

العلاقة التفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي للمصارف

بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة

The interactive relationship between the dimensions of the requirements of economic intelligence and the strategic success of banks
Applied research on a sample of Iraqi private banks

fehlook13@Yahoo.com

أسيل مجيد عبد النبي (*)

Bydaostaar@mracpc.uobaghdad.edu.iq

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

أ.د. بيداء ستار لفتة

المستخلص

يهدف البحث إلى بيان طبيعة العلاقة التفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والمتمثلة بـ (المتطلبات الإدارية والتنظيمية، المتطلبات البشرية، والمتطلبات التقنية) والنجاح الاستراتيجي للمصارف متمثلة بـ (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، النمو) في ثلاث من المصارف العراقية الخاصة مصرف (الشرق الأوسط العراقي للاستثمار، الأهلي العراقي، الخليج التجاري)، فقد تم اعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من عينة البالغ عددها (٨٥) ممن هم بموقع (مدير مفوض، م. مدير مفوض، مدير دائرة، مدير قسم، م. مدير قسم، مسؤول شعبة، مسؤول وحدة) وتم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) في احتساب (الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، معامل الارتباط، اختبار t، تحليل التباين) وتوصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات وكان أبرزها: ١. توجد علاقة ارتباط بين متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي ٢. توجد فروقات في استجابة العينة حول فقرات الاستبانة بحسب المصارف المبحوثة.

الكلمات المفتاحية: - الذكاء الاقتصادي، المتطلبات الإدارية والتنظيمية، المتطلبات البشرية، المتطلبات التقنية، النجاح الاستراتيجي.

Abstract

The aim of this research is to demonstrate the nature of the interactive relationship between the dimensions of the requirements of economic intelligence Represented by (Administrative and regulatory requirements, human requirements, and technical requirements) The strategic success of banks is represented by (Customer satisfaction, customer confidence, quality of service, growth) In three of the Iraqi banks own bank (Middle East Iraqi Investment, Al Ahli Iraqi, Gulf Commercial), The questionnaire was adopted as a tool for collecting data and information Of the sample (85) Who are they (Director of the Commissioner, M. Director Plenipotentiary, Director of Department, Director of Section, M. Section Manager, Division Officer, Unit Officer), The statistical program SPSS was used to calculate (Arithmetic mean, standard deviation, coefficient of variation, correlation coefficient, t-test, variance analysis), The research reached a number of conclusions, the most prominent of which are:

1. There is a correlation between the requirements of economic intelligence and strategic success
2. There are differences in the response of the sample around the paragraphs of the questionnaire according to the banks surveyed.

Key words: - Economic intelligence, administrative and organizational requirements, human requirements, technical requirements, strategic success.

المقدمة

إن لتسارع التغيرات الاقتصادية وزيادة شدة المنافسة في إطار السوق العالمية، كل ذلك أدى إلى زيادة الحاجة والطلب على المعلومات الإستراتيجية والاقتصادية، والتي أصبحت تدخل في صميم الحياة الشخصية والمهنية واليومية، وتعد هذه المعلومة مفيدة إذا ما استخدمت بطريقة سليمة وعقلانية ضمن منظومة اتخاذ القرارات الإستراتيجية وفي مختلف المستويات، وذلك لغرض تحسين وضع المنظمة والارتقاء بها إلى وضع أفضل من حيث اليقظة والتنافسية ومواجهة التحديات بسرعة وبكفاءة وفاعلية، وهذا من خلال نظام الذكاء الاقتصادي والذي يدور مفهومه حول فكرة المعلومة المفيدة، والتي تكون مناسبة لجميع مستويات القرار في المنظمة، وتساعد في إعداد وتنفيذ إستراتيجياتها الضرورية لتحقيق أهدافها وفي مقدمتها تحسين قدراتها التنافسية، ويمكن أن يطبق مفهوم الذكاء الاقتصادي على المستوى الكلي (الحكومة أو الدولة) أو على المستوى الجزئي (المنظمة). وانطلاقاً من أهمية الذكاء الاقتصادي ودوره في تحسين أداء المنظمات وتحقيق أهدافها المرسومة باتجاه تحقيق النجاح الاستراتيجي باستخدام امثل للمعلومات

المتاحة، جاء هذا البحث الذي يتناول موضوعاً حيوياً من خلال توضيح متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي وعلاقتها بمفهوم النجاح الاستراتيجي عبر أربعة مباحث اختص المبحث الأول بمنهجية البحث، أما المبحث الثاني فأختص بالمفاهيم الأساسية للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي، واهتم المبحث الثالث بتحليل نتائج البحث واختبار فرضياته، أما المبحث الرابع فقد تمخض عن أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث.

