢) يوضح وصف عينة البحث.

#### جدول (٢) وصف عينة البحث

التحصيل العلمي		
رتبة المتوسط	العدد	التفاصيل
٤%	٣	إعدادية
١٠%	٩	دبلوم
٨٢%	٧٠	بكالوريوس
٤%	٣	دبلوم عالي
	٨٥	الإجمالي

الموقع الوظيفي		
رتبة المتوسط	العدد	التفاصيل
١%	١	مدير مفوض
٤%	٣	معاون مدير مفوض
٤٨%	٤١	رئيس قسم
٩,٥%	٨	معاون رئيس قسم
٢٨%	٢٤	مسؤول شعبة
٩,٥%	٨	مسؤول وحدة
	٨٥	الإجمالي
عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي		
رتبة المتوسط	العدد	التفاصيل
٥٠,٥%	٤٣	أقل من ٥ سنوات
٥,٤٢%	٣٦	٩-٥ سنوات
١%	١	١٠-١٤ سنة
٦%	٥	١٥ سنة فأكثر
	٨٥	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول (٢) الآتي:

- أ- اغلب عينة البحث لديهم شهادة البكالوريوس وهم بنسبة (٨٢%)، وأقل نسبة كانت ممن حاصلين على شهادة الإعدادية والدبلوم العالي وقد بلغت النسبة لكل منهما (٤%).
- ب- إما بالنسبة للموقع الوظيفي فكانت أعلى نسبة ممن هم في موقع رئيس قسم والتي بلغت (٤٨%)، بينما كانت أقل نسبة ممن هم في موقع مدير مفوض.
- ت- أعلى نسبة من أفراد العينة لديهم عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي فكانت ضمن الفئة (أقل من ٥ سنوات) وقد بلغت (٥٠,٥%)، بينما أقل نسبة فكانت ضمن الفئة (١٠-١٤ سنة) وبلغت (١%).

#### ٩-١ أداة البحث

تم اعتماد الاستبانة كأداة رئيسة لجمع بيانات ومعلومات الجانب الميداني للبحث، فبعد اطلاع الباحثة على الأدبيات المتعلقة بالموضوع، قامت بإعداد فقرات الاستبانة وتكييفها بما تتوافق وأهداف البحث الحالي، إذ تضمنت (١٥) فقرة تتعلق بأبعاد المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي بالاستفادة من طروحات وأفكار (الزويني، ٢٠١٥) و (الزبيدي، ٢٠١٧) و (٢٠) فقرة تتعلق بأبعاد النجاح الاستراتيجي باعتماد نموذج (Sukasame, 2005) فأصبح مجموع فقرات الاستبانة (٣٥) فقرة، وعلى مقياس ليكرت الخماسي (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا اتفق، لا اتفق بشدة)

#### ١٠-١ اختبار صدق الاستبانة وثباتها

تم إجراء اختبار صدق المحتوى لفقرات الاستبانة من خلال طريقة المقارنة الطرفية فكانت قيمة (t) المحسوبة والبالغة (٩,٧٦٣) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية والبالغة (١,٩٦٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، مما يشير إلى صدق المقياس في جميع فقراته. أما قياس ثبات الاستبانة فقد استعمل معامل (ألفا-كرونباخ) والتي بلغت قيمته (٩٣%) وهي نسبة ممتازة تؤكد اعتماد نتائج الاستبانة بدرجة عالية.

#### ١١-١ الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم الاستفادة من البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS في احتساب (النسب المئوية، الوسط الحسابي المرجح، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف، تحليل الانحدار، اختبار t، اختبار F، معامل التحديد R<sup>2</sup>، اختبار X<sup>2</sup>)

#### ٢- المبحث الثاني: - التأطير النظري للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي

##### ٢-١ مفهوم الذكاء الاقتصادي وتعريفه

الذكاء الاقتصادي يعد من الموضوعات الحديثة في مجال الأعمال والاقتصاد وتكنولوجيا المعلومات، حيث يقوم بالبحث عن المعلومات وجمعها ومعالجتها ونشرها واستغلالها، وذلك للوصول إلى تحقيق أهداف المنظمة في البقاء والنمو وصولاً إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي لها. ورغم إن الكتابات والأبحاث عنه لازلت تكون بين الندرة والمحدودية، إلا أنه موجود منذ القدم، فقد ظهر هذا المفهوم في مجال التجارة وذلك عند ظهور اقتصاد السوق في القرن (١٥-١٨) (الزويني، ٢٠١٥: ٨٢)، ومن ثم تناول هذا المفهوم في الفكر العسكري من خلال الحصول على المعلومة وتحليلها لتتبع قوة الخصم والتحري عنه، أما في سنة ١٩٥٠ قامت اليابان بتطوير نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على منظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) ووزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) لغرض القيام بإنعاش اقتصادها (المعموري وآخرون، ٢٠١٦: ٥)، في سنة ١٩٨٠ ومع التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات وظهور عولمة الأسواق في الولايات المتحدة الأمريكية، كان لـ "ميشال بورتر" أستاذ في جامعة هارفارد الدور الكبير في اتخاذ الخطوات التنظيمية لدعم العمل الدولي للمنظمات وتطور مفهوم الذكاء الاقتصادي، في سنة ١٩٩٠ كانت أول بدايات لظهوره في فرنسا، أما في سنة ١٩٩٢ قامت فرنسا بإنشاء وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي هدفت إلى تقديم المساعدة التشغيلية وحماية النمو الدولي للمنظمات الفرنسية، وفي سنة ٢٠٠٢ تم إدماج مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي من قبل (Minefi) إذ برز فيها العمل التعاوني والإدارة المشتركة. (بن عبد العزيز، ٢٠١٦: ٤١-٤٢)

