

توظيف اليقظة التكنولوجية في تعزيز جودة الخدمة المصرفية دراسة استطلاعية لعينة من المصارف الحكومية والخاصة في مدينة تكريت

الباحثة: هند إبراهيم حسن
كلية الادارة والاقتصاد
جامعة تكريت
hano62040@gmail.com

أ.د. قاسم احمد حنظل
كلية الادارة والاقتصاد
جامعة تكريت
qassim_a_handhal@yahoo.com

المستخلص:

يهدف البحث على نحو رئيس للتعرف على توظيف اليقظة التكنولوجية في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة الحكومية والخاصة في مدينة تكريت، وتحقيقاً لهدف البحث اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي لاختبار فرضياتها وقد جرى استخدام الاستبانة لجمع البيانات الأولية على العينة العشوائية حيث وزعت (١٠٠) استمارة للعاملين في المصارف وكان الصالح منها للتحليل (٧٦) استمارة أي بنسبة استجابة (٧٦%)، وزعت (١٠٠) استمارة إضافية لربان المصارف المبحوثة وكان الصالح منها للتحليل (٧٦) استمارة أي بنسبة استجابة (٧٦%)، جرى معالجة البيانات إحصائياً بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لـكل فرضية من أجل الوصول إلى النتائج، توصلت البحث إلى العديد من الاستنتاجات، أبرزها يوجد تأثير معنوي موجب لوسائل اليقظة التكنولوجية إجمالاً في جودة الخدمة المصرفية على مستوى المصارف المبحوثة في مدينة تكريت.

الكلمات المفتاحية: اليقظة التكنولوجية، جودة الخدمة المصرفية.

Employing Technological Vigilance in Enhancing the Quality of Banking Service/Study Exploratory in a sample of government and private banks in the city of Tikrit

Prof. Dr. Qassim Ahmed Handhal
College of Administration and Economics
Tikrit University

Researcher: Hind Ibrahim Hassan
College of Administration and Economics
Tikrit University

Abstract:

The study aimed mainly to identify the employing of technological vigilance in strengthen the quality of banking services in government and private research banks in the city of Tikrit. To achieve the aim of the study, the researchers relied on the descriptive analytical approach to test the hypotheses. The questionnaire was used to collect preliminary data on the random sample, where (100) forms were distributed to workers in banks, and the valid ones for analysis were (76) forms, any response rate (76%), and (100) additional forms were distributed to customers of the research banks, and the valid ones were for analysis (76) forms, any response rate (76%). The data were statistically processed using the appropriate statistical methods for each hypothesis in order to reach the results. The study reached many conclusions, most notably. There is a positives significant of effect technological vigilance in general in the quality of banking service at the level of the banks researched in the city of Tikrit.

Keywords: technological vigilance, quality of banking service.

المقدمة

يُعد القطاع المصرفي من القطاعات المهمة التي لها دور جوهري للنهوض بالواقع الاقتصادي للبلد لما تقدمه من شراكة وتعاون مع مختلف مؤسسات الدولة الحكومية والمؤسسات الخاصة الأخرى ولما تقوم به من تقديمها للقروض دعماً للمشاريع الصغيرة والمتوسطة مما يقلل من مؤشر البطالة ويعزز من ازدهار الواقع الاقتصادي للبلد، وإن نجاح هذه المصارف في تبنيها لاستراتيجيات التي تتبعها يتوقف على نجاحها في استغلال ما لديها من موارد بشرية وإمكانيات مالية وتقانة معلومات واتصالات، وهذه المصارف تتنافس في بيئه شديدة التغير والمنافسة مما يفرض عليها تحدياً كبيراً في كيفية محافظتها على حصتها السوقية وأن تبقى في دائرة المنافسة وان لا تتقادم وذلك من خلال ما طرحته من خدمات جديدة او تطويرها لخدمات حالية، وتتم مواكبة المصارف لما هوا جيد في هذا القطاع من خلال توظيفه للبيئة التكنولوجية، إن الدور الذي تقوم به البيئة التكنولوجية ووسائلها من حيث رصد كل التطورات المتعلقة بالمحيط التكنولوجي يمكنها من ان تكون في موقف هجومي من خلال اقتناص الفرص والمجيء بتقانة جديدة في العمل المصرفي تتعكس بشكل خدمة مقدمة للزبائن وفي ذات الوقت تُمكِّن البيئة المصارف من أن تكون في موقف دفاعي من خلال تحوطها من التهديدات المحتملة من خلال بحثها وتنقيتها عن المعلومات التي تفيدها ومعالجتها وتصفيتها واستغلالها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تعزز من جودة الخدمة المصرافية على المدى البعيد، إذ حظيت البيئة التكنولوجية باهتمام متزايد لدى العديد من الكتاب والباحثين في ظل التحديات التي تواجهها المنظمات بصورة عامة من حدة المنافسة وسرعة التغير والتقدم التكنولوجي مما يتطلب منها أن تكون أكثر يقظة وأكثر ذكاءً وتنافسية خصوصاً وأن العصر الحالي هو عصر المعلومات، مما يتطلب منها مراقبة ورصد مستمر لمحيطها لاتخاذ القرارات وفقاً لذلك وبما يسهم في تعزيز جودة منتجاتها او خدماتها التي تقدمها.

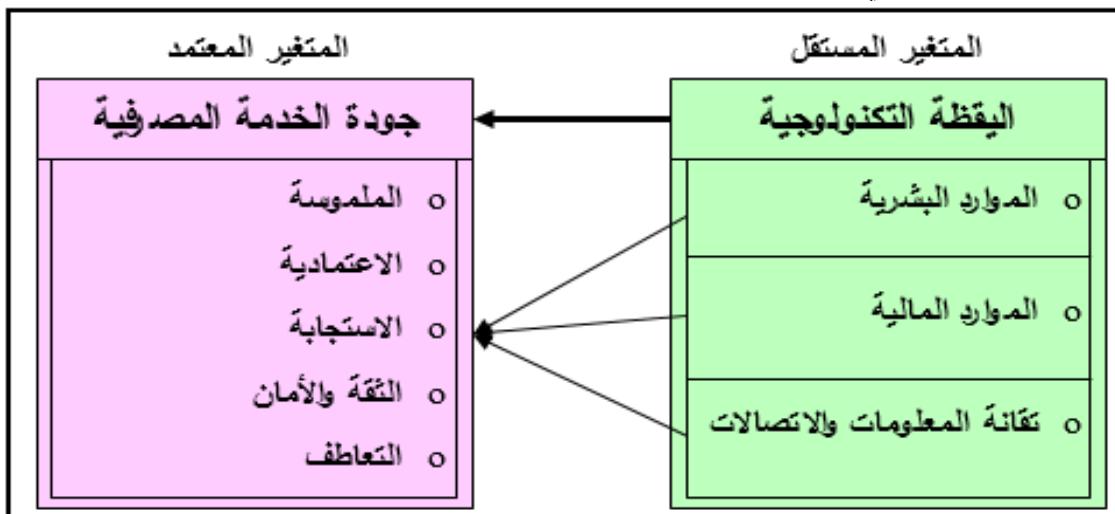
المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً. إشكالية البحث وتساؤلاتها: إن ما تشهده المصارف الحكومية وال الخاصة على حد سواء في الألفية الحاضرة من تسارع تنافسي شديد ظهر الاهتمام بمفاهيم جديدة تتلاءم مع طبيعة هذه التغيرات والتطورات في بيئه المصارف التي تركز بشكل رئيس على خدمة الزبائن وتلبية احتياجات ورغباته، ومن أجل ان تبقى المصارف في ساحة التنافس وتحصل على حصة سوقية أعلى من نظيراتها من المصارف، بدأت بعض المصارف بتوظيف مفهوم البيئة التكنولوجية وتطبيق ممارساتها وتقنياتها وأبعادها الأساسية بهدف الوصول إلى أعلى درجات الجودة في تقديم هذه الخدمات المصرافية والتفوق على المصارف الأخرى التي لا تملك دراية او تطبيق لهذا المفهوم محاولة من تلك المصارف لتلبية احتياجات الزبائن وبأسرع وقت واقل كلفة بسبب استخدامها لهذه الأنظمة الحديثة وبالتالي تتعكس على قيمة المصارف وعلى مكانتها الذهنية لدى زبائنه. يمكن صياغة إشكالية البحث من خلال إثارة الأسئلة البحثية الآتية:

١. هل تلتزم المصارف المبحوثة بتطبيق البيئة التكنولوجية؟
٢. هل تحقق المصارف المبحوثة مستوى عال من جودة الخدمة المصرافية؟

٣. هل توجد علاقة تأثير معنوية بين اليقظة التكنولوجية وجودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة؟
٤. هل تتبادر اليقظة التكنولوجية من حيث الأهمية والتأثير في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة؟
- ثانياً. أهمية البحث تكتسب البحث الحالية أهميتها من أهمية الموضوع الحيوي الذي تعالجه، ويمكن بيان أهمية البحث من خلال جانبين وكالآتي:
١. الجانب المعرفي: وتمثل الأهمية المعرفية للبحث في الآتي:
- أ. تناولت البحث متغيرين مهمين وهما اليقظة التكنولوجية وجودة الخدمة المصرفية، إذ إن الجمع بين هذين المتغيرين له دور فاعل في تقديم خدمات مصرفية ممتازة ومميزة بنفس الوقت للرثائين، وبما يضمن تحسين الأداء الاقتصادي على المدى البعيد.
- ب. بيان أهمية اليقظة التكنولوجية في زيادة القدرة التنافسية للمصارف المبحوثة مقارنة بالمصارف التي لا تمتلك وسائل يقظة تكنولوجية إضافة إلى المردود المالي الذي يمكن أن تحصل عليه تلك المصارف.
- ج. تُعد البحث الحالية مساهمة في اثراء المكتبة الإدارية بجهد معرفي متواضع نظراً لحداثة الموضوع وعدم التطرق إليه بربط هاذين المتغيرين معاً في البيئة العراقية على حدود إطلاع الباحثة وعلى النحو الذي يمكن من تأكيد علاقات الارتباط بين متغيرات البحث وأبعادها.
٢. الجانب الميداني: تتحدد الأهمية الميدانية للبحث من خلال الآتي:
- أ. لفت أنظار إدارة ومالكي المصارف المبحوثة إلى تناول هذه الموضوعات في البحث والتحليل للاستفادة منها وذلك لأهميتها في جذب أكبر عدد من الرثائين وبالتالي زيادة المردود المالي لتلك المصارف، إضافة إلى أهمية هذه البحث وذلك من خلال تطبيقها في قطاع خدمي مهم وهو قطاع المصارف الذي يُعد رافداً مهماً لتنمية الاقتصاد الوطني.
- ب. تشخيص استعداد المصارف المبحوثة لتطبيق اليقظة التكنولوجية بشكل كفؤ بغية تعزيز جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها لرثائتها.
- ج. تتميز في تقديم الأساس الذي تمكن المصارف المبحوثة من التعرف على مساهمة اليقظة التكنولوجية في تلك المصارف باتجاه تعزيز جودة الخدمة المصرفية والوقوف على مضامين هذه العلاقة على مستوى المصارف المبحوثة.
- ثالثاً. أهداف البحث: تسعى البحث الحالية لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:
١. اختبار طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث الحالية (اليقظة التكنولوجية، وجودة الخدمة المصرفية) للمصارف المبحوثة للتأكد من صحة العلاقات السببية والمنطقية بين هذه المتغيرات.
٢. تحديد تباين اليقظة التكنولوجية من حيث اهميتها وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة.

رابعاً. المخطط الفرضي للبحث:



الشكل (١): المخطط الفرضي للبحث

خامساً. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية الاولى: يوجد تأثير معنوي موجب لوسائل البيضة التكنولوجية مجتمعة في جودة الخدمة المصرفية مجتمعة في المصارف المبحوثة، وتتفق منهما **الفرضية الفرعية الآتية:** يوجد تأثير معنوي لكل وسيلة من وسائل البيضة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية.

الفرضية الثانية: تتبين البيضة التكنولوجية من حيث الأهمية والتأثير في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة.

سادساً. وصف ومسوغات اختيار المصارف المبحوثة: اختيرت المصارف الحكومية والخاصة الآتية في مدينة تكريت كميدان للبحث وهي (مصرف الرافدين، مصرف الرشيد، المصرف العراقي الإسلامي، مصرف آشور الدولي، مصرف الخليج التجاري، المصرف المتحد للاستثمار، مصرف الموصل للتنمية والاستثمار)، وإن هذه المصارف تابعة لسياسة البنك المركزي العراقي، فضلاً عن ذلك فإنها تُعتبر من المصارف الرائدة في البلد، وجاء هذا الاختيار للأسباب الآتية:

١. تُعتبر المصارف المبحوثة من أهم المصارف التي لها دور بارز في حيوية الاقتصاد الوطني، باعتبارها مؤسسات مالية لها دور مهم في توفير السيولة النقدية الازمة لتمويل المشاريع الاستثمارية.
٢. تُعد من المصارف التي تُساهم في تقليل مؤشر البطالة في المجتمع وفقاً لما تقدمة من قروض للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٣. تمتاز هذه المصارف بمكانة مهمة في سوق المنافسة مع غيرها من المصارف إضافة إلى رغبة الزبائن في الحصول على الخدمات منها، والجدول (١) يوضح المصارف المبحوثة.

الجدول (١): وصف المصادر المبحوثة

ن	أسم المصرف	نوع المصرف	سنة التأسيس	عدد العاملين
١	مصرف الرافدين	حكومي	١٩٦٧	٣٥
٢	مصرف الرشيد	حكومي	١٩٨٨	٣٠
٣	مصرف الموصل للتنمية والاستثمار	مصرف خاص تجاري	٢٠٠٦	٧
٤	مصرف الخليج التجاري	مصرف خاص تجاري	٢٠٠٩	٥
٥	مصرف آشور الدولي	مصرف خاص تجاري	٢٠٠٩	١٥
٦	مصرف المتحد للاستثمار	مصرف خاص تجاري	٢٠١٢	٧
٧	المصرف العراقي الإسلامي	مصرف خاص إسلامي	٢٠١٣	٨

المصدر: من إعداد الباحثان.

المبحث الثاني: اليقظة التكنولوجية

أولاً. **مفهوم اليقظة التكنولوجية:** تُعتبر اليقظة في مجال الإدارة نشاط إنساني قديم، والمنظمات منذ نشأتها كانت بحاجة دائمة للاستعلام والمراقبة البيئية لاسيما حول وضعها التنافسي ومعرفة اتجاهات أسواقها، إذ أصبحت التكنولوجيا متغيراً استراتيجياً مهماً لأنها عنصر ثابت في امتياز المنظمات، حيث يجب على المصادر أن تعرف نقاط قوتها وضعفها من حيث التكنولوجيا التي تمتلكها وكذلك معرفتها بمنافسيها، (Nasera, 2011: 102). والجدول (٢) يوضح عدداً من مفاهيم اليقظة التكنولوجية وفقاً لآراء بعض الباحثين والكتاب.