المبحث الأول :- منهجية البحث

أولاً:- مشكلة البحث

يحتل موضوعا (الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي) باهتمام كبير من قبل المنظمات لأهميتهما القصوى في ظل الظروف الراهنة وذلك بسبب ما يواجهه العالم اليوم ولاسيما المنظمات الاقتصادية بشكل عام والقطاع المصرفي بشكل خاص من تحديات وصعوبات كبيرة بسبب ظهور التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات والتطور الاقتصادي السريع وظهور الأزمات الاقتصادية وتصادم المنافسة وشدها مما دفع الإدارات في هذه المنظمات إلى البحث عن نظام متكامل للمعلومات يساندها في مجابهة التهديدات والمخاطر واستغلال الفرص من بيئتها المحيطة، وذلك للوصول إلى تحقيق الأهداف التي تصبو إليها وبالتالي تحقيق النجاح الاستراتيجي، لذا ارتأت الباحثة تسليط الضوء على هذين الموضوعين بعدما لاحظت من خلال زياراتها الميدانية للمصارف المبحوثة بضعف اهتمامها ومعرفتها بأهمية تطبيق الذكاء الاقتصادي والاستفادة منه بالشكل الصحيح في تقديم خدماتها المصرفية تحقيقاً للنجاح الاستراتيجي، وعليه فإن الأسئلة التي سيتم الإجابة عليها في البحث الحالي هي :-

١- ما هي درجة ترتيب أبعاد متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي في المصارف المبحوثة؟

٢- هل هناك علاقة تفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي ؟

٣- هل يوجد فروق في استجابات عينة البحث لفقرات الاستبانة بحسب المصارف المبحوثة ؟

ثانياً:- أهمية البحث

١- يساهم البحث في إضافة معرفية برفد المكتبة المحلية بالبحوث العلمية التي اتسمت بمحدودية الدراسات التي تطرقت إليها متغيراته.

٢- يستمد البحث أهمية في إيضاح العلاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي في المصارف المبحوثة، والتي قد تحفز على إجراء بحوث أخرى تثرى هذا الموضوع.

٣- إن البحث يركز على قطاع حيوي ومهم كالقطاع المصرفي ولذلك تنبثق أهميته من خلال، ما يساهم به هذا القطاع في تنمية الاقتصاد العراقي.

ثالثاً:- أهداف البحث

١- تحديد درجة ترتيب أبعاد كل من متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي.

٢- تحديد طبيعة العلاقة بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي.

ث- الكشف عن الفروق في استجابات العينة لفقرات الاستبانة بحسب المصارف المبحوثة .

رابعاً: مخطط البحث الفرضي:-

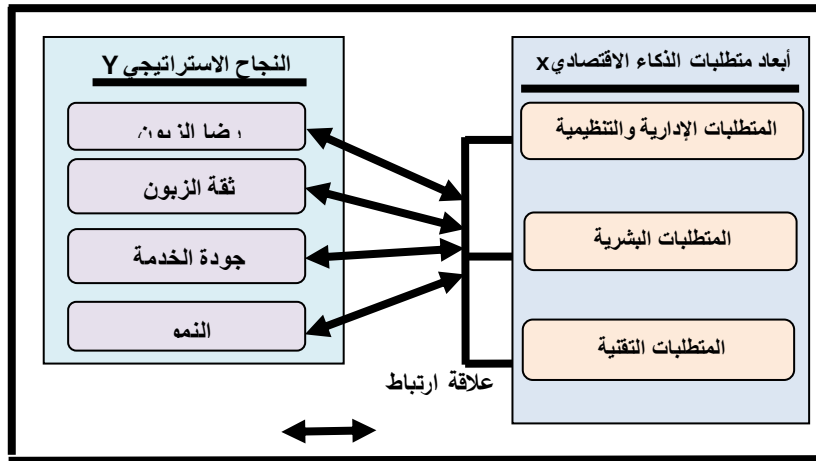
يوضح الشكل (١) مخطط البحث الفرضي والذي يحتوي على المتغيرين الرئيسيين وهما:-

١- المتغير المستقل (X):- أبعاد الذكاء الاقتصادي، وقد اعتمد في تصنيف هذه الأبعاد على (الجوهر ومطر، ٢٠١٦) و (الجنابي والزبيدي، ٢٠١٩).

٢- المتغير المعتمد (Y):- النجاح الاستراتيجي، اعتمد في تصنيف أبعاده على (Dalrymple & Parsons, 1995) و

(Sukasame, 2005)، والشكل (١) يوضح أنموذج البحث: -

العلاقة التفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي للمصارف
 بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة



الشكل (١) مخطط البحث الفرضي

خامساً: - فرضيات البحث

- ١- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي كلاً على حدة.
- ٢- توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لفقرات الاستبانة مجمعةً بحسب المصارف المبحوثة.

سادساً: منهج البحث

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي لمتغيرات البحث لغرض الكشف عن طبيعة العلاقة بينهما.

سابعاً: حدود البحث

- ١- الحدود المكانية: تتمثل بالمصارف العراقية الخاصة والواقعة ضمن الرقعة الجغرافية لمحافظة بغداد وهي كل من المصارف (الشرق الأوسط العراقي للاستثمار، الأهلي العراقي، الخليج التجاري)
- ٢- الحدود البشرية: وتشمل عينة من العاملين في المصارف المبحوثة ممن يشغلون المواقع الوظيفية وهي (المدير المفوض، م. مدير مفوض، مدير دائرة، مدير قسم، م. مدير قسم، مسؤول شعبة، مسؤول وحدة).
- ٣- الحدود الزمانية : تمتد مدة إجراء البحث من (٢٠١٨ / ١١ / ١٤) إلى (٢٠١٩ / ٧ / ١) .

