

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

الباحثة: هند إبراهيم حسن  
كلية الإدارة والاقتصاد  
جامعة تكريت

hano62040@gmail.com

أ.د. قاسم احمد حنظل  
كلية الإدارة 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 لزبائن المصارف المبحوثة وكان الصالح منها للتحليل (٧٦) استمارة أي بنسبة استجابة (٧٦%)، جرى معالجة البيانات إحصائياً بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لكل فرضية من أجل التوصل إلى النتائج، توصلت البحث الى 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 يُقلل من مؤشر البطالة ويعزز من ازدهار الواقع الاقتصادي للبلد، وإنَّ نجاح هذه المصارف في تبنيها للاستراتيجيات التي تتبعها يتوقف على نجاحها في استغلال ما لديها من موارد بشرية وإمكانات مالية وتقانة معلومات واتصالات، وهذه المصارف تتنافس في بيئة شديدة التغير والمنافسة مما يفرض عليها تحدياً كبيراً في كيفية محافظتها على حصتها السوقية وأن تبقى في دائرة المنافسة وأن لا تتقادم وذلك من خلال ما تطرحه من خدمات جديدة أو تطويرها لخدمات حالية، وتتم مواكبة المصارف لما هو جديد في هذا القطاع من خلال توظيفه لليقظة التكنولوجية، إنَّ الدور الذي تقوم به اليقظة التكنولوجية ووسائلها من حيث رصد كل التطورات المتعلقة بالمحيط التكنولوجي يمكنها من أن تكون في موقف هجومي من خلال اقتناص الفرص والمجيء بتقانة جديدة في العمل المصرفي تنعكس بشكل خدمة مُقدمة للزبائن وفي ذات الوقت تُمكن اليقظة المصارف من أن تكون في موقف دفاعي من خلال تحوطها من التهديدات المحتملة من خلال بحثها وتنقيبها عن المعلومات التي تفيدها ومعالجتها وتصفيتها واستغلالها في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تعزز من جودة الخدمة المصرفية على المدى البعيد، إذ حظيت اليقظة 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 وأنَّ العصر الحالي هو عصر المعلومات، مما يتطلب منها مراقبة ورصد مستمر لمحيطها لاتخاذ القرارات وفقاً لذلك وبما يسهم في تعزيز جودة منتجاتها أو خدماتها التي تقدمها.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً. إشكالية البحث وتساؤلاتها: إن ما تشهده المصارف الحكومية والخاصة على حدٍ سواء في الألفية الحاضرة من تسارع تنافسي شديد ظهر الاهتمام بمفاهيم جديدة تتلاءم مع طبيعة هذه التغيرات والتطورات في بيئة المصارف التي تركز بشكل رئيس على خدمة الزبون وتلبية احتياجاته ورغباته، ومن أجل أن تبقى المصارف في ساحة التنافس وتحصل على حصة سوقية أعلى من نظيراتها من المصارف، بدأت بعض المصارف بتوظيف مفهوم اليقظة التكنولوجية وتطبيق ممارساتها وتقنياتها وأبعادها الأساسية بهدف الوصول إلى أعلى درجات الجودة في تقديم هذه الخدمات المصرفية والتفوق على المصارف الأخرى التي لا تملك دراية أو تطبيق لهذا المفهوم محاولة من تلك المصارف لتلبية احتياجات الزبائن وبأسرع وقت وأقل كلفة بسبب استخدامها لهذه الأنظمة الحديثة بالتالي تنعكس على قيمة المصارف وعلى مكانتها الذهنية لدى زبائنهم. يُمكن صياغة إشكالية البحث من خلال إثارة الأسئلة البحثية الآتية:

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

٣. هل توجد علاقة تأثير معنوية بين اليقظة التكنولوجية وجودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة؟

٤. هل تتباين 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 وكالاتي:

١. **الجانب المعرفي:** وتتمثل 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 للزبائن، وبما يضمن تحسين الاداء الاقتصادي على المدى البعيد.

ب. بيان أهمية اليقظة التكنولوجية في زيادة القدرة التنافسية للمصارف المبحوثة مقارنة بالمصارف التي لا تمتلك وسائل يقظة تكنولوجية إضافة الى المردود المالي الذي يمكن أن تحصل عليه تلك المصارف.