الجدول (٢): مفهوم اليقظة التكنولوجية حسب وجهة نظر عدد من الباحثين

ن	الباحث، السنة: الصفحة	المضمن
١	(Almerud, 2007: 35)	عملية رصد منتظم بغرض الحصول على أحدث الابداعات والاكتشافات والابتكارات والمعلومات والمعارف والتكنولوجيا التي تقيد في تحسين أداء المصادر ورفع مستوى الاقتصاديات والمجتمعات.
٢	(Hernandez, 2011: 18)	مراقبة وملاحظة وفحص وتحديث التطورات، وعادة ما تكون مجالات محددة جيداً لتحقيق هدف معين.
٣	(SAVESCU, 2014: 217)	هي جهد تقوم به المصرف في مراقبة وتحليل واستقبال ونشر واسترجاع المعلومات حول القدرة التنافسية في الوقت المناسب.
٤	(رقية، ٢٠١٨: ١١)	نشاط يتعلق بجمع المعلومات التقنية لاستغلالها في الابداعات التكنولوجية وتحديد التقنيات المتبعة من قبل المنافسين والاهتمام بالتطور التكنولوجي بما فيه الابداع في السلع والخدمات والتطور في أساليب صنع المنتجات وتقديم الخدمات وظهور مواد ومفاهيم جديدة.

المضمن	الباحث، السنة: الصفحة
نشاط يتمثل بملحوظة وتحليل البيئة التقنية والعلمية وعملية البحث والجمع والنشر للمعلومات التقنية واستخدام تلك المعلومات بطريقة عقلانية لتطوير التقنية في المصرف وتمكنها من اقتناص الفرص الممكنة والتحوط من التهديدات المحتملة.	٥ (جميلة وفتيحة، ٢٠١٩: ٨)

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر الواردة في متن الجدول أعلاه.
ويرى الباحثان أن اليقظة التكنولوجية هي عملية الرصد والدرجة العالية من الوعي التام للكادر المصرفي والمرأبة المنتظمة للتغيرات التقنية والعلمية التي تحصل في النظام المصرفي في المصارف الرائدة ومحاولة التركيز على الاكتشافات والابتكارات سواء في تقديم خدمة جديدة أو في تطوير طرق وأساليب تقديم الخدمة الحالية أو في تقديم منتجات مصرافية جديدة وذلك من أجل اقتناص الفرص وجذب أكبر عدد ممكн من الزبائن خصوصاً أولئك الذين يهتمون كثيراً بالتغيرات التكنولوجية، ومن ناحية أخرى فإن استخدام اليقظة التكنولوجية يجعل المصرف متحوطاً من التهديدات التي تشكلها بقية المصارف المنافسة لها، ويجب على المصرف المعنى أن يُخصص ميزانية مالية عند اتخاذه قراراً بِممارسة وظيفة اليقظة التكنولوجية.

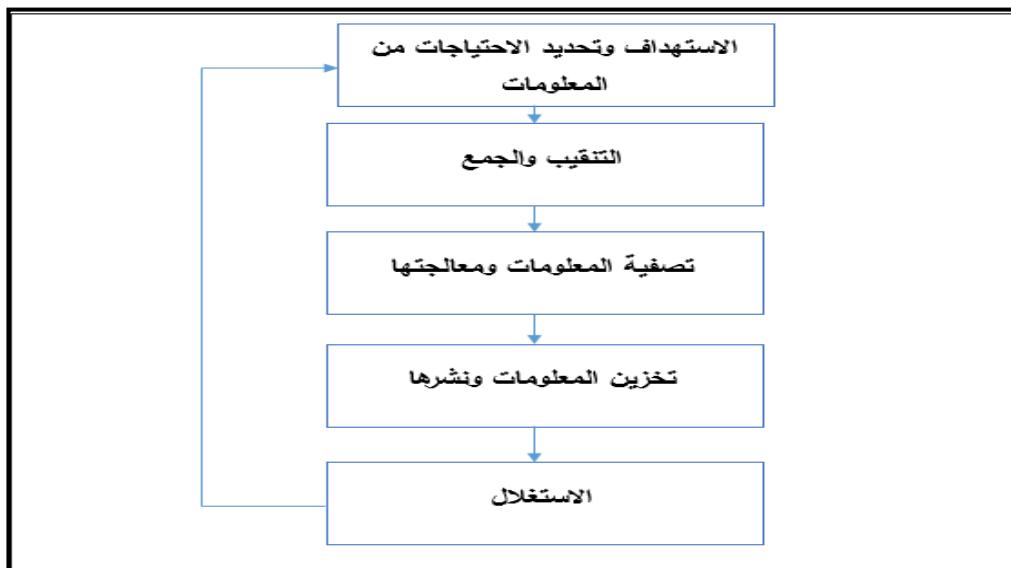
ثانياً. مراحل اليقظة التكنولوجية: إن لمراحل اليقظة التكنولوجية أهمية كبيرة، إذ تنبثق من خلال توضيحها للسلسل المنطقي للحلقات التي تمر من خلالها اليقظة التكنولوجية، ويمكن توضيح تلك المراحل بالآتي:

١. **الاستهداف وتحديد الاحتياجات من المعلومات:** تُعد هذه المرحلة الخطوة الأساسية في عملية اليقظة، ويتم فيها تحديد المصارف المنافسة التي يرغب المصرف بمراقبتها، وتحديد النشاط الذي ترغب بمراقبته وتحديد مكان المعلومة المطلوب الوصول إليها، وتعتبر هذه المراحل كنظام متكامل من مدخلات وعمليات ومخرجات وتعذرية عكسية فمثلاً هذه المرحلة ومرحلة التنقيب والجمع المدخلات من المعلومات التي ستجري عليها العمليات من أجل استخلاص المفيد منها (أحمد، ٢٠١٥: ٢٤).

٢. **التنقيب والجمع:** يتم من خلال هذه المرحلة يتم البحث والتقصي عن الدقيق عن البيانات في المحيط التكنولوجي من قبل متخصصين يتعاملون مع هذه النظم من أجل تسهيل عملية الحصول على البيانات وتحويلها إلى معلومات ثم تقديمها إلى مدراء المصارف من أجل معرفة تحركات المنافسين من المصارف، وايصالها إلى مختلف المستويات الإدارية ليتم الاستفادة منها (شويس وحسين، ٢٠١٨: ٢١٨).

٣. **تصفية المعلومات ومعالجتها:** يتم في هذه المرحلة تحديد مصدر المعلومات أي بذلك يحدد المصرف درجة الثقة في تلك المعلومات التي تم الحصول عليها في المرحلة السابقة كونها تؤثر على مستقبله عن طريق القرارات التي يتم اتخاذها بالاستناد إلى تلك المعلومات، ثم بعد ذلك يتم السماح أو الرفض لتلك المعلومات الواردة للمصرف أي يجري استخلاص المعلومات الملائمة، ثم إجراء عمليات المعالجة على المعلومات التي تم السماح لها بالدخول للمصرف (أسماء، ٢٠١٤: ٦٤).

٤. تخزين المعلومات ونشرها: يتم تخزين المعلومات الملائمة التي تم استخلاصها لاتاحة الوصول إليها من قبل المستخدمين المصرح لهم بالوصول إليها في أي وقت، ومن ثم تحديد الجهة أو المستخدمين المحتملين لهذه المعلومات الذين يتم نشر المعلومات لهم حيث لا معنى للمعلومات المخزنة إذا لم يتم نشرها والاستفادة منها، ونذكر هنا أن مرحلتي تصفية المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونشرها هي تمثل العمليات التي تجري في النظام (SAVESCU, 2014: 217).
٥. الاستغلال: في هذه المرحلة يتم إعطاء معنى وقيمة للمعلومات التي تم الحصول عليها وذلك من خلال استغلالها في اقتناص الفرص وفي إدارة الازمات المحتملة وفي إثراء المعرف والنماذج الذهنية وتسخير تلك المعلومات في صياغة استراتيجيات وقرارات المصرف التي تمكنها من الحصول وتحقيق الأهداف التي تطمح في الوصول إليها وفي هذه المرحلة يتم التأكد على ما تمت الاستفادة منه في المراحل السابقة وتمثل هذه المرحلة مخرجات النظام وتنعكس، إما بتقديم خدمة جديدة أو تطوير خدمة حالية أو شراء أجهزة وتقانات مصرفيّة حديثة وغيرها من جوانب الاستغلال (احمد، ٢٠١٥: ٢٤)، والشكل (٢) يوضح تلك المراحل:



الشكل (٢): مراحل اليقظة التكنولوجية

المصدر: من إعداد الباحثان.