أما بالنسبة لتعريف الذكاء الاقتصادي، يعرض الجدول (٣) بعضاً من هذه التعاريف.

جدول (٣) تعريف الذكاء الاقتصادي من قبل الباحثين

ت	الباحثين	التعريف
	خلفاوي، ٢٠١٣: ٥	عملية البحث والتحليل ونشر وإثراء موارد المعلومات القائمة على نظام المعلومات في المنظمة.
	فيلاي، ٢٠١٤: ٣٠	نظام يقوم بمراقبة بيئة المنظمة، إذ يركز على جانبيين هما: الهجومي والدفاعي فالأول الهجومي هدفه معرفة الفرص واستغلالها، أما الثاني الدفاعي هو اكتشاف التهديدات وتجنبها، وتقوم هذه العملية من خلال جمع ومعالجة المعلومات المفيدة الخاصة ببيئة المنظمة لاستخدامها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية المثلى التي تؤدي إلى تقليل عدم التأكد وتضمن استمرارية المنظمة ودعم مركزها التنافسي.
	الزويني، ٢٠١٥: ٨٦	نظام معلومات متكامل يقوم بتقديم المعلومات الاستراتيجية إلى المستخدمين ويتضمن معلومات عن مختلف القطاعات الموجودة في الدولة ويمكن أن يتم تطبيقه على مستوى المنظمة أو على مستوى الدولة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المصادر المذكورة

## ٢-٢ أهداف الذكاء الاقتصادي

من أهم أهداف الذكاء الاقتصادي هي كما يأتي: -

- ١- العمل على حماية ومراقبة الإرث التكنولوجي للمنظمات وذلك من خلال أنشطتها وهي: -
  - أ- النشر الصحيح للمعلومات بين أقسام المنظمة.
  - ب- محاولة معرفة وفهم الاستراتيجيات التي يستخدمها المنافسين.
  - ت- التوقع عن السوق المستقبلي.
- ٢- القيام بخدمة المنظمة وذلك من خلال تشكيله لاستراتيجيات التأثير.
- ٣- العمل على زيادة فاعلية المنظمات والقيام بتعظيم قيمتها، ويتم ذلك من خلال إدارة المعرفة وصناعة القرارات.
- ٤- زيادة وتحسين تنافس المنظمات.
- ٥- تعمل على مساعدة المنظمات في تجنب المفاجأة وتحديد الفرص ومجابهة التهديدات التي قد تواجهها (طبوش وزعوط، ٢٠١٥: ١٠)، (بوريش، ٢٠١٥: ٣٩) و(مخلفي وبن سعودي، ٢٠١٨: ٤)

## ٣-٢ خصائص الذكاء الاقتصادي

- هناك مجموعة من الخصائص التي تميز نظام الذكاء الاقتصادي عن غيره من نظم المعلومات، وهي كما يأتي:
- أ- الاستخدام التكتيكي والاستراتيجي للمعلومات التي تمتلك مزايا تنافسية في اتخاذ القرارات.
  - ب- الحصول على المعلومات بطريقة شرعية والمحافظة على السرية في نشرها.

ت- جمع ممارسات جماعات الضغط والتأثير .

ث- جمع المعارف الاقتصادية، العلمية، القانونية والتقنية.

ج- وجود علاقة قوية بين الجامعات، المؤسسات، الإدارات المحلية والإدارات المركزية.

ح- يعمل على حماية الإرث الوطني بأبعاده الصناعية والتكنولوجية. (Bournois et Romani, 2000)، (حمداني، ٢٠١٢: ١٦) و(خوالد، خير الدين، ٢٠١٧: ٣٩)

## ٢-٤ المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي

تمثل مجموعة من العناصر المادية والبرمجية والمستلزمات التي يجب توافرها في المنظمة والتي تتيح إمكانية تطبيق الذكاء الاقتصادي وهي كالآتي: -

أ- **الأجهزة والمعدات وشبكات الاتصال:** - تمثل جميع الأدوات والأجهزة الملموسة والتي تستخدم في عملية الإدخال للبيانات والعمل على معالجتها وإخراجها للمعلومات المفيدة وهي (لوحة المفاتيح، والشاشات، والأقراص الممغنطة، ووحده المعالجة المركزية، والطابعات)، أما شبكات الاتصال فهي (الانترنت، والانترنت، والاكسترنت). (Obrien,2008: 74)