ج. تُعدّ البحث الحالية مساهمة في اثراء المكتبة الإدارية بجهد معرفي متواضع نظراً لحدثة الموضوع وعدم التطرق اليه بربط هاذين المتغيرين معاً في البيئة العراقية على حدود إطلاع الباحثة وعلى النحو الذي يُمكن 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 الزبائن وبالتالي زيادة المردود المالي لتلك المصارف، إضافة الى 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 كفوء بغية تعزيز جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها لزبائنهم.

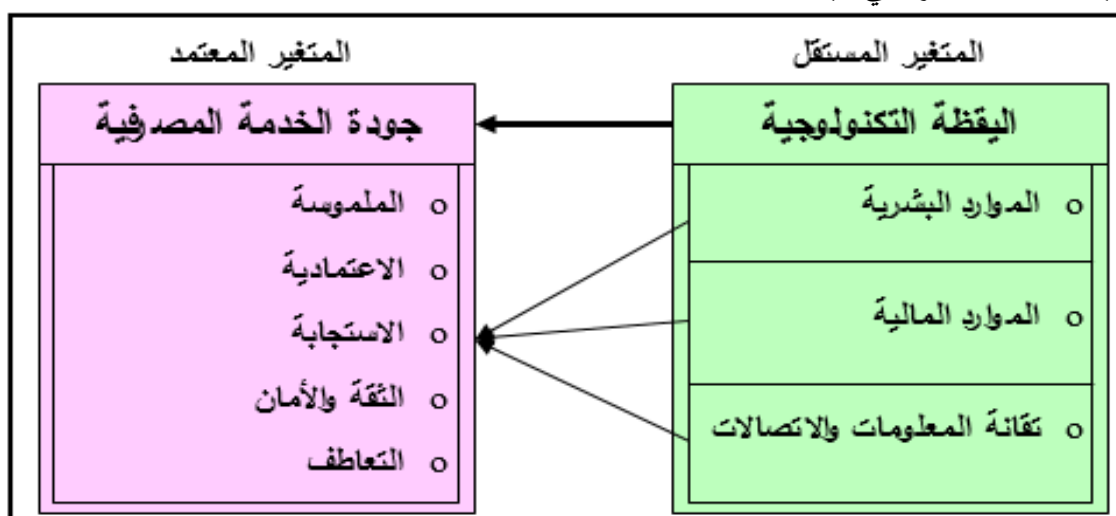
ج. تتميز في تقديم الأسس التي تمكن المصارف المبحوثة من التعرف على مساهمة اليقظة التكنولوجية في تلك المصارف باتجاه تعزيز جودة الخدمة المصرفية والوقوف على مضامين هذه العلاقة على مستوى المصارف المبحوثة.

**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 أهميتها 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 اليقظة التكنولوجية مجتمعة في جودة الخدمة المصرفية مجتمعة في المصارف المبحوثة، وتتفرع منها **الفرضية الفرعية الآتية:** يوجد تأثير معنوي لكل وسيلة من وسائل اليقظة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية.

**الفرضية الثانية:** تتباين اليقظة 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 اللازمة لتمويل المشاريع الاستثمارية.

٢. تُعد من المصارف التي تُساهم في تقليل مؤشر البطالة في المجتمع وفقاً لما تُقدمة 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 المصارف المبحوثة

ت	اسم 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 المصارف 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

ت	الباحث، السنة: الصفحة	المضمون
١	(Almerud, 2007: 35)	عملية رصد منتظم بغرض الحصول على أحدث الابتكارات والاكتشافات والابتكارات والمعلومات والمعارف والتكنولوجيا التي تفيد في تحسين أداء المصارف ورفع مستوى الاقتصاديات والمجتمعات.
٢	(Hernandez, 2011: 18)	مراقبة وملاحظة وفحص وتحديث التطورات، وعادة ما تكون مجالات محددة جيداً لتحقيق هدف معين.
٣	(SĂVESCU, 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 الابتكارات 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.

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

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

ويرى الباحثان أنَّ اليقظة التكنولوجية هي عملية الرصد والدرجة العالية من الوعي التام للكادر المصرفي والمراقبة 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 مصرفية جديدة وذلك من أجل اقتناص الفرص وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن خصوصاً أولئك الذين يهتمون كثيراً بالتغيرات التكنولوجية، ومن ناحية أخرى فإن استخدام اليقظة التكنولوجية يجعل المصرف متحوطاً من التهديدات التي تُشكلها بقية المصارف المنافسة لها، ويجب على المصرف المعني أن يُخصص ميزانية مالية عند اتخاذ قراراً بممارسة وظيفة اليقظة التكنولوجية.