من خلال الشكل أعلاه يتبيّن أن مرحلة الاستغلال هي آخر مراحل اليقظة التكنولوجية لكن هذه العملية لا تتوقف بل تتصل بأول مرحلة وهي مرحلة الاستهداف وتحديد الاحتياجات من المعلومات وهذا يؤكد على استمرارية عملية اليقظة التكنولوجية وانها حلقة متواصلة ويؤكد على كونها نظام حيث تمثل هنا التغذية العكسية ومدى الاستغلال والاستفادة التي حصل عليها المصرف منذ قيامه بأول مراحل الرصد، وإن الشبكة الداخلية تمثل في داخل المصرف أما الشبكة الخارجية تمثل في المحيط الخارجي للمصرف، وإن أي خلل في أي مرحلة من المراحل يؤدي إلى عرقلة عملية اليقظة التكنولوجية وفشلها كونها عبارة عن حلقات مستمرة ومتصلة الواحدة بالأخرى لذا يتوجب على القائمين بهذه العملية أخذ الحيطة والحذر لتجنب الوقوع في الأخطاء.

- ثالثاً. **وسائل اليقظة التكنولوجية:** وسائل اليقظة التكنولوجية الواجب تسخيرها في المصادر من أجل ضمان نجاح عملية اليقظة التكنولوجية، ويمكن تقسيم هذه الوسائل على النحو الآتي: (أحمد، ٢٠١٥: ٢٦) و (اسماء، ٢٠١٤: ٦٠) و (Miaux, 2011: 37-38).
١. **الموارد البشرية كوسيلة من وسائل اليقظة التكنولوجية:** يتطلب تنفيذ اليقظة التكنولوجية داخل المصرف تخصيص موارد بشرية محددة، وفي طبيعة الموارد البشرية التي تهدف لمراقبة النشاط تعين مدير تكون مهاراته وصفاته البشرية مرغوبة، كالقدرة على تحديد وفهم احتياجات العملاء، وبناء منهاجية لجمع ومعالجة المعلومات متعددة المصادر، وإجراء تحليل إحصائي للبيانات وتقديم النتائج، والقدرة على إيصال نتائج يقظة اليوم إلى صناع القرار وجمع تقييم المتلقين أمر أساسى أيضاً، كما أنَّ من بين المهام التي يجب على الشخص المسؤول عن اليقظة الرد عليها، تطوير ومراقبة الشبكات، تحديد مصادر المعلومات، إعداد أوراق المعلومات، أسئلة و إجابات تتکيف مع الطلبات الدقيقة، مراقبة جودة المعلومات، مراقبة المعلومات الاستراتيجية، نشر المعلومات، إدارة ميزانية "اليقظة"، أما الخطوة اللاحقة هي تحديد المشاركون في نشاط اليقظة، فهو لا يهم من ناحية موظفين متخصصين مكلفين باليقظة، بقيادة مدير اليقظة، ومن ناحية أخرى موظفين لديهم نشاط مراقبة بدوام جزئي، بالإضافة إلى نشاطهم الرئيسي، إذ يجب أن يسير هذا التحديد جنباً إلى جنب مع انعكاس عالمي، سواء على الوظائف أو وضع الموظفين ولكن أيضاً على الأهداف التنظيمية للمصرف، وهكذا كما يمكن القول "تشير الانعكاسات على الملف الشخصي للمراقبين تنويع المعايير التي يجبأخذها في الاعتبار، والتي تسير جنباً إلى جنب مع مراجعة القوانين والملفات الشخصية والوظائف المحددة في المصرف، وتتعلق هذه المعايير بقدر كبير بإدارة الموارد البشرية لتقييم حالة الفرد في المصرف (Miaux, 2011: 37-39).
٢. **الموارد المالية:** تتطلب اليقظة ميزانية خاصة، وذلك لأن تكلفة معالجة المعلومات عالية، وتعرف الموارد المالية على أنها أحد الأصول المستخدمة لتسوية الخصوم ومورداً واضحاً يجب أن يتتوفر لدى المصارف لتحقيق الاستراتيجيات (Godwin-Opara, 2016: 23)، أو هي نقاط القوة التي يمكن للمصارف استخدامها لتصور وتنفيذ استراتيجيتها وأهدافها (Kabue & Kilika, 2016: 101) وتشمل:
- أ. **تكلفة الاستثمار في الموارد البشرية:** من توظيف العناصر البشرية الكفؤة وتدريبها وتطويرها ينعكس لاحقاً في زيادة الموارد المالية للمصرف على المدى الطويل، لأنَّ العناصر البشرية هي المسئولة عن قيادة المصرف للنجاح أو الفشل، فبعض المصارف تتفق اموالاً طائلة على الاستثمار في هذه الموارد أكثر ما تتفق في الاستثمار بالموجودات الثابتة كالأجهزة وغيرها، نظراً لأهمية العنصر البشري وأوضح (الغبان وياسين، ٢٠٠٧: ٢٠١-٢٠٤) أن المصرف يتقدِّم تكتيُّفًا تاريخيًّا من وجهاً نظر المحاسبة المالية عند قيمة الاستثمار في الموارد البشرية وتشمل تكلفة اقتداء وتطوير الموارد البشرية وتكلفة الاستغناء عن الموارد البشرية.
- ب. **تكلفة الاستثمار في تقانة المعلومات والاتصالات:** يوضح (Laudon & Laudon, 2006: 5) أنَّ توظيف المصرف لمواردها في هكذا استثمارات بالرغم من انه ينعكس على أداء المصارف إيجاباً، والاستثمار في تقانة المعلومات يزيد من أرباح المصرف على المدى الطويل ويعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة إلا أنَّ في نفس الوقت يُحمل المصرف نفقات مالية كبيرة، ويتم اتخاذ

قرار الاستثمار في تقانة المعلومات والاتصالات بعد اجراء تحليل المنفعة والتكاليف المرافقة لها، وهذه التكاليف تشمل:

- ❖ تكاليف شراء الأجهزة والمعدات.
- ❖ تكاليف شراء البرمجيات.
- ❖ تكاليف التدريب.
- ❖ تكاليف الدعم والصيانة.