ب- **البرمجيات:** - البرمجيات تتمثل بكل من برامج التشغيل أو البرامج العامة، والتي تقوم بالعمل على توجيه المكونات المادية للحاسوب والسيطرة عليها كالمعالج المركزي، ربط الاتصالات، التقنيات الخارجية الملحقة، ويعد مصممو هذه البرامج هم مبرمجي النظام. (Laudon&Laudon,2009:1)

ت- **قواعد البيانات:** - هي مجموعة من المعلومات والحقائق المنظمة عن الزبائن، المنافسين، والعاملين في المنظمة، والتي يمكن أن تجعل من نظم المعلومات أسرع وأسهل. (العاني، ٢٠١٢: ٢٨) ومن أنواع هي (تنقيب البيانات، قواعد البيانات العملياتية ومستودعات البيانات).

## ٢-٥ مفهوم النجاح الاستراتيجي وتعريفه

لقد ولد النجاح الاستراتيجي من ارض الواقع ولم يظهر كفلسفة فكرية أو بصورة عفوية، ومع ظهور الأزمات المستمرة التي تعصف بالمنظمات، وشحه الموارد وفي ظل بيئة تتسم بالتغير السريع وازدياد التنافسية، فلم يعد مدخلي الكفاءة والفاعلية كافيين لقياس نجاح المنظمات مما استلزم اعتماد مفهوم اشمل من النجاح التنظيمي يستند على أبعاد طويلة الأجل يضمن للمنظمة نجاحاً بعيد المدى، لذا كان في القرن الواحد والعشرين ظهور مصطلح النجاح الاستراتيجي الذي ركز على معايير النتائج والعمليات وربطها بالرؤية الاستراتيجية للمنظمة لتعزيز قدراتها التنافسية وضمان بقائها ونموها في السوق.

أما تعريف النجاح الاستراتيجي، يعرض الجدول (٤) بعضاً من هذه التعاريف كما وردت في الأدبيات وهي على النحو الآتي: -

جدول (٤) تعريف النجاح الاستراتيجي من قبل الباحثين

ت	الباحثين	التعريف
١.	الجندي، ٢٠٠٥، ١٠٨	استثمار القدرة العقلية للأفراد وتمثل القيمة الحقيقية وذلك من خلال تعلم المعرفة الجديدة واعتبارها موضعاً للتطبيق.
٢.	الغزوي، ٢٠٠٨: ٢١٢	درجة التزام المنظمات العامة بإزاء المستفيدين (حكومة والعاملين والمنظمات) وتقييمها لرضاها ومستويات اهتمامها برأى المال البشري العامل فيها في إطار سعيها للبقاء في ميدان المنافسة أولاً والتكيف مع التغيرات البيئية المتلاحقة ثانياً وأخيراً النمو ثم التميز على المنظمات المنافسة وإدامة ذلك لتحقيق مقاصدها الاستراتيجية لتطلعاتها بعيدة الأمد.
٣.	حميد، ٢٠١٥: ١٥٦	قدرة المنظمة على إيجاد قيمة مضافة لأصحاب المصالح .

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما جاء به الكتاب والباحثين

## ٢-٦ أهمية النجاح الاستراتيجي

يحقق النجاح الاستراتيجي أهمية للمنظمات وهي على النحو الآتي: -

أ- يحقق مجموعة من المزايا للمنظمة ولفترات طويلة.

ب- وتمثل هذه المزايا المفتاح لحصولها على النجاح بالمنافسة في أعمالها على المدى البعيد.

ت- يعزز موقع المنظمة في السوق ويمنحها دعماً لتحقيق العديد من النجاحات.

ث- يعد النجاح الاستراتيجي معيار من المعايير المهمة الذي يعمل على تحديد مدى نجاح المنظمة في خططها وأعمالها وقراراتها الاستراتيجية. (Oestreich & et Al., 2008:3) و (الكبيسي، ٢٠١٨: ٢٣)

## ٧-٢ خصائص النجاح الاستراتيجي

يتمتع النجاح الاستراتيجي بجملة من الخصائص، وفيما يأتي أهمها: -

أ- إن إطار النجاح الاستراتيجي يتمحور في النجاح طويل الأجل، وهو ما تطمح المنظمات إلى بلوغه، للوصول إلى مراكز تنافسية مميزة.

ب- يعد النجاح الاستراتيجي ناتج لتعلم المدراء الاعتماد على استراتيجيات غير مباشرة على الرغم من أنها تتطلب موارد إضافية متنوعة.

ت- إن مضامين النجاح الاستراتيجي و(النجاح التنافسي، نجاح المنظمة، النجاح التشغيلي) تصب في مفهوم النجاح المنظمي كونه مفهوماً شاملاً.