ثامناً: موقع إجراء البحث

تم تطبيق البحث في المصارف (الشرق الأوسط العراقي للاستثمار، الأهلي العراقي، الخليج التجاري)

ت	اسم المصرف	نبذة تعريفية عن المصرف	الأنشطة التي يقوم بها المصرف
١	الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	تأسس في (١٩٩٣/٧/٧)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٢٥٠) مليار، ويتكون من (١٢) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق،	١- ممارسة الصيرفة التجارية والاستثمارية. ٢- منح التسهيلات الائتمانية المتنوعة. ٣- تقديم الخدمات المصرفية للزبائن. ٤- توظيف رواتب الموظفين
٢	الأهلي العراقي	تأسس المصرف في (١٩٩٥/٢/٢)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٢٥٠) مليار، ويتكون من (٦) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق.	نفس الخدمات السابقة، فضلاً عن سداد المدفوعات نيابة عن الغير.
٣	الخليج التجاري	تأسس المصرف في (١٩٩٩/١٠/٢٠)، وبلغ رأس ماله الحالي بمقداره (٣٠٠) مليار، ويتكون من (١٣) فروع موزعة في بغداد ومحافظات العراق.	نفس الخدمات السابقة، فضلاً عن تقديم خدمات الوساطة المالية.

تاسعاً: - عينة البحث

تم اعتماد العينة الطبقية العشوائية من المسؤولين في المصارف المبحوثة وفي المستويات الإدارية من (مدير مفوض، م. مدير مفوض، مدير دائرة، رئيس قسم، م. رئيس قسم، مسؤول شعبة، مسؤول وحدة)، والبالغ عددهم (٨٥) مبحوثاً، وهم يشكلون نسبة (٥٩%) من إجمالي مجتمع البحث والبالغ (١٤٥) شخصاً.

عاشرًا: 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 (٤٥) فقرة تتعلق بأبعاد ومتطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي و (٢٠) فقرة تتعلق بأبعاد النجاح الاستراتيجي، فأصبح مجموع فقرات الاستبانة (٦٥) فقرة، وعلى مقياس ليكرت الخماسي (اتفق بشدة، اتفق، محايد، لاتفق، لاتفق بشدة)

الحادي عشر: اختبار صدق الاستبانة ثباتها

تم إجراء اختبار صدق المحتوى لفقرات الاستبانة من خلال طريقة المقارنة الطرفية فكانت قيمة (t) المحسوبة والبالغة (٨,٦١٤) 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 (٩٠%) وهي نسبة ممتازة تؤكد اعتماد نتائج الاستبانة بدرجة عالية.

الثاني عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم الاستفادة من البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS في احتساب (النسب المئوية، تحليل المتوسطات، الانحراف المعياري، تحليل الارتباط، معامل الاختلاف، تحليل التباين الأحادي)

المبحث الثاني:- المفاهيم الأساسية للذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي

أولاً:- تعريف الذكاء الاقتصادي

عُرف الذكاء الاقتصادي في الأدبيات المتخصصة بعدة تعاريف، منها يشير (خلفاوي، ٢٠١٣ : ٢٢٧) بأنه "التحكم وحماية المعلومة الإستراتيجية لجميع المتعاملين الاقتصاديين من أجل الوصول إلى: المنافسة في المجال الاقتصادي، الأمن الاقتصادي وأمن المؤسسات، تعزيز سياسة التأثير"، بينما عرف (كباش، ٢٠١٢ : ٥٠) بأنه "فن اكتشاف الفرص والتهديدات من خلال تنظيم وتنسيق العمليات (جمع، فرز، تحليل، تخزين، المصادقة ونشر المعلومات المفيدة أو الإستراتيجية للجهات التي تحتاجها) مع توفير الحماية الكافية لجميع مراحل تطورها، كما أشار كل من (خوالد وخير الدين، ٢٠١٧ : ٣٧) بأنه "رصد بيئة المنظمات والدول والذي يمكنها من اكتشاف الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف، وذلك عبر مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالبحث، والمعالجة، والتوزيع، ونشر المعلومات بشكل مفيد يساعد المنظمات والدول على اتخاذ القرارات الصائبة وتعزيز قدراتها التنافسية.

ثانياً:- أهمية الذكاء الاقتصادي

يمكن توضيح أهمية الذكاء الاقتصادي للمنظمات كما بينه كل من (البارودي، ٢٠١٤ : ٦٦)، (بلزغم، ٢٠١٥ : ٢٧) و(المعموري

وآخرون، ٢٠١٦ : ٦) على النحو الآتي:-

- ١- الحصول على ميزة تنافسية
- ٢- تطوير المنتجات الجديدة
- ٣- أحسن بيع للمبيعات
- ٤- اتخاذ القرارات
- ٥- يقود للأداء الناجح

ثالثاً:- متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي

عند تطبيق المنظمات لنظام الذكاء الاقتصادي، لابد لها من توفير مجموعة من المتطلبات لضمان نجاح التطبيق وهي :-