٣. **تقانة المعلومات والاتصالات:** تتطلب خلية البيقotte وسائل تقنية تسمح بالبحث والحصول على المعلومات ومن ثم معالجتها، تخزينها ونشرها، ففي كل خطوة من الخطوات يتم استخدام برمجيات ملائمة، ولا تستطيع أي منظمة جمع وتخزين المعلومات، تحليلها ونشرها والاستفادة منها بدون توفر أساليب وتقنيات حديثة ومتقدمة، ومن هنا تبرز أهمية تقانة المعلومات في خلية البيقotte (Miaux, 2011: 40)، أشار (Turban & et al., 2003: 19) بتعريفه للجانب التكنولوجي لنظام المعلومات، كونها تشتمل على الأجهزة وقواعد البيانات والبرمجيات والتقنيات والوسائل الأخرى، ويستخدم المصطلح بشكل متبادل مع نظام المعلومات كما يمكن استخدامه بطريقة أوسع لوصف مجموعة من عدة نظم للمعلومات والمستخدمين والإدارة، أوضح (جبرين، ٢٠٠٦: ٦٩) أن التقانة هي ما تمتلكه المصرف من معدات وعاملين واجراءات تستخدمها في انتاج منتجاتها أو في تقديم خدماتها وأن اختيار التقانة الملائمة يؤثر في كل مرحلة من مراحل الإنتاج للمنتج او تقديم الخدمة مثل مستوى مهارات العاملين وتدريبهم على الأجهزة أو المعدات المستخدمة وأن الطريقة التي تستغل فيها تلك التقانة للمصرف تعد من المسائل الاستراتيجية التي تهمها، وبين (Delmond, Gantier, 2003: 59) أن تبني التقانة يُعد أمراً ضرورياً في العمل المصرفي لضمان تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، إضافة إلى السرعة التي يمكن من خلالها انجاز المعاملات المصرفية بكل سهولة مما يقلل من الضغط على العاملين وكذلك من العمل الروتيني الورقي في المصارف، لقد سهلت التقانة من عمليات التحويل الإلكتروني للأموال، إضافة إلى سهولة الرقابة على العمليات المصرفية المالية فلا مجال للتحريف والتزوير فيها، إضافة إلى تعظيم العائد على الاستثمار وتقليل المخاطرة، سرعة نقل المعلومات للمتعاملين في سوق الأوراق المالية مثل تغير أسعار الأسهم والسنادات وغيرها عن طريق هذه التقانة، وأشار (شندى وعلي، ٢٠١٦: ٣) إن الهدف الأساسي لتبني المصارف للتقانة هو من أجل كسب زبائن جدد باستمرار مما يحقق زيادة في الأرباح، فضلاً عن خفض كلفة الخدمات المصرفية المقدمة، وان امتلاك المصارف للتقانة جعلها تتمتع بميزة تنافسية عن غيرها من تلك التي تتبع الأساليب التقليدية في تقديم الخدمات، إضافة إلى التوسيع الجغرافي الذي سمحت به هذه التقانة ووصولها إلى اكبر عدد من الزبائن في مختلف البلدان وسهولة استعمال التقانة من قبل الزبائن مما يذلل الصعوبات أمامهم.

المبحث الثالث: جودة الخدمة المصرفية

أولاً. **مفهوم جودة الخدمة المصرفية:** لقد احتل الجهاز المركزي مركزاً مهماً في النظم الاقتصادية عبر الزمن، إذ يعد المحرك الأساس لكل العمليات المالية والاستثمارية داخل الدولة وخارجها بما يوفره من خدمات متميزة لجذب زبائنه وجلب انتباهم عن غيره من المصارف الأخرى، والجدول (٣) يبيّن أهم المفاهيم التي وضحتها مجموعة من الباحثين.

الجدول (٣): مفهوم جودة الخدمة

المفهوم	المصدر	ت
أداة مهمة لصراع المصرف لتبين نفسها عن منافسيها.	(Ladhari, 2008: 172)	١
العامل الرئيسي الذي سيحدد في المستقبل ما إذا كانت أعمال المصرف ستبقى أو ستغشل	(Ejigu, 2017: 26)	٢
الكمية التي تلبي فيها الخدمة رغبات ومتطلبات الزبائن، فإذا كان الزيون يتوقع انخفاضاً، وكان الإدراك بشأن الخدمات مرتفعاً مقارنة بالتوقعات، فإنه يطلق عليه جودة الخدمة ممتازة، ولكن إذا كانت التوقعات تساوي الإدراك، فإننا نسمي جودة الخدمة جيدة وإذا كانت توقعاتنا أعلى من الإدراك الفعلي ولا يمكن للخدمة التلبية، تسمى جودة الخدمة سيئة.	(Tufail, et al., 2016: 2)	٣
تقديم خدمة خالية من العيوب للمستهلكين.	(Almomani, 2017: 12)	٤
هي العامل الرئيسي الذي يمكن للمصارف من خلاله جذب الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن القديمي.	(Ahmed, 2017: 53)	٥
المدى الذي تخدم فيه الخدمة بشكل إيجابي أغراض الزيون أثناء الاستخدام (ملاءمة الاستخدام).	(JOHNSON, 2017: 13)	٦
تقييم شامل للزبائن لخدمة معينة ومدى تلبيتها لتوقعاتهم وتوفير الرضا.	(Pakurár, 2019: 1)	٧

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على المصادر الواردة في متن الجدول أعلاه.

من خلال استعراض مصامين ومفاهيم الجدول أعلاه، يرى الباحثان أن جودة الخدمة المصرفية هي نشاط يُقدمه المصرف ويمثل مصدر الاشباع للاحتياجات المالية الحالية والمستقبلية لدى الزيون التي يسعى جاهداً للحصول عليها من جهة ومن جهة أخرى إذا ما تحقق هذا الاشباع فإنه يُسهم بزيادة أرباح المصرف، وتمثل جودة الخدمة المصرفية انعكاس للفكرة الذهنية التي يكونها الزيون عن هذا المصرف عند مراجعته للحصول على الخدمات، تتمثل بإنجاز المصرف المعاملات في الوقت المحدد، وسرعة استجابته للمشكلات التي تواجه الزيون، وتؤدي الشعور بالارتياح والثقة لدى الزيون من خلال طريقة تعامل الأفراد عاملين الذين هم على تماس مباشر مع الزيون الذين يُظهرون التقدير والاحترام للزيون ويشعرونه بالثقة والارتياح اتجاه المصرف.

ثانياً. أبعاد جودة الخدمة المصرفية: أن الاختلاف والتباين في كيفية تحديد الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة تعود بالشكل الاساسي على نوع أو مجال الخدمة التي نهدف إلى قياسها، من هنا ستحدد البحث الأبعاد الآتية اعتماداً على نموذج (SERVQUAL) لغرض تحديد مستوى الجودة في الخدمة المقدمة من المصارف (عينة البحث)، وهذه الأبعاد هي على النحو الآتي:

١. **الملموسة: Tangibility:** وتعرف الملموسة في الخدمات على أنها مظهر المرافق المادية والمعدات والأفراد ومواد الاتصالات، حيث توفر الملموسة تمثيلات أو صور مادية للخدمة التي سيستخدمها الزبائن، وخاصة الزبائن الجدد لتقدير الجودة، غالباً ما تستخدم مؤسسات الخدمة أدوات ملموسة لتحسين صورتها، وتتوفر الاستمرارية وجودة الإشارة للزبائن، وعلى النقيض من

ذلك يمكن للمصارف التي لا تولي اهتماماً لأبعاد ملموسة لاستراتيجية الخدمة أن تخلط بل وتدمّر استراتيجية جيدة، ونظراً للطبيعة غير الملموسة للخدمات، غالباً ما يكون من الصعب على الزبائن فهم الخدمات وتقييمها، وبالتالي غالباً ما يعتمد الزبائن على الأدلة الملموسة التي تحيط بالخدمة في تشكيل التقييمات، يقارن بعد الملموسة توقعات الزبائن مع تصورات الزبائن فيما يتعلق بقدرة المصرف على إدارة الملموسيات الخاصة بها، كما ان مقارنة درجات الإدراك مع درجات التوقع توفر متغيراً رقمياً يشير إلى الفجوة الملموسة (Gobena, 2019: 17)، ويرى (عبدالله، ٢٠١٩: ٥٩) أن الملموسي هي أول انتطاع يأخذ الزبون عن المصرف عند مراجعته للحصول على الخدمة وتشمل المظاهر الخارجية للمصرف وموقعه وسهولة الوصول إليه وتصميمه الداخلي والاجهزه المستخدمة وكافة التسهيلات المادية إضافةً إلى مظهر الأفراد عاملين وأناقتهم ومدى توفر أماكن وصالات انتظار للمراجعين ومدى كفاية الأفراد عاملين لتقديم الخدمة وثُنَد هذه الجوانب مهمة بالنسبة للمصارف، خصوصاً أن الأفراد عاملين على تماس مباشر بالزبائن من أجل تقديم الخدمات.