ث- إن النجاح الاستراتيجي دالة للنضج المعرفي للشخصية الاستراتيجية. (العززي، ٢٠١٠: ٨٦)، (الفياض، ٢٠١١: ٨٩-٩٢)

## ٨-٢ أبعاد النجاح الاستراتيجي

تم اعتماد البحث الحالي على النموذج الذي طرحه (Sukasame, 2005) في تصنيفه لإبعاد النجاح الاستراتيجي والتي تتمثل بـ(رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، والنمو) بوصفها من الإبعاد التي تتوافق وبينه عمل المنظمة المبحوثة، فضلاً عن إمكانية قياسها، ويمكن توضيح هذه الإبعاد بالآتي: -

### أ- رضا الزبون: -

لكي تعزز المنظمات النجاح الاستراتيجي، فيجب عليها أن تنمي من القدرات الإبداعية لدى الأفراد العاملين وان تعمل على الاهتمام بجودة الخدمة ومدى تأثيرها على رضا الزبون وذلك من أجل خلق الميزة التنافسية والزيادة في الربحية بالنسبة للمنظمات الخدمية عامة والمالية والمصرفية بصورة خاصة، ويتم ذلك عبر إشاعة روح الابتكار والإبداع لدى الأفراد العاملين وان تعمق الشعور بالمسؤولية لديهم، وإشاعة الأفكار الجديدة في العمل والقدرة على صنع القرارات المبتكرة، لان الزبون يمثل العنصر الضروري لوجود الخدمة، فالزبون يكون العامل الحاسم في استمرار أي نشاط في المنظمات الخدمية، فهو جوهر وجودها ومحور عمل أنشطتها. (الفياض، ٢٠١١: ٩١) و(محمد، ٢٠١٨: ١٩٩)

### ب- ثقة الزبون: -

تعد الثقة من العناصر المحورية في عملية تطوير العلاقة بين الزبون والمنظمة، فقد عرف الثقة كل من (Barkensjo & Bennett, 2013:9) هي "المتغير الأكثر قبولاً كأساس لأي تفاعل أو تبادل إنساني، أي إن الطرف الآخر سيفي بالتزاماته المحددة سلفاً في التبادل"، ويرها كل من (Garbarino & Johnson, 2013: 7) بأنها "اعتماد الزبون إن مقدم الخدمة لديه نوايا حسنة تجاهه أو في صالحه".

### ت- جودة الخدمة: -

ضرورة الاستماع وفهم ومعرفة رغبات وحاجات الزبائن والقيام بإشباعها، فأضحت أهمية جودة الخدمة كهدف تسعى غالبية المنظمات لبلوغه، فقد عرفها (الصميدعي ويوسف، ٢٠١٠: ٩١) بأنها "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة" ولجودة الخدمة خمسة أبعاد رئيسية كما بينها، (Zeithamet. Al, 2006:1) هي (الأشياء الملموسة، الاستجابة، الاعتمادية، التعاطف، والأمان).

### ث- النمو: -

يعد النمو مرحلة من مراحل حياة المنظمة، فهو من الأهداف التي تجعل المنظمة تعمل من أجل حصولها على الموقع المتقدم في المجال الذي تعمل فيه ويسمح لها أن تزيد من قيمتها العملية وبالتالي تطوير الميزة التنافسية، وذلك من خلال الزيادة في حجم العمليات والاستثمارات والعوائد من هذه الاستثمارات، والعمل على أن يكون حجم المنظمة مستقبلاً أفضل من الحجم الحالي.



### ٣- المبحث الثالث: - تحليل نتائج متغيرات البحث ومناقشتها

#### ٣-١ تحليل نتائج البحث لمتغير المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي

من خلال إجابات عينة البحث عن كافة فقرات الاستبانة المتعلقة بالمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (٥) الآتي:

١- إن هذا المتغير سجل وسطاً حسابياً عاماً بلغ (٤.٢٤) وهي قيمة أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (٣) على مساحة المقياس، مما يعطي ذلك مؤشراً على درجة استجابة مرتفعة الشدة أبعادها المبحوثين تجاه كافة أبعاد متغير المتطلبات التقنية للذكاء الاقتصادي، وبانحراف معياري عام بلغ (٠.٤٢١).

٢- حصل بعد الأجهزة والمعدات والاتصالات أهمية كبيرة بالدرجة الأولى حسب رأي المبحوثين لكون قيمة معامل الاختلاف الخاصة به أصغر من ذات القيمة للبعدين الآخرين والبالغة (٠.١١٣)، وبوسط حسابي بلغ (١٥,٤) وبانحراف معياري بلغ (٤٧١,٠).

٣- حل بعد البرمجيات بالمرتبة الثانية بمعامل اختلاف بلغ (٠,١١٤)، وبوسط حسابي بلغ (٤,٣٤) وبانحراف معياري بلغ (٠.٤٩٣).

٤- جاء بعد قواعد البيانات بالمرتبة الثالثة والأخيرة بمعامل اختلاف بلغ (٠.١٢٠)، وبوسط حسابي بلغ (٤.٢٢)، وبانحراف معياري بلغ (٠.٥٠٨)، وفي ضوء ما تقدم نجد إن هناك تقارباً كبيراً بين معامل التشتت لكافة أبعاد المتطلبات التقنية للذكاء الاقتصادي، وهذا يدل على ضرورة اهتمام الإدارات العليا في المصارف المبحوثة بقواعد البيانات بشكل أكبر مستقبلاً.