١ - المتطلبات الإدارية والتنظيمية: وتتمثل تلك المتطلبات ب :-

- أ- دعم والتزام الإدارة العليا:- يعد دعم والتزام الإدارة العليا بمثابة المحرك الحيوي والأساسي عندما ترغب المنظمات تطبيق الذكاء الاقتصادي، إذ إنها المسؤولة عن مراقبة ومتابعة كل العمليات الفنية والإدارية التي تحدث داخل المنظمة.(قاشي ودية، ٢٠١٥ : ١٥١)
- ب- التوعية والتثقيف:- إن الثقافة والوعي يلعبان دوراً مهماً وبارزاً في إمكانية تطبيق المنظمة لأي نظام جديد، فقد تواجه الإدارات فيها بعض المشاكل والمعوقات عند تطبيقها لنظام الذكاء الاقتصادي، كالمقاومة للتغيير من قبل العاملين، فيجب أن يتم أولاً تهيئة العاملين لكي يتقبلوا فكرة تطبيق هذا النظام، ويتم ذلك بعقد الاجتماعات المكثفة وإجراء الاتصالات للتوضيح عن أسباب تطبيق الذكاء الاقتصادي. (الزنبقي، ٢٠١٠ : ٢٦) (الزويني، ٢٠١٥ : ٩٩)

ت- فريق العمل:- إن العمل بروح الفريق الواحد يعد شيء أساسي في تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي، وذلك من خلال إشراك العاملين من جميع أقسام المنظمة للعمل كفريق واحد، إذ أنه يشجع على الابتكار والإبداع لتقبل العمل بهذا النظام الجديد. (فيلالي، ٢٠١٤: ٩٣-٩٥)

ث- إعادة التنظيم الداخلي:- لنجاح آلية تطبيق الذكاء الاقتصادي ينبغي للمنظمة من خلال إعادة هندسة عملياتها الداخلية بالشكل الذي يتوافق مع هذه التكنولوجيا الحديثة، ولا سيما بما يتعلق بنظم المعلومات فيها. (مختار، ٢٠١٠: ٥٦)

٢- المتطلبات البشرية:- مجموعة من العناصر والمستلزمات الواجب توافرها من قبل إدارات المصارف لكي تسمح بالتطبيق الناجح للذكاء الاقتصادي وتتمثل ب:-

أ- الكفاءة الشخصية:- وهي القدرة الشخصية المتكونة من المهارات المكتسبة القادرة على تحديد المعلومات ومعالجتها وتحويلها إلى معلومة ذكية للاستفادة منها في الوقت المناسب. (الجنابي والزبيدي، ٢٠١٩: ٢٣٦)

ب- المهارات الفنية:- يتطلب عند تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي أن يتم الاعتماد على الأفراد من ذوي المهارات والخبرات الفنية المتطورة، وذلك لما لها من دور واضح في التعامل مع المعلومات وهم (محلي النظم، المبرمجين والمشغلين). (العاني، ٢٠١٢: ٢٨)

٣- المتطلبات التقنية:- وهي كل ما يجب توافره من عناصر برمجية ومادية والمستلزمات التي تتيح إمكانية تطبيق الذكاء الاقتصادي وتتمثل ب:-

أ- الأجهزة والمعدات وشبكات الاتصال: - هي جميع الأجهزة والأدوات الملموسة والمستخدمة في إدخال البيانات ومعالجتها وإخراج المعلومات والممثلة بـ (لوحة المفاتيح، الشاشات، حده المعالجة المركزية الطابعات والأقراص الممغنطة) أما الشبكات الاتصال فهي (الانترنت، الانترنت، الاكسترنت). (Obrien, 2008: 74)

ب- البرمجيات:- قد أشار (Laudon & Laudon, 2009: 1) إلى أن البرمجيات تشمل كل من البرامج العامة أو برامج التشغيل التي تعمل على توجيه المكونات المادية للحاسوب والسيطرة عليها كالمعالج المركزي، التقنيات الخارجية الملحقة، ربط الاتصالات، ويعد مبرمجي النظام هم مصمموا هذه البرامج.

ت- قواعد البيانات:- مجموعة منظمة من المعلومات والحقائق عن المنافسين، الزبائن والعاملين والتي يمكن أن تجعل نظم المعلومات أسهل وأسرع. (العاني، ٢٠٠٩: ١٧٩) وهي على أنواع منها (قواعد البيانات العملياتية، تنقيب البيانات ومستودعات البيانات).

رابعاً:- تعريف النجاح الاستراتيجي

تعددت التعاريف التي وصفت النجاح الاستراتيجي فقد عرفه (3 : Sukasame, 2005) بأنه " التركيز على بناء العلاقات مع الزبائن والاحتفاظ بهم، وهو المفتاح للحصول على النجاح بالمنافسة في الأعمال"، في حين أشار (الطعان، ٢٠١٣: ٢١٣) بأنه "قدرة المنظمات على صياغة إستراتيجية واضحة، ومرنة مع التنفيذ الفاعل لها في ظل وجود ثقافة تحفيزية، وإبداع لدى العاملين مما يؤدي إلى رضا الزبون الذي يعد الهدف الأسمى للمنظمات وتطلعاتها بعيدة الأمد"، وعرف النجاح الاستراتيجي أيضاً (عصا، ٢٠١٨: ٧٢) بأنه " توليفة من العوامل والعمليات الإدارية التي تقود المنظمات إلى التميز على المدى البعيد والقدرة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية على أساس طبيعة البيئة التي تمارس بها المنظمة نشاطاتها".