٢. الاعتمادية (الموثوقية) **Reliability**: يتم تعريف هذا البعد على أنه القدرة على أداء الخدمة الموعودة بدقة (Nyandoro, 2012: 32)، فقد تم تحديد الموثوقية مراراً وتكراراً كعامل مهم للغاية في إرضاء الزبائن (Saghier & Nathan, 2013: 4)، حيث تعتبر قدرة تقديم الخدمة على تقديم خدمة دقيقة ومتقدمة، كما أنها في الخدمات التي لا تتطلب تفاعلات وجهاً لوجه، يحتاج تفعيل الموثوقية إلى تضمين الجودة التقنية من حيث قدرة الأنظمة والأجهزة الداعمة المستخدمة من أجل تقديم خدمة موثوقة، وإظهار الاهتمام الصادق في حل المشاكل (MAT DAWI, 2016: 17)، بينما يرى (Gobena, 2019: 17) أن الموثوقية تعني أن المصارف تقى بوعودها بشأن تقديم الخدمة، وحل مشكلات تقديم الخدمة، وعلى الرغم من أن مزودي الخدمة غير الموثوق بهم محبطون للغاية بالنسبة للزبائن، إلا أن عدداً ليس بالقليل من المصارف لا يزال يفشل في الوفاء بوعده فيما يتعلق بتقديم الخدمات، وفي كثير من الحالات يكون الزبون جاهزاً لإنفاق المال إلا أن مقدم الخدمة لا يظهر ويدبر عملية تقديم الخدمة كما وعد، فالموثوقية هي من أهم المحددات المستمرة لتصورات جودة الخدمة.

٣. الاستجابة **Responsiveness**: الاستجابة هي الرغبة في مساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة، ويفؤكد هذا البعد على الانتباه والسرعة في التعامل مع طلبات الزبائن والأسئلة والشكوى والمشكلات. حيث تجسد الاستجابة أيضاً مفهوم المرونة والقدرة على تخصيص الخدمة لاحتياجات الزبائن، ويجب على المصرف عرض عملية تقديم الخدمات ومعالجة الطلبات من وجهة نظر الزبون بدلاً من وجهة نظر المصرف، إذ تعكس الاستجابة التزام المصارف بتقديم الخدمات في الوقت المناسب، وعلى هذا النحو فإن بُعد الاستجابة يتعلق بالاستعداد والتهيؤ لتقديم الخدمة، وفي بعض الأحيان قد يواجه الزبائن موقفاً ينخرط فيه الأفراد عاملين في محادثاتهم الخاصة مع بعضهم البعض بينما يتتجاهلون احتياجات الزبون (Gobena, 2019: 17-18)، لتميز المصرف نفسها حقاً عن نظيراتها المستجيبة، تحتاج إلى قسم خدمة زبائن يحتوي على الأفراد عاملين الجيدين بالإضافة إلى الأشخاص المتجاوبين في الخطوط الأمامية في جميع وظائف الاتصال (Seyoum, 2017: 16)

٤. الثقة والأمان Trust and Security: يرى (عبدالله، ٢٠١٩: ٦٠) أنَّ بُعد الأمان هو الوصول إلى درجة الرضا والاطمئنان إلى مجهزين الخدمة، بالإضافة إلى ما يمتلكون به من صفات متمثلة بالمحاجلة والدقة في العمل ومدى قدرة المصرف وعامليه على بناء جسور من الثقة بين المصرف والزبون، وتعني أيضًا أنه لا وجود للخطر والشك في التعامل مع المصرف وضمان الحصول على الخدمات المتوقعة، بينما يوضح (Gobena, 2019: 18) أنَّ بُعد ضمان جودة الخدمة يعالج كفاءة المصرف والامتنان الذي تقدمه المصرف لعملائها وأمان عملياتها، كما أنها معرفة الأفراد عاملين ولطفهم، وقدرة المصرف وموظفيها على بث الثقة والاطمئنان، وأن الكفاءة تتعلق بمعرفة المصرف ومهاراتها في أداء الخدمة الموعودة وتشير إلى كيفية تعامل موظفي المصرف مع الزبون ومتطلكات الزبون، ويحذر من أن هذا البعد من المحتمل أن يكون ذا أهمية خاصة للخدمات التي يرى الزبائن أنها عالية المخاطر أو للخدمات التي يشعر الزبائن بعدم اليقين من المصرف بشأن قدرتهم على تقييم النتائج.

٥. التعاطف Empathy: يشير التعاطف إلى توفير العناية والاهتمام الفردي بالزبائن، بما في ذلك الوصول والتواصل وفهم الزبائن، ونوضح ذلك بما يلي (SRIYAM, 2010: 14):

أ. الوصول (Access): ينطوي على المنهج والقدرة وسهولة الاتصال، وهذا يعني أن الخدمة يمكن الوصول إليها بسهولة عن طريق الهاتف، كما أن وقت الانتظار لتلقي الخدمة ليس شاملاً، وساعات العمل مريحة والموقع الخاص بمرافق الخدمة مناسب.

ب. التواصل (Communication): يعني إبقاء الزبائن على إطلاع بلغة يفهمونها، وهذا يعني الاستماع إلى الزبائن، واستخدام اللغة المناسبة لمختلف الزبائن والزبائن الجدد والتحدث ببساطة ووضوح مع الزبائن المبتدئين أو الجدد، كما ينبغي أن يتضمن التواصل شرح للخدمة نفسها وشرح كلفة الخدمة والتأكد للزبون بأنه سيتم معالجة المشكلة في حال وجودها.

ج. فهم الزبائن (Understanding the customers): يعني بذل الجهد لفهم حاجة الزبون، ويشمل تعلم متطلبات الزبون الخاصة، وتوفير الاهتمام الفردي لكل زبون والتعرف على الزبائن المنتظمين.

المبحث الرابع: اختبار فرضيات البحث

أولاً. اختبار علاقة التأثير بين وسائل اليقظة التكنولوجية (إجمالاً) وجودة الخدمة المصرفية: مخطط البحث وفرضياتها تستلزم تحديد درجة التأثير للبيضة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الأولى حيث تشير نتائج التحليل إلى وجود تأثير ايجابي معنوي للبيضة التكنولوجية والتي تمثل المتغير المستقل في جودة الخدمة المصرفية وتمثل المتغير المعتمد كما في الجدول (٤) وكالاتي:

الجدول (٤): تأثير وسائل اليقظة التكنولوجية (إجمالاً) في جودة الخدمة المصرفية في المصارف
المبحوثة

T	Sig	F	R^2	وسائل اليقظة التكنولوجية		المتغير المستقل المتغير التابع
				β_1	β_0	
15.774	0.00	248.818	0.771	0.878	0.444	جودة الخدمة المصرفية

*P ≤ 0.05

DF = (1, 74)

N = 76

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS v.23

يتبيّن من الجدول (٤) الخاص بتحليل الانحدار وجود تأثير معنوي موجّب لوسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة بوصفها متغيرات تفسيرية في جودة الخدمة المصرفيّة بعدّها متغيرات مستجيبة، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (248.818) عند درجة حرية (1) و (74) وبمستوى معنويّة (0.05). وبلغ معامل التحديد (R^2) (0.771) وهذا يعني إن (77.1%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفيّة تعود إلى تأثير وسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة ويُعود الباقى إلى متغيرات عشوائيّة لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في أنموذج الانحدار أصلًا. ومن متابعة معامل (B_1) يتبيّن أن زيادة الاهتمام وسائل اليقظة التكنولوجية بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.878) في جودة الخدمة المصرفيّة، وأما معامل (B_0) فهي تعني أن المصارف قيد البحث تتحقّق جودة خدمة مصرفيّة بغض النظر عن فاعليّة وسائل اليقظة التكنولوجية، ومن متابعة اختبار (t) المحسوبة البالغة (15.774*) نجد أنها قيمة معنويّة عند مستوى معنويّة (0.05) ودرجة حرية (1) و (74)، وبذلك تقبل الفرضيّة الأولى التي تتصرّ على (يوجد تأثير معنوي موجّب لوسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة في جودة الخدمة المصرفيّة في المصارف المبحوثة).