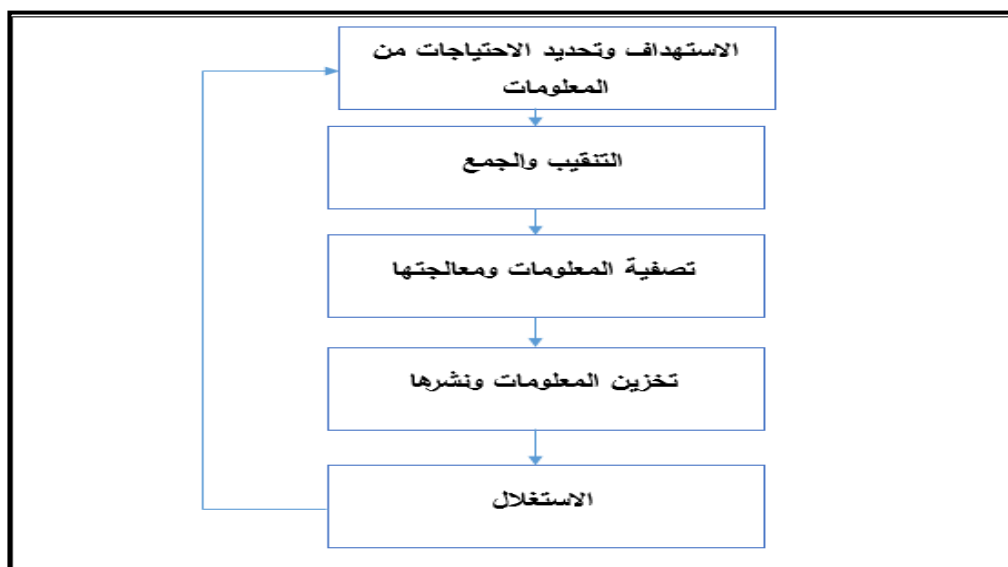
**ثانياً. مراحل اليقظة التكنولوجية:** إنَّ لمرحلة اليقظة التكنولوجية أهمية كبيرة، إذ تنبثق من خلال توضيحها للتسلسل المنطقي للحلقات التي تمر من خلالها اليقظة التكنولوجية، ويمكن توضيح تلك المراحل بالآتي:

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 وتغذية عكسية فتمثل هذه المرحلة ومرحلة التنقيب والجمع المدخلات من المعلومات التي ستجري عليها العمليات من أجل استخلاص المفيد منها (احمد، ٢٠١٥: ٢٤).