خامساً- أهداف النجاح الاستراتيجي

يحقق النجاح الاستراتيجي الأهداف الآتية:- (محمود، ٢٠١٠: ٦٨)

١- يساعد المنظمة على صناعة المستقبل من خلال تهيئة قادة يمتلكون المعرفة في صياغة الخطط الإستراتيجية.

٢- تحقيق النتائج المخطط لها، والاستعداد الدائم لإحداث أي تغيير في المنظمة.

٣- زيادة الكفاءة التنظيمية.

٤- تنمية القدرات الإبداعية لدى العاملين.

٥- تحفيز العاملين على الانجاز والعمل لتحقيق أهداف المنظمة.

سادساً- أبعاد النجاح الاستراتيجي

يوجد العديد من الأبعاد للنجاح الاستراتيجي التي تناولها الكتاب والباحثين ولقد تم اختيار الأبعاد التي طرحها كل من (Dalrymple & Parsons, 1995) و (Sukasame, 2005) والتي تمثلت بـ (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، والنمو) :-

١- رضا الزبون:-

لقد وجدت الإدارات العليا من أجل المساهمة في صنع السياسات العامة وتنفيذها، ولغرض إنتاج السلع وأداء الخدمات أن تقوم بإشباع الحاجات والمصالح العامة للزبائن، ولذلك فإن مؤشرات النجاح الاستراتيجي للمنظمات هي درجة الإشباع والرضا للزبون المستفيد من منتجاتها والخدمات التي تقدمها، وفي ظل التغيرات العلمية والتكنولوجية المتسارعة أصبح واضحاً لدى أغلب المدراء بأن البقاء والاستمرار والنمو لا يمكن تحقيقه، لذا يرى باتفاق أغلبية الباحثين إن العوامل المؤثرة على رضا الزبون هي (الخدمة، الجودة، السعر، الوقت). (الفايض، ٢٠١١ : ١١٤)

٢- ثقة الزبون:-

يشير (Davis et.al, 2003:220) بأن ثقة الزبون هي "المصادقية والأمانة المميزة التي يعتقد بها الزبون في المصرف"، وإن هذا البعد يميل إلى أهمية واضحة للخدمات التي يدركها الزبون مثل المخاطر أو شعوره بعدم التأكد بخصوص قدرات المصرف على تقييم المنافع والمخرجات كخدمات التامين والخدمات المصرفية..، وإن كسب الثقة يتجسد بالشكل الذي يربط الزبون بالمصرف مثل وكالات التامين ووسطاء الأوراق المالية (احمد ، ٢٠٠١: ١١٠).

ت- جودة الخدمة:-

من الضروري معرفة وفهم رغبات وحاجات الزبائن والعمل على إشباعها، لذلك عرف (الدراكة ، ٢٠٠٦ : ٨١) جودة الخدمة على أنها جودة الخدمات التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه، وتعد في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسة للمنظمات التي ترغب في تعزيز مستوى الجودة في خدماتها.

٤- النمو:-

لقد عدّ (Jones, 2010: 312) النمو من الأهداف التي تجعل المنظمة تعمل لأجل الحصول على موقع متقدم في مجال العمل، وأن يكون حجمها في المستقبل أفضل مما هو عليه حالياً، فيجدر بالمنظمات أن تنمو سريعاً لمواكبة التغيرات التي تحدث من حولها، وينبغي لها أن توازن نفسها في الوقت الحاضر للإبداع والتغيير ليس من أجل الازدهار فقط ولكن للبقاء في عالم المنافسة أيضاً (الدليمي، ٢٠١٣ : ٨٥).

المبحث الثالث: تحليل نتائج البحث واختبار فرضياته

أولاً : تحليل نتائج البحث لمتغير متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي

من خلال إجابات عينة البحث عن كافة أبعاد متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي، أظهرت نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (١) الآتي:- ١- إن هذا المتغير حقق وسطاً حسابياً عاماً بلغ (٤,٢٦) وهي قيمة أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (٣) على مساحة المقياس، وبانحراف معياري عام بلغ (٠,٢١٨) ما يعطي مؤشراً على درجة استجابة مرتفعة الشدة أبعادها المبحوثون تجاه كافة أبعاد متغير الذكاء الاقتصادي ، ٢- حصل بعد المتطلبات التقنية أهمية كبيرة بالدرجة الأولى حسب رأي المبحوثين لكون قيمة معامل الاختلاف الخاصة به اصغر من ذات القيمة للبعدين الآخرين والبالغة (٠,٠٦٨)، وبوسط حسابي بلغ (٤,٢٩) وبانحراف معياري بلغ (٠,٢٩٢) ، ٣- حل بعد المتطلبات البشرية بالمرتبة الثانية بمعامل اختلاف بلغ (٠,٠٧٦)، وبوسط حسابي بلغ (٤,٣١) وبانحراف معياري بلغ (٠,٣٢٩).