أ. تحليل نتائج علاقات التأثير بين وسائل اليقظة التكنولوجية (انفراداً) وجودة الخدمة المصرفيّة:
الجدول (٥): تأثير وسائل اليقظة التكنولوجية (انفراداً) في جودة الخدمة المصرفيّة في المصارف المبحوثة

T	Sig	F	R^2	جودة الخدمة المصرفيّة		المتغير المعتمد	المتغير المستقل
				β_1	β_0		
12.939	0.00	167.414	0.693	0.833	0.946	الموارد البشرية	وسائل اليقظة التكنولوجية
8.953	0.00	80.159	0.520	0.721	0.878	الموارد المالية	
14.205	0.00	201.770	0.732	0.855	0.852	تقانة المعلومات والاتصالات	

*P ≤ 0.05

DF = (1, 74)

N = 76

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS v.23

❖ تأثير الموارد البشرية في جودة الخدمة المصرفيّة: يتضح من الجدول (٥) وجود تأثير معنوي موجّب للموارد البشرية في جودة الخدمة المصرفيّة ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (167.414) عند درجة حرية (1, 74) ضمن مستوى معنويّة (0.05) بمعامل تحديد (R^2) قدره (0.693) وهذا يعني أن (69.3%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفيّة تفسّرها الموارد البشرية ويُعود الباقى إلى متغيرات عشوائيّة لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في أنموذج الانحدار أصلًا. ومن متابعة قيمة معامل (B_1) يتبيّن أن زيادة الاهتمام بالموارد البشرية بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.833) في جودة الخدمة المصرفيّة، وأما معامل (B_0) فهي تعني أن المصارف المبحوثة تتحقّق جودة خدمة مصرفيّة بغض النظر عن فاعليّة الموارد البشرية، ومن متابعة اختبار (T) لها تبيّن أن قيمة (t) المحسوبة (12.939*) نجد أنها قيمة معنويّة عند مستوى معنويّة (0.05) ودرجة حرية (1, 74).

❖ **تأثير الموارد المالية في جودة الخدمة المصرفية:** يتضح من الجدول (٥) وجود تأثير معنوي موجب للموارد المالية في جودة الخدمة المصرفية ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (80.159) عند درجتي حرية (1, 74) ضمن مستوى معنوية (0.05) بمعامل تحديد (R^2) قدره (0.520) وهذا يعني أن (52%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفية تفسرها الموارد المالية ويعود الباقى إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في أنموذج الانحدار أصلًا. ومن متابعة قيمة معامل (B_1) يتبين أن زيادة الاهتمام بالموارد المالية بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.721) في جودة الخدمة المصرفية، وأما معامل (B_0) فهي تعنى أن المصارف المبحوثة تحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية الموارد المالية، ومن متابعة اختبار (T) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (*) نجد أنها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 74).

❖ **تأثير تقانة المعلومات والاتصالات في جودة الخدمة المصرفية:** يتضح من الجدول (٥) وجود تأثير معنوي موجب لتقانة المعلومات والاتصالات في جودة الخدمة المصرفية ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (201.770) عند درجتي حرية (1, 74) ضمن مستوى معنوية (0.05) بمعامل تحديد (R^2) قدره (0.732) وهذا يعني أن (73.2%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفية تفسرها تقانة المعلومات والاتصالات ويعود الباقى إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلة في أنموذج الانحدار أصلًا. ومن متابعة قيمة معامل (B_1) يتبين أن زيادة الاهتمام بتقانة المعلومات والاتصالات بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.855) في جودة الخدمة المصرفية، وأما معامل (B_0) فهي تعنى أن المصارف المبحوثة تتحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية تقانة المعلومات والاتصالات، ومن متابعة اختبار (T) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (*) نجد أنها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1, 74).

ثانياً. **تحليل التباين لليقظة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية:** بعد اختبار الفرضية الاولى يتم اختبار الفرضية الثانية التي تنص على (تبين اليقظة التكنولوجية من حيث الأهمية والتأثير في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة).

والجدول (٥) يوضح تحليل نتائج اختبار هذه الفرضية:

الجدول (٦): نتائج اختبار تباين تأثير وسائل اليقظة التكنولوجية (جزئياً) في جودة الخدمة المصرفية

المرحلة	المتغيرات الداخلة في الانموج	معامل التحديد R^2
الأولى	الموارد البشرية	0.693
الثانية	الموارد البشرية والموارد المالية	0.711
الثالثة	الموارد البشرية والموارد المالية وتقانة المعلومات والاتصالات	0.800

* $P \leq 0.05$

DF = (1, 74)

N = 76

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج SPSS v.23.

يلاحظ من الجدول (٦) أن هناك تباين في التأثير من قبل وسائل اليقظة التكنولوجية المتمثلة في (الموارد البشرية، الموارد المالية وتقانة المعلومات والاتصالات) في جودة الخدمة المصرفية، وكان التأثير على النحو الآتي:

المرحلة الأولى: انفردت الموارد البشرية في المرحلة الأولى، إذ أنه يفسر لوحده (69.3%) من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية، وإن ما تبقى يعود إلى متغيرات عشوائية متضمنة أو غير متضمنة في المخطط في هذه المرحلة للمصارف المبحوثة.

المرحلة الثانية: دخلت الموارد المالية في المرحلة الثانية مع الموارد البشرية، لذلك فإن القوة التفسيرية للمخطط ارتفعت من (69.3%) إلى (71.1%) وبهذا يُشير إلى أن للموارد البشرية والموارد المالية قوة تفسيرية مقدارها (71.1%) في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة.

المرحلة الثالثة: دخول تقانة المعلومات والاتصالات في المرحلة الثالثة لكل من الموارد البشرية والموارد المالية، لذلك فإن القوة التفسيرية للمخطط سترتفع من (71.1%) إلى (80%)، وبهذا يُشير إلى أن للموارد البشرية والموارد المالية وتقانة المعلومات والاتصالات قوة تفسيرية مقدارها (80%) في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة. ومن خلال هذه النتائج يتم قبول الفرضية الثانية.

المبحث الخامس: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الاستنتاجات: توصلت البحث إلى استخلاص مجموعة من الاستنتاجات الميدانية تستعرض منها:

الاستنتاجات الخاصة بعلاقات التأثير:

١. كشفت نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير معنوي موجب لوسائل اليقظة التكنولوجية اجمالاً في جودة الخدمة المصرفية على مستوى المصارف المبحوثة في مدينة تكريت، وترى الباحثة ان المتغير المستقل اليقظة التكنولوجية فعال بشكل مباشر في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة، وبينت النتائج كذلك ان هناك تأثيراً على مستوى المتغيرات الفرعية وكما يلي:
 - بينت النتائج ان اعلى نسبة تأثير معنوي موجب في جودة الخدمة المصرفية كان من حصة تقانة المعلومات والاتصالات، في حين حققت الموارد المالية اقل نسبة تأثير معنوي موجب في جودة الخدمة المصرفية.
 - أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد تباين أهمية وسائل اليقظة التكنولوجية في تعزيزها لجودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة، يعود ذلك الى على اختلافات مستوى الاهتمام بهذه الوسائل من قبل المصارف وانعكاس ذلك على تعزيز جودة الخدمة المصرفية واقتناص الفرص وإدارة الأزمات.