جدول (٥) ترتيب الأهمية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي تبعاً لمعامل الاختلاف

أبعاد محور المتطلبات التقنية للذكاء الاقتصادي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
الأجهزة والمعدات وشبكات الاتصال	٤.١٥	٠.٤٧١	٠.١١٣	الأول
البرمجيات	٤.٣٤	٠.٤٩٣	٠.١١٤	الثاني
قواعد البيانات	٤.٢٢	٠.٥٠٨	٠.١٢٠	الثالث
الإجمالي	٤.٢٤	٠.٤٢١		

#### ٣-٢ تحليل نتائج البحث لمتغير النجاح الاستراتيجي

من خلال مستوى إجابات عينة البحث عن كافة فقرات الاستبانة المتعلقة بأبعاد متغير النجاح الاستراتيجي، اظهر الجدول (٦) الآتي:

١- إن متغير النجاح الاستراتيجي قد سجل وسطاً حسابياً عاماً بلغ (٤.٣٧) وبانحراف معياري عام بلغ (٠.٣٨٩) مما يدل على درجة تأييد مرتفعة أبعادها القياديون في المصارف قيد البحث تجاه كافة أبعاد هذا المتغير.

٢- إن بعد ثقة الزبون كان الأبرز بين تلك الأبعاد، إذ اكتسب أهمية بالدرجة الأولى حسب رأي المبحوثين لكون قيمة معامل الاختلاف الخاصة به أصغر من ذات القيمة للأبعاد الأخرى والتي بلغت (٠.٠٩٠)، وبوسط حسابي بلغ (٤.٥٧) وبانحراف معياري بلغ (٠.٤١٤).

٣- جاء بعد النمو بالمرتبة الثانية بمعامل اختلاف بلغ (٠.١٠٥) وبوسط حسابي بلغ (٤.٢٩) وبانحراف معياري بلغ (٠.٤٥٤).

٤- حصل بعد جودة الخدمة على المرتبة الثالثة بمعامل اختلاف قدره (٠.١١٢) وبوسط حسابي بلغ (٤.٣٢) وبانحراف معياري بلغ (٠.٤٨٦).

٥- حل بعد رضا الزبون بالمرتبة الرابعة والأخيرة بمعامل اختلاف قدره (٠.١٨٠) وبوسط حسابي بلغ (٤.٢٨) وبانحراف معياري بلغ (٠.٧٧٢). علماً إن هناك تقارباً كبيراً بين معامل الاختلاف لكافة الأبعاد وهذا يعكس مدى الانسجام والتقارب في تطبيق تلك الأبعاد

مجتمعة في المصارف العراقية الخاصة المبحوثة، بينما يتوجب على المصارف قيد البحث إعادة النظر من أجل جعل البعدين جودة الخدمة ورضا الزبون بالصورة المثلى مستقبلاً رغم إنهما بصورة جيدة حالياً.

جدول (٦) ترتيب الأهمية لأبعاد متغير النجاح الاستراتيجي تبعاً لمعامل الاختلاف

أبعاد محور تحقيق النجاح الاستراتيجي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
رضا الزبون	٤.٢٨	٠.٧٧٢	٠.١٨٠	الرابع
ثقة الزبون	٤.٥٧	٠.٤١٤	٠.٠٩٠	الأول
جودة الخدمة	٤.٣٢	٠.٤٨٦	٠.١١٢	الثالث

النمو	٤.٢٩	٠.٤٥٤	٠.١٠٥	الثاني
الإجمالي	٤.٣٧	٠.٣٨٩		

٣-٣ اختبار فرضيات البحث

٣-٣-١ اختبار فرضية علاقة التأثير: -

لاختبار صحة الفرضية الأولى للبحث والتي تنص (توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي) والتي تنبثق منها أربعة فرضيات فرعية، ويعرض نتائج الجدول (٧) العلاقة بين المتغيرات المبحوثة وعلى النحو الآتي: -

جدول (٧) نتائج قيم المعاملات المستخدمة في قياس تأثير المتطلبات التقنية في أبعاد النجاح الاستراتيجي

المعاملات				المتغيرات		
الدالة	معامل التحديد (R <sup>2</sup> )	قيمة (F) المحسوبة	معلمة الانحدار Beta	الحد الثابت A	Y	X
دال معنويا	٠.٣٤	٤٣.٢٧	٠.٥٩	٠.٢٦	رضا الزبون	المتطلبات التقنية
دال معنويا	٠.٣٠	٣٦.٠٧	٠.٥٥	٢.٢٨	ثقة الزبون	
دال معنويا	٠.٢٩	٣٣.٩٨	٠.٥٤	١.٦٩	جودة الخدمة	
دال معنويا	٠.٠٧	٥.٨٩	٠.٢٦	٣.١٢	النمو	