٤- جاء بعد المتطلبات الإدارية والتنظيمية بالمرتبة الثالثة والأخيرة بمعامل اختلاف بلغ (٠,٠٨٢)، وبوسط حسابي بلغ (٤,١٦) ، وبانحراف معياري بلغ (٣,٤٤)، وفي ضوء ما تقدم نجد إن هناك تقارباً كبيراً بين معامل التشتت لكافة أبعاد متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي، وهذا يدل على ضرورة اهتمام الإدارات العليا في المصارف المبحوثة بالمتطلبات الإدارية والتنظيمية بشكل أكبر مستقبلاً.

العلاقة التفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي للمصارف

بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة

جدول (١) ترتيب الأهمية لأبعاد متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي تبعا لمعامل الاختلاف

أبعاد محور متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
المتطلبات الإدارية والتنظيمية	٤,١٦	٠,٣٤٤	٠,٠٨٢	الثالث
المتطلبات البشرية	٤,٣١	٠,٣٢٩	٠,٠٧٦	الثاني
المتطلبات التقنية	٤,٢٩	٠,٢٩٢	٠,٠٦٨	الأول
الإجمالي	٤,٢٦	٠,٢١٨		

ثانياً: تحليل نتائج البحث لمتغير النجاح الاستراتيجي

من خلال مستوى إجابات عينة البحث عن كافة أبعاد متغير النجاح الاستراتيجي ، اظهر الجدول (٢) الآتي:- ١- إن متغير النجاح الاستراتيجي قد سجل وسطا حسابيا عاما بلغ (٤,٣٠) وبانحراف معياري عام بلغ (٠,٣٦١) 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 اصغر من ذات القيمة للأبعاد الأخرى والتي بلغت (٠,٠٧٥)، وبوسط حسابي بلغ (٤,٥٢) وبانحراف معياري بلغ (٠,٣٣٩). ٣- جاء بعد رضا الزبون بالمرتبة الثانية بمعامل اختلاف بلغ (٠,٠٩٨) وبوسط حسابي بلغ (٤,٣٠) وبانحراف معياري بلغ (٠,٤٢٥) ، ٤- حصل بعد جودة الخدمة على المرتبة الثالثة بمعامل اختلاف قدره (٠,١١٦) وبوسط حسابي بلغ (٤,٢٦) وبانحراف معياري بلغ (٠,٠٤٩٧) ، ٥- حل بعد النمو بالمرتبة الرابعة والأخيرة بمعامل اختلاف قدره (٠,١٥١) وبوسط حسابي بلغ (٤,١٢) وبانحراف معياري بلغ (٠,٦٢٦) ، علما إن هناك تقاربا كبيرا 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 اجل جعل البعدين جودة الخدمة والنمو بالصورة المثلى مستقبلا رغم إنهما بصورة جيدة في الوقت الحاضر .

جدول (٢) ترتيب الأهمية لأبعاد متغير النجاح الاستراتيجي تبعا لمعامل الاختلاف

أبعاد محور تحقيق النجاح الاستراتيجي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
رضا الزبون	٤,٣٠	٠,٤٢٥	٠,٠٩٨	الثاني
ثقة الزبون	٤,٥٢	٠,٣٣٩	٠,٠٧٥	الأول
جودة الخدمة	٤,٢٦	٠,٤٩٧	٠,١١٦	الثالث
النمو	٤,١٢	٠,٦٢٦	٠,١٥١	الرابع
الإجمالي	٤,٣٠	٠,٣٦١		

ثالثاً: اختبار فرضيات البحث

١- اختبار فرضية علاقة الارتباط

لاختبار صحة الفرضية الأولى للبحث والتي تنص ١- (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي كلاً على حدة) يعرض نتائج الجدول (٣) العلاقة بين المتغيرات المبحوثة وعلى النحو الآتي:-

الجدول (٣) علاقة الارتباط بين متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي

أبعاد النجاح الاستراتيجي	أبعاد متطلبات تطبيق الذكاء الاقتصادي						قيمة t الجدولية	مستوى المعنوية
	المتطلبات الإدارية والتنظيمية		المتطلبات البشرية		المتطلبات التقنية			
	R	t المحسوبة	R	t المحسوبة	R	t المحسوبة		
رضا الزبون	٠,٤٤٧	٤,٥٥٢	٠,٥٥٢	٥,٥٧٥	٠,٦١٤	٧,٠٨٦	١,٩٨٨	٠,٠٥
ثقة الزبون	٠,٢٨٣	٢,٦٣٧	٠,٢٨٤	٢,٦٩٨	٠,٤١٤	٤,٢٢١		
جودة الخدمة	٠,٤١٧	٤,٩٧٧	٠,٦٧٤	٨,٣١٢	٠,٥٣٠	٥,٦٩٤	٢,٦٣٦	٠,٠١
النمو	٠,٤٩٨	٥,٢٣١	٠,٦٤٤	٧,٦٦٩	٠,٥٠٧	٥,٣٥٨		