ثانياً. التوصيات: وفقاً لما تم استعراضه من استنتاجات توصلت إليها البحث الحالية، قدم الباحثان بعض المقترنات التي تساعد المصارف المبحوثة في معالجة نقاط ضعفها وتعزيز نقاط قوتها وكالآتي:

١. ينبغي زيادة الاهتمام والالتزام الكافيين من قبل الإدارة العليا للمصارف بتوظيف وسائل اليقظة التكنولوجية والاهتمام بكل مرحله من مراحلها كونها حلقة متصلة ومكمله لبعضها الآخر.
٢. الاهتمام من قبل الإدارة العليا للمصارف بتخصيص ميزانية مالية لدعم جهود البحث التي تقوم بها خلية اليقظة في رصد المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونشرها، وأن تخصص ميزانية مالية للاستثمار في الموارد البشرية وفي تقانة المعلومات والاتصالات وان تبدو مكلفة الا انها تعزز من جودة الخدمة المصرفية المقدمة وتعود بالأرباح على المصارف في المدى البعيد.

٣. على إدارات المصارف أن تُعزز من مشاركتها في الندوات والمؤتمرات المقامة داخل وخارج العراق للنهوض بواقع جودة الخدمة المصرفية المقدمة.

المصادر

أولاً. المصادر العربية:

١. أحمد، بوربالة، (٢٠١٥)، دور اليقظة التكنولوجية في تحسين تنافسية المؤسسة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضر بسكرة، الجزائر.
٢. أسماء، كرغلي، (٢٠١٤)، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقدمة بومرداس، الجزائر.
٣. الغبان، ثائر صبري، وياسين، سناء احمد، (٢٠٠٧)، الإفصاح عن الاستثمار في الموارد البشرية في التقارير المالية للوحدات الاقتصادية العراقية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (١٣)، العدد (٤٥).
٤. جبرين، علي هادي، (٢٠٠٦)، ادارة العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
٥. جميلة، بريكي، وفتاحة، زوكة، (٢٠١٩)، أثر اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية المستدامة، رسالة ماجستير أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد دراية ادرار، الجزائر.
٦. رقية، بن عدة، (٢٠١٨)، دور اليقظة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر.
٧. شندي، اديب قاسم، وعلي، مرتضى راشد، (٢٠١٦)، تحليل تأثير قطاع تكنولوجيا المعلومات على المعاملات المصرفية في العراق، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد (٢٤)، المجلد (١)، الصفحات ٢٦-٢٧، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط.
٨. شويس، عامر علي حمد، وحسين وسام علي، (٢٠١٨)، متطلبات تطبيق إدارة المعرفة وانعكاسها على استراتيجيات تمكين فرق العمل من خلال اليقظة التكنولوجية، مجلة تكريت للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (٢)، العدد (٤٢ ج ١)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت.
٩. عبد الله، بلقيس مطشر، (٢٠١٩)، أثر اعتماد تقنيات الصيرفة الرشيقية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، الكلية التقنية الإدارية بغداد، الجامعة التقنية الوسطى، العراق.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Ahmed, M., (2017), Service quality measurement regarding banking sector. International Journal of Business and Social Science, 8 (6), 116-127
2. Almerud, S., (2007), Vigilance & Invisibility. Care in technologically intense environments. In Sciences-New York. Intellecta Docusys, Göteborg, phD thesis, Växjö University, Sweden.
3. Almomani, G., (2017), Measuring Service Quality and Customers Satisfaction in the UK Mobile Telecommunications Market Using the SERVQUAL Instrument Service quality artificial intelligence View project. Master's Thesis. The University of Lincoln.

4. Delmond, M. H., Petit, Y., & Gautier, J. M., (2003), Management des systèmes d'information (No. hal-00692290).
5. Ejigu, S. N., (2017), E-Banking Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction in State Owned Banks in East Gojjam Zone; Ethiopia. Global Journal of Management and Business Research.
6. Gobena, A, (2019), The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study on Nekemte Municipality Oromia Region Ethiopia, Department of Psychology, Nekemte College, Annals of social sciences& management studies ,Vol.4,No.88.
7. Godwin-Opara, M. N., (2016), a resource-based perspective on financial resource strategies for small business sustainability.
8. Hernandez, M, (2011), Veille Technologique, Veille Technologique, Université de Picardie Jules Verne, French, p1.
9. Johnson, L., (2017), Measurement of service quality and customer satisfaction at a children's hospital in the Western Cape. Published Master Thesis, cape peninsula, University of technology, p 107.
10. Kabue, L. W., & Kilika, J. M., (2016), Firm resources, core competencies and sustainable competitive advantage: An integrative theoretical framework. Journal of management and strategy, 7 (1), 98-108.
11. Ladhari, R., (2008), Alternative measures of service quality: a review, Managing Service Quality: An International Journal, Vol. 18 No. 1, pp. 65-86.
12. Laudon, C. and Laudon, J., (2006), Management Information Systems. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.
13. Matdawi, N. B, (2016), The relationship between service quality, customer satisfaction and behavioral intention with moderating effects of switching barriers, PhD thesis, Faculty of Management, Universiti Teknologi Malaysia,p1-70.
14. Miaux, J., (2011), Mise en œuvre d' une activité de veille : le cas de Réseau Ferré de France To cite this version : Jean-François Miaux Mise en œuvre d' une activité de veille Le cas de Réseau Ferré de France.
15. Nasera, Alioe, (2011), Strategic Observation as a Factor for Change in Enterprise ,Masters thesis,Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, Abi Bakr Belqaid University (Tlemcen), Algeria.
16. Nyandoro, P., (2012), Service quality and patient satisfaction in private hospitals: a case of a private hospital in Pretoria. Unpublished MBA thesis. Pretoria: Tshwane University of Technology.
17. Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J., (2019), the service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. Sustainability (Switzerland), 11 (4), 1-24.
18. Saghier, N. & Nathan, D., (2013), Service quality dimensions and customers' satisfactions of banks in Egypt. Proceedings at Dubai conference. April 2013.
19. SĂVESCU, D., (2014), Some Aspects Regarding on Technological Vigilance, Fascicle of Management and Technological Engineering, Annals of the Oradea university.

20. SEYOUUM, L., (2017), School of Graduate Studies the Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: the Case of Ethio Telecom Call center, phD thesis, School of graduate studte, ST. MRY'S University, p.1-78.
21. Sriram, V., (2014). Measurement of Service Quality Customer Satisfaction and Behavioural Intentions among the Organized Retail Stores in Tamil Nadu. Measurement of Service Quality Customer Satisfaction, retail stores, with reerence to selectedcites of tamil nadu, phD thesis, Department of Business Administration, Kalasalingam University.
22. Tufail, H. S., Hmayon, A. A., Javed, I., Shabbir, M., & Shahid, A. U., (2016), Measuring Service Quality in Banking Sector of Bahawalpur, Pakistan. The Journal of Commerce, 8 (1-2), 1.
23. Turban, Efraim; Rainer, Kelly, & Potter, Richard, (2003), Introduction to information Technology (2nd ed). New York: John Wiley & Sons corporation.