٢. **التنقيب والجمع:** يتم من خلال هذه المرحلة يتم البحث والتنقيب الدقيق عن البيانات في المحيط التكنولوجي من قبل متخصصين يتعاملون مع هذه النظم من أجل تسهيل عملية الحصول على البيانات وتحويلها الى معلومات ثم تقديمها إلى مدراء المصارف من أجل معرفة تحركات المنافسين من المصارف، وإيصالها الى مختلف المستويات الإدارية ليتم الاستفادة منها (شويش 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 الى 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 لإتاحة 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 ان مرحلتي تصفية المعلومات ومعالجتها وتخزينها ونشرها هي تمثل العمليات التي تجري في النظام (SĂVESCU, 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 المعارف والنماذج الذهنية وتسخير تلك المعلومات في صياغة استراتيجيات وقرارات المصرف التي تمكنها من الوصول وتحقيق الأهداف التي تطمح في الوصول إليها وفي هذه المرحلة يتم التأكد على ما تمت الاستفادة منه في المراحل السابقة وتُمثل هذه المرحلة مخرجات النظام وتنعكس، إما بتقديم خدمة جديدة أو تطوير خدمة حالية أو شراء أجهزة وتقانات مصرفية 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 اعلاه يتبين ان مرحلة الاستغلال هي اخر 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 مرحلة من مراحل الرصد، وإن الشبكة الداخلية تتمثل في داخل المصرف اما الشبكة الخارجية تتمثل في المحيط الخارجي للمصرف، وإن أي خلل في أي مرحلة من المراحل يؤدي الى 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 المصارف 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 طليعة الموارد البشرية التي تهدف لمراقبة النشاط تعيين مدير تكون مهاراته وصفاته البشرية مرغوبة، كالقدرة على تحديد وفهم احتياجات العملاء، وبناء منهجية لجمع ومعالجة المعلومات متعددة المصادر، وإجراء تحليل إحصائي للبيانات وتقديم النتائج، والقدرة على إيصال نتائج يقظة اليوم إلى صناع القرار وجمع تقييم المتلقين أمر أساسي أيضاً، كما أن من بين المهام التي يجب على الشخص المسؤول عن اليقظة الرد عليها، تطوير ومراقبة الشبكات، تحديد مصادر المعلومات، إعداد أوراق المعلومات، أسئلة وإجابات تتكيف مع الطلبات الدقيقة، مراقبة جودة المعلومات، مراقبة المعلومات الاستراتيجية، نشر المعلومات، إدارة ميزانية "اليقظة"، أما الخطوة اللاحقة هي تحديد المشاركين في نشاط اليقظة، فهؤلاء هم 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 تنوع المعايير التي يجب أخذها 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 يتوفر 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 الكفوة وتدريبها وتطويرها ينعكس لاحقاً في زيادة الموارد المالية للمصرف على المدى الطويل، لأن العناصر البشرية هي المسؤولة عن قيادة المصرف للنجاح أو الفشل، فبعض المصارف تنفق أموالاً طائلة على الاستثمار في هذه الموارد أكثر مما تنفقه في الاستثمار بالموجودات الثابتة كالأجهزة وغيرها، نظراً لأهمية العنصر البشري وأوضح (الغبان وياسين، ٢٠٠٧: ٢٠١-٢٠٤) أن المصرف يتكبد تكاليفاً تاريخية من وجهة نظر المحاسبة المالية عند قيامه بالاستثمار في الموارد البشرية وتشمل تكلفة اقتناء وتطوير الموارد البشرية وتكلفة الاستغناء عن الموارد البشرية.

ب. تكلفة الاستثمار في تقانة المعلومات والاتصالات: يوضح (Laudon & Laudon, 2006: 5) أن توظيف المصرف لمواردها في هكذا استثمارات بالرغم من أنه ينعكس على أداء المصارف إيجاباً، والاستثمار في تقانة المعلومات يزيد من أرباح المصرف على المدى الطويل ويعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة إلا أنه 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 اليقظة 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 ومتطورة، ومن هنا تبرز أهمية تقانة المعلومات في خلية اليقظة (Miaux, 2011: 40)، أشار (Turban & et al., 2003, 19) بتعريفه للجانب التكنولوجي لنظام المعلومات، كونها تشتمل على الأجهزة وقواعد البيانات والبرمجيات والتقنيات والوسائل الأخرى، ويُستخدم المصطلح بشكل متبادل مع نظام المعلومات كما يُمكن استخدامه بطريقة أوسع لوصف مجموعة من عدة نظم للمعلومات والمستخدمين والإدارة، أوضح (جبرين، ٢٠٠٦: ٦٩) أن التقانة هي ما يمتلكه المصرف من مُعدات 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 لأجهزة أو المعدات المُستخدمة وأن الطريقة التي تُستغل فيها تلك التقانة للمصرف تُعد من المسائل الاستراتيجية التي تهمها، وبيّن (Delmond, Gantier, 2003: 59) أن تبني التقانة يُعد أمراً ضرورياً في العمل المصرفي لضمان تحسين جودة الخدمة المصرفية المُقدّمة للزبائن، إضافة الى السرعة التي يمكن من خلالها انجاز المعاملات المصرفية بكل سهولة مما يُقلل من الضغط على العاملين وكذلك من العمل الروتيني الورقي في المصارف، لقد سهلت التقانة من عمليات التحويل الإلكتروني للأموال، إضافة الى سهولة الرقابة على العمليات المصرفية المالية فلا مجال للتحريف والتزوير فيها، إضافة الى تعظيم العائد على الاستثمار وتقليل المخاطرة، سرعة نقل المعلومات للمتعاملين في سوق الأوراق المالية مثل تغير أسعار الأسهم والسندات وغيرها عن طريق هذه التقانة، وأشار (شندي 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 المُقدّمة، وان امتلاك المصارف للتقانة جعلها تتمتع بميزة تنافسية عن غيرها من تلك التي تتبع الأساليب التقليدية في تقديم الخدمات، إضافة إلى التوسع الجغرافي الذي سمحت به هذه التقانة ووصولها الى 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 المصرفي 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 انتباههم عن غيره من المصارف الأخرى، والجدول (٣) يبين اهم المفاهيم التي وضحتها مجموعة من الباحثين.