يتضح من نتائج الجدول (٣) الآتي: -

١- إن قيم معامل الارتباط بين المتطلبات الإدارية والتنظيمية وأبعاد النجاح الاستراتيجي (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، النمو) قد بلغت (٠,٤٤٧ ، ٠,٢٨٣ ، ٠,٤١٧ ، ٠,٤٩٨) على التوالي وهي قيم موجبة طردية الاتجاه ذات دلالة معنوية نظراً لكون

العلاقة التفاعلية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي للمصارف

بحث تطبيقي على عينة من المصارف العراقية الخاصة

قيمة (t) المحسوبة لها والبالغة (٤,٥٥٢، ٢,٦٣٧، ٤,٩٧٧، ٥,٢٣١) على التوالي، هي اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (١,٩٨٨) و (٢,٦٣٦) عند ذات مستويي المعنوية (٠,٠٥) و (٠,٠١) على التوالي، وتفسير هذه النتيجة انه كلما تطورت المتطلبات الإدارية والتنظيمية في المصارف المبحوثة فذلك سيسهم في ارتفاع (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة ، النمو) .

٢- إن قيم معامل الارتباط بين المتطلبات البشرية وأبعاد النجاح الاستراتيجي (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، النمو) قد بلغت (٠,٥٥٢، ٠,٢٨٤، ٠,٦٧٤، ٠,٦٤٤) على التوالي وهي قيم موجبة طردية الاتجاه ذات دلالة معنوية، نظراً لكون قيمة (t) المحسوبة لها والبالغة (٥,٥٧٥، ٢,٦٩٨، ٨,٣١٢، ٧,٦٦٩) على التوالي، هي اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (١,٩٨٨) و (٢,٦٣٦) عند ذات مستويي المعنوية (٠,٠٥) و (٠,٠١) على التوالي، وتشير تلك النتيجة إلى انه كلما تطورت المتطلبات البشرية في المصارف المبحوثة، فإن ذلك سيؤدي إلى تطور في (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة ، النمو).

٣- إن قيم معامل الارتباط بين المتطلبات التقنية وأبعاد النجاح الاستراتيجي (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة، النمو) قد بلغت (٠,٦١٤، ٠,٤١٤، ٠,٥٣٠، ٠,٥٠٧) على التوالي وهي قيم موجبة طردية الاتجاه ذات دلالة معنوية ، نظراً لكون قيمة (t) المحسوبة لها والبالغة (٧,٠٨٦، ٤,٢٢١، ٥,٦٩٤، ٥,٣٥٨) على التوالي، هي اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (١,٩٨٨) و (٢,٦٣٦) عند ذات مستويي المعنوية (٠,٠٥) و (٠,٠١) على التوالي، وتفسير هذه النتيجة انه كلما تطورت المتطلبات التقنية في المصارف المبحوثة فذلك سيؤدي إلى ارتفاع وتطور في (رضا الزبون، ثقة الزبون، جودة الخدمة ، النمو) .

وفي ضوء ما تقدم يتم قبول الفرضية الأولى للبحث والتي تنص (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي والنجاح الاستراتيجي كلاً على حدة).

٢- اختبار فرضية الفروق

لغرض اختبار صحة الفرضية الثانية للبحث والتي تنص (توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لفقرات الاستبانة مجتمعةً بحسب المصارف المبحوثة)، تم استعمال تحليل التباين الأحادي وكما موضح في الجدول (٤).

الجدول (٤) تحليل التباين لمعنوية الفروق في استجابات العينة للمصارف المبحوثة

مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	مستوى المربعات	قيمة t	
				المحسوبة	الجدولية
بين المصارف	١,٥٢٩	٢	٠,٧٦٥	١٠,٠٧١	٣,٨٦٢
داخل المصارف	٦,١٥٠	٨١	٠,٠٧٦		
الكلية	٧,٦٨٠	٨٣			

يتضح من نتائج الجدول (٤) الآتي: -

وجود فروق ذات دلالة معنوية بين استجابات العينة بحسب المصارف المبحوثة (الشرق الأوسط العراقي للاستثمار، الأهلي العراقي، الخليج التجاري)، وذلك لان قيمة (F) المحسوبة والبالغة (١٠,٠٧١) هي اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (٣,٨٦٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وبدرجة حرية (٢,٨٣) ، وفي ضوء تلك النتائج يتم قبول الفرضية الثانية للبحث والتي تنص على (توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة لفقرات الاستبانة مجتمعةً بحسب المصارف المبحوثة).

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

١- أظهرت نتائج البحث إلى أن هناك اتفاق من قبل العينة المبحوثة وبدرجة عالية جداً حول فقرات كل من المتغيرين (متطلبات الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي).

٣- حقق بعد ثقة الزبون من أبعاد النجاح الاستراتيجي المرتبة الأولى ثم جاء بعده رضا الزبون بالمرتبة الثانية، أما بالمرتبة الثالثة فكان بعد جودة الخدمة، في حين جاء بعد النمو بالمرتبة الرابعة والأخيرة.

٤- كشفت النتائج التي توصل إليها البحث إلى وجود علاقة ارتباط قوية وطردية بين أبعاد متطلبات الذكاء الاقتصادي وأبعاد النجاح الاستراتيجي .

٥- أوضحت النتائج انه هناك فروق في استجابات العينة حول فقرات الاستبانة مجتمعةً بحسب المصارف المبحوثة.