قيمة (F) الجدولية عند درجة حرية (١,٨٣) ومستوى معنوية (٠.٠٥) = ٥,٢١

أ- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وفق الجدول (٧) وجود تأثير ذي دلالة معنوية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للمتطلبات التقنية في بعد رضا الزبون لكون قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٤٣.٢٧) أكبر من نظيرتها الجدولية والتي تساوي (٥.٢١)، كما فسر المتغير المستقل (المتطلبات التقنية) ما نسبته (٣٤%) من إجمالي الانحرافات في قيم المتغير المعتمد (رضا الزبون) وهو ما عكسته قيمة معامل التحديد، وبهذا تكون معادلة الانحدار التقديرية لتأثير المتطلبات التقنية في بعد رضا الزبون كما يلي:

$$\text{رضا الزبون} = ٠.٢٦ + (٠.٥٩) \text{ المتطلبات التقنية}$$

وتشير قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠.٥٩) بأن زيادة في المتطلبات التقنية بمقدار وحدة واحدة ستصاحبها زيادة أيضا في بعد رضا الزبون عن التعاملات المصرفية بمقدار (٥٩%)

وبهذا يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على "توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في رضا الزبون".

ب- أظهرت نتائج الجدول (٧) وجود تأثير ذي دلالة معنوية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) لمحور المتطلبات التقنية في بعد ثقة الزبون، نظرا لكون قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٣٦.٠٧) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٥.٢١)، واستطاع المتغير المستقل (المتطلبات التقنية) أن يفسر نسبة قدرها (٣٠%) من إجمالي التغيرات أو الانحرافات في قيم المتغير المعتمد (ثقة الزبون) وذلك تبع القيمة معامل التحديد، وبهذا يمكن صياغة معادلة الانحدار التقديرية لتأثير المتطلبات التقنية في بعد ثقة الزبون كما يلي:

$$\text{ثقة الزبون} = ٢.٢٨ + (٠.٥٥) \text{ المتطلبات التقنية}$$

وتعني قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠.٥٥) أن زيادة في المتطلبات التقنية بمقدار وحدة واحدة ستؤدي إلى زيادة في بعد ثقة الزبون قدرها (٥٥%). وبناءً على ما تقدم نستنتج قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على "توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في ثقة الزبون".

ت- أشارت نتائج الجدول (٧) إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للمتطلبات التقنية في بعد جودة الخدمات، نظرا لكون قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (٣٣.٩٨) أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٥.٢١)، وتغطي قيمة معامل التحديد انطبعا عن تفسير المتغير المستقل (المتطلبات التقنية) ما نسبته (٢٩%) من إجمالي التغيرات الحاصلة في قيم المتغير المعتمد (جودة الخدمة)، كما إن معادلة الانحدار التقديرية لتأثير المتطلبات التقنية في بعد جودة الخدمة يمكن صياغتها كما يلي:

$$\text{جودة الخدمة} = ١.٦٩ + (٠.٥٤) \text{ المتطلبات التقنية}$$

وتشير قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠.٥٤) بأن زيادة في المتطلبات التقنية بمقدار وحدة واحدة تؤدي إلى زيادة في بعد جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن بمقدار (٥٤%). وبذلك نستنتج قبول الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على "يوجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في جودة الخدمة".

ث- وأشارت نتائج الجدول (٧) إلى وجود تأثير ذي دلالة معنوية أيضا عند مستوى معنوية (٠.٠٥) للمتطلبات التقنية في بعد النمو، نظرا لكون قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (٥.٨٩) أكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٥.٢١)، وكانت قيمة معامل التحديد الأقل في تفسير المتغير المستقل (المتطلبات التقنية) إذ فسرت فقط (٧%) من إجمالي التغيرات الحاصلة في قيم المتغير المعتمد (النمو)، كما إن معادلة الانحدار التقديرية لتأثير المتطلبات التقنية في بعد النمو يمكن صياغتها كما يلي:

$$\text{النمو} = ٣.١٢ + (٠.٢٦) \text{ المتطلبات التقنية}$$

وتشير قيمة معامل الانحدار والبالغة (٠.٢٦) بأن زيادة في المتطلبات التقنية بمقدار وحدة واحدة تؤدي إلى زيادة في بعد النمو بمقدار (٢٦%). وبذلك نستنتج قبول الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على "توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في النمو". إجمالاً ونتيجة لتحقيق قبول جميع الفرضيات الفرعية الأربع أي (قبول ما نسبته ١٠٠% من الفرضية الرئيسية الأولى) نستنتج قبول الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على "توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي".

### ٣-٣-٢ تحليل الفروق في الاستجابات

لأجل اختبار الفرضية الرئيسية الثانية للبحث سيتم استخدام اختبار كروسكال والس فيما لو ظهرت هناك فروقات دالة معنوية بين المتغيرات الشخصية في تطبيق المتطلبات التقنية للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي مجتمعة، وذلك كما يأتي: -

أ- التحصيل العلمي: - أظهرت نتائج الجدول (٨) عدم وجود فروقات معنوية لمتغير التحصيل العلمي بالنسبة لمجمل الاستبانة نظرا لكون قيمة المعنوية Sig والبالغة (٠.٢١٣) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية والبالغة (٠.٠٥)، فضلا عن تقارب رتب المتوسطات لفقرات التحصيل العلمي، وهذا يشير إلى انه توجد فروق بين التحصيل العلمي لأفراد العينة، إلا أنها ليست ذات معنى بالنسبة للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي على حد سواء.