ثانياً: التوصيات

- ١- يجب أن تهتم الإدارات العليا في المصارف المبحوثة بالمتطلبات الإدارية والتنظيمية مستقبلاً بشكل كبير من خلال نشر الثقافة والتوعية بأهمية تطبيق الذكاء الاقتصادي في مجال العمل المصرفي.
- ٢- اهتمام المصارف المبحوثة بجذب واستقطاب الأشخاص ممن يمتلكون الكفاءات والمهارات الفنية في مجال الحاسبات.
- ٣- ضرورة إدراك المصارف المبحوثة بإدخال تقنيات وبرامج متطورة في مجال تقديم الخدمات المصرفية لما لها من دور في تحقيق النجاح.

المصادر

١. البارودي، شيرين بدري، أثر الذكاء الاقتصادي في تحقيق متطلبات تنمية المشاريع الصغيرة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٣٩، ٢٠١٤.
٢. بلزغم، محمد، دور الذكاء الاقتصادي في تميز منظمات الأعمال وواقعه في الجزائر، ٢٠١٥.
٣. الجنابي والزبيدي، الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي، ط١، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٩.
٤. الجوهر، كريمة علي ومطر، خديجة جمعة، دور نظم المعلومات المحاسبية في تعزيز الذكاء الاقتصادي - دراسة تحليلية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد ٣٩، العدد ١٠٧، ٢٠١٦.
٥. خلفاوي، شمس ضيات، الذكاء الاقتصادي كرهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٠، ٢٠١٣.
٦. خوالد، أبو بكر وخير الدين، بوزرب، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية الاقتصاديات والدول، قراءة في التجربة اليابانية، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد ٣، ٢٠١٧.
٧. الدراكة، مأمون، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، ٢٠٠٦.
٨. الدليمي، سمر صلاح شاكر، تحليل العلاقة بين إدارة الحكمة وإدارة الوقت وانعكاسها في النجاح الاستراتيجي، ٢٠١٣.
٩. الزينقي، حنان سلمان، التدريب الإلكتروني، ط١، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٠.
١٠. الزويني، خديجة جمعة، إعادة هندسة نظم المعلومات المحاسبية في الوحدات الاقتصادية أساساً لتطبيق الذكاء الاقتصادي، ٢٠١٥.
١١. الطعان، حاتم فارس، "أثر استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في تحقيق النجاح الاستراتيجي"، دراسة ميدانية في وزارة النقل، مجلة الدنانير، العدد ٣، ٢٠١٣.
١٢. العاني، مزهر شعبان وجواد، شوقي ناجي، ذكاء الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، ط١، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
١٣. العاني، مزهر شعبان، نظم المعلومات الإدارية- منظور متكامل، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٩: ص ١٧٩.
١٤. عصاد، مصطفى عبد العباس، تأثير القيم التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي - بحث تحليلي في ديوان وزارة النفط، ٢٠١٨: ٦٩-٧٩.
١٥. العنزي، أميرة خضير كاظم، (دور أبعاد علاقات الزبون والتفكير الإبداعي في تحقيق النجاح الاستراتيجي)، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، ٢٠١٠.
١٦. الفياض، مجيد حميد، أثر استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في تحقيق النجاح الاستراتيجي - دراسة ميدانية في وزارة النقل، ٢٠١١.
١٧. فيلال، أسماء، الذكاء الاقتصادي في المؤسسة الجزائرية: الواقع والمجهودات "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للسيارات الصناعية روبية " SNVI، ٢٠١٤.

١٨. قاشي، خالد ودية، رافع، الذكاء الاقتصادي آلية لدعم إدارة العلاقة مع الزبون في منظمات الأعمال الحديثة، مجلة الردة لاقتصاديات الأعمال، العدد ١، ٢٠١٥.
١٩. كباش، فاطمة الزهراء، الذكاء الاقتصادي كخيار لتفسير عدم استقرار الأسواق المالية: دراسة حالة بعض الاقتصاديات الناشئة، الجزائر، ٢٠١٢.
٢٠. مختار، حسن محمد احمد، إدارة التغيير التنظيمي - المصادر والاستراتيجيات، القاهرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، ط١، ٢٠١٠.
٢١. 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 ISO١٤٠٠١، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة واسط، العدد ٢١، ٢٠١٦.
22. Dalrymple. Douglas J. and Leonard J parsons, Basic Marketing Management, John Wiley & Sons, 1995.
23. Davis, Mark &J. Aquilano, Nicholas & Fundamental sofa operations management B.Chase Richard Printed in R.R. Domelley & Sons Company 4th ed 2003.
24. Jones, Gareth R., "Organizational Theory, Design, and change", six Th ed., Pearson Prentice Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2010.
25. Laudon. Kenneth C. & Laudon. Janep. Management Information Systems, 4th edition, prentice-Hill, Inc. New Jersey, 2001.
26. O Brien. James A, and Marakas.Georg M, Management Information Systems, 9th Ed., McGw-Hill Companies Inc, New York, 2008.
27. Sukasame, Nittana, E-Service Quality A Paradigm for Competitive Success of E-Service Entrepreneurs", 2005.