ب- الموقع الوظيفي: - تشير نتائج الجدول (٨) عدم وجود فروقات معنوية لمتغير الموقع الوظيفي بالنسبة لمجمل الاستبانة لكون قيمة المعنوية Sig والبالغة (٠.٢٨١) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية والبالغة (٠.٠٥)، فضلا عن التقارب في رتب المتوسطات لفقرات الموقع الوظيفي، وهذا يعني انه توجد فروق بين الموقع الوظيفي لأفراد العينة، إلا أنها ليست ذات معنى بالنسبة للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي على حد سواء.

ت- عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي: - أشارت النتائج إلى عدم وجود فروقات معنوية لمتغير عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي بالنسبة للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي معاً لكون قيمة المعنوية Sig والبالغة (٠.٤٥٧) وهي أكبر من قيمة مستوى المعنوية والبالغة (٠.٠٥)، فضلا عن تقارب رتب المتوسطات لفقرات عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي، وهذا يعني إن هناك فروقا بين عدد سنوات الخدمة في الموقع الحالي لأفراد العينة، إلا أنها ليست ذات معنى بالنسبة للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي على حد سواء.

جدول (٨) للفروقات بين عينة البحث بحسب المتغيرات الشخصية (التحصيل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد سنوات الخدمة)

عدد سنوات الخدمة في الموقع	الموقع الوظيفي	التحصيل العلمي	المؤشرات
٢.٦٠٣	٦.٢٦٧	٤.٤٨٧	قيمة مربع كاي
٣	٥	٣	درجة الحرية
٠.٤٥٧	٠.٢٨١	٠.٢١٣	Sig قيمة الدلالة

وبذلك نستنتج رفض الفرضية الرئيسية الثانية للبحث والتي تنص على "توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لفقرات الاستبانة مجتمعة بحسب المتغيرات الشخصية (التحصيل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد سنوات الخدمة)".

#### ٤-المبحث الرابع: - الاستنتاجات والتوصيات

##### ٤-١ الاستنتاجات

أ- أظهرت النتائج التي توصل إليها البحث إلى وجود علاقة تأثير قوية للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي في أبعاد النجاح الاستراتيجي.

ب- أوضحت نتائج البحث على وجود اتفاق وبمعدل (٤.٣٧) وهو بمستوى عالي جداً باتفاق العينة المبحوثة حول فقرات المتغيرين (المتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي).

ت- لقد حقق بعد ثقة الزبون من أبعاد النجاح الاستراتيجي المرتبة الأولى وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.٠٩٠) ثم تلاه بعد النمو بالمرتبة الثانية وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١٠٥) أما بعد جودة الخدمة فكان بالمرتبة الثالثة وبمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١١٢) وقد جاء بعد رضا الزبون بالمرتبة الرابعة والأخيرة بمعامل اختلاف بلغت قيمته (٠.١٨٠).

ث- تبين إن أعلى نسبة تأثير للمتطلبات التقنية لتطبيق الذكاء الاقتصادي كانت في بعد رضا الزبون، إذ بلغت النسبة ٣٤% وهي أعلى من باقي أبعاد النجاح الاستراتيجي.

ج- بينت النتائج انه لا يوجد فروق في استجابات العينة حول فقرات الاستبانة مجتمعةً بحسب المتغيرات الشخصية (التحصيل العلمي، الموقع الوظيفي، عدد سنوات الخدمة).

##### ٤-٢ التوصيات

أ- حث المصارف المبحوثة على إدخال الوسائل الحديثة للاتصال في العمل ومن بينها (الانترنت والإنترنت) لكي يتمكن الأفراد والعاملين في المصارف من الاتصال فيما بينهم والوصول إلى المعلومات بصورة أسرع وأقل كلفة وأكثر كفاءة من الأساليب التقليدية المعتادة.

ب- يجب على المصارف مسايرة التطورات في مجال التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات وفي مختلف مجالاتها والتركيز بشكل كبير على المعلومات واستخدامها بطرق فعالة.

ت- ضرورة اهتمام الإدارات العليا في المصارف المبحوثة بقواعد البيانات بشكل كبير مستقبلاً لغرض الاستعلام عن الزبائن الذين يتعاملون مع المصرف.

##### ٥- المصادر

##### ٥-١ المصادر العربية

١. إسماعيل، فراس محمد، الموائمة بين عوامل النجاح الاستراتيجي وصناعة رأس المال الفكري في المنظمات العامة، دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الإدارية في جامعة بغداد، رسالة ماجستير في الإدارة العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠١٠.

٢. بن عبد العزيز، سفيان، تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي في الجزائر في ظل الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد ٥، ٢٠١٦.

٣. بوريش، احمد، تأثير الذكاء الاقتصادي على عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة حالة موبيليس وجازي بولاية تلمسان، ٢٠١٥.

٤. التقرير السنوي لمصرف آشور الدولي للاستثمار لعام ٢٠١٧.

٥. التقرير السنوي لمصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل لعام ٢٠١٧.

٦. التقرير السنوي لمصرف المنصور للاستثمار لعام ٢٠١٧.

٧. الجندي، نهال أحمد، قياس وتقويم رأس المال المعرفي: أحد المتطلبات الأساسية لتحديد قيمة المنشأة (نموذج مقترح)، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين، العدد ٦٥، ٢٠٠٥.

٨. حمداني محمد، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الأعمال وجذب الاستثمارات الأجنبية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد ٢، ٢٠١٢.

٩. حميد، لى ماجد، إدارة علاقات الزبون وتأثيرها في تحقيق النجاح الاستراتيجي دراسة استطلاعية في كلية المأمون الجامعة، مجلة كلية المأمون، العدد ٢٦، بغداد، ٢٠١٥.
١٠. خوالد، أبو بكر وخير الدين، بوزرب، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول، قراءة في التجربة اليابانية، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد ٣، ٢٠١٧.
١١. الدليمي، سمر صلاح شاكر، تحليل العلاقة بين إدارة الحكمة وإدارة الوقت وانعكاسها في النجاح الاستراتيجي، ٢٠١٣.
١٢. الزبيدي، محمد نعمة، الذكاء الاقتصادي - مشروع عراقي مقترح وإمكانية مساهمته في تنمية الاقتصاد العراقي، ٢٠١٧.
١٣. الزويني، خديجة جمعة، إعادة هندسة نظم المعلومات المحاسبية في الوحدات الاقتصادية أساسا لتطبيق الذكاء الاقتصادي، ٢٠١٥.
١٤. الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينه عثمان، تسويق الخدمات، الطبعة ١، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ٢٠١٠.
١٥. طبوش، خيرة وزعوط، رجا، دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة مؤسسة موبيليس لولاية عين الدفلى، ٢٠١٥.
١٦. العاني، مزهر شعبان وجواد، شوقي ناجي، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
١٧. العزاوي، بشرى هاشم محمد، أثر العلاقة بين الذكاء الإستراتيجي وقرارات عمليات الخدمة في النجاح الإستراتيجي، ٢٠٠٨.
١٨. العنزي، أميرة خضير كاظم، (دور أبعاد علاقات الزبون والتفكير الإبداعي في تحقيق النجاح الاستراتيجي)، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ٢٠١٠.
١٩. الفياض، مجيد حميد، أثر استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في تحقيق النجاح الاستراتيجي - دراسة ميدانية في وزارة النقل، ٢٠١١.
٢٠. الكبيسي، صلاح الدين عواد، علاقة العوامل الحرجة لنقل المعرفة في فرص النجاح الاستراتيجي - بحث ميداني في عدد من الكليات الأهلية في مدينة بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد ١٠٣، المجلد ٢٤، ٢٠١٨.
٢١. محمد، سناء عربي، التعشيق المعرفي للموارد البشرية ودوره في تحقيق النجاح الاستراتيجي - دراسة تطبيقية في وزارة العلوم والتكنولوجيا، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد ١١٤، ٢٠١٨.
٢٢. مخلوفي، عبد السلام وبن سعودي، زينب، تقييم نشاط الذكاء الاقتصادي في سياق تحقيق أهداف منظمات الأعمال، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد ٤، العدد ٢، ٢٠١٨.
٢٣. المعموري، علي محمد ثجيل وطبايبي، سليمة وسعيد، وردة، دور الذكاء الاقتصادي في تفعيل الالتزام البيئي المستدام، دراسة حالة عينة من المؤسسات المتحصلة على المواصفات البيئية ISO140001، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة واسط، العدد ٢١، ٢٠١٦.

## ٥-٢ المصادر الأجنبية

24. Bennett, R., and Barkensjo, A., "Relationship quality, relationship marketing, and client perceptions of the levels of service quality of charitable organisations", International Journal of Service Industry Management, 2013.
25. Bournois, F. ET Romani, P J., l'intelligence économique ET stratégiquedans les entreprises françaises, Economica, Paris, France, 2000.
- Commitment in customer relationships", Journal of Marketing, 2010.
26. Garbarino, E. & Johnson, M. S., "The different roles of satisfaction, trust and integrating customer focus across the firm, Fourth Edition .United states: Mc Graw Hill ,2006.
27. Laudon. Kenneth C. & Laudon. Janep, Management Information Systems, 4th edition, prentice-Hill,Inc. New Jersey, 2009.
28. O Brien. James A, and Marakas.Georg M,Management Information Systems,9th Ed.,McGw-Hill Companies Inc,New York,2008 .
29. Oestreich,Thomas.,Buytendijk, Frank.,O'Rourke, John.,Hatch,Toby, Management Excellence: A Step-by-Step Strategy to Success,2008.
30. Sukasame, Nittana, E-Service Quality A Paradigm for Competitive Success of E-Service Entrepreneurs", 2005.
31. Zeitham, valarie A. &Bitner, Mary jo &Gremler, Dwayne D. Service Marketing, integrating customer focus across the firm), Fourth Edition .United states: Mc Graw Hill, 2006.