الجدول (٣): مفهوم جودة الخدمة

ت	المصدر	المفهوم
١	(Ladhari, 2008: 172)	أداة مهمة لصراع المصرف لتمييز نفسها عن منافسيها.
٢	(Ejigu, 2017: 26)	العامل الرئيسي الذي سيحدد في المستقبل ما إذا كانت أعمال المصرف ستبقى أو ستفشل
٣	(Tufail, et al., 2016: 2)	الكمية التي تلبي فيها الخدمة رغبات ومتطلبات الزبائن، فإذا كان الزبون 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.
٤	(Almomani, 2017: 12)	تقديم خدمة خالية من العيوب للمستهلكين.
٥	(Ahmed, 2017: 53)	هي العامل الرئيسي الذي يمكن للمصارف من خلاله جذب الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن القدامى.
٦	(JOHNSON, 2017: 13)	المدى الذي تخدم فيه الخدمة بشكل إيجابي أغراض الزبون أثناء الاستخدام (ملاءمة الاستخدام).
٧	(Pakurár, 2019: 1)	تقييم شامل للزبائن لخدمة معينة ومدى تلبية توقعاتهم وتوفير الرضا.

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

من خلال استعراض مضامين ومفاهيم الجدول أعلاه، يرى الباحثان أن جودة الخدمة المصرفية هي نشاط يُقدِّمهُ المصرف ويُمثل مصدر الاشباع للاحتياجات المالية الحالية والمستقبلية لدى الزبون التي يسعى جاهداً للحصول عليها من جهة ومن جهة أخرى إذا ما تحقق هذا الاشباع فإنه يُسهم بزيادة أرباح المصرف، وتُمثل جودة الخدمة المصرفية انعكاس للصورة الذهنية التي يُكونها الزبون عن هذا المصرف عند مُراجَعَتُهُ للحصول على الخدمات، تتمثل بإنجاز المصرف المعاملات في الوقت المحدد، وسرعة استجابته للمشكلات التي تواجه الزبون، وتؤلّد الشعور بالارتياح والثقة لدى الزبون من خلال طريقة تعامل الأفراد عاملين الذين هم على تماس مباشر مع الزبون الذين يُظهرون التقدير والاحترام للزبون 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. **الملموسية Tangibility:** وتعرف الملموسية في الخدمات على انها مظهر المرافق المادية والمعدات والأفراد ومواد الاتصالات، حيث توفر الملموسة تمثيلات أو صور مادية للخدمة التي سيستخدمها الزبائن، وخاصة الزبائن الجدد لتقييم الجودة، وغالباً ما تستخدم مؤسسات الخدمة أدوات ملموسة لتحسين صورتها، وتوفر الاستمرارية وجودة الإشارة للزبائن، وعلى النقيض من

ذلك يمكن للمصارف التي لا تولي اهتماماً لأبعاد ملموسة لاستراتيجية الخدمة أن تخطئ بل وتدمر 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 الملموسات الخاصة بها، كما أن مقارنة درجات الإدراك مع درجات التوقع توفر متغيراً رقمياً يشير إلى الفجوة الملموسة (Gobena, 2019: 17)، ويرى (عبدالله، ٢٠١٩: ٥٩) أن الملموسة هي أول انطباع يأخذه الزبون عن المصرف عند مراجعته للحصول على الخدمة وتشمل المظهر الخارجي للمصرف وموقعه وسهولة الوصول إليه وتصميمه الداخلي والأجهزة المستخدمة وكافة التسهيلات المادية إضافة إلى مظهر الأفراد عاملين وأنافتهم ومدى توفر أماكن وصالات انتظار للمراجعين ومدى كفاية الأفراد عاملين لتقديم الخدمة وتعد 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 مقدم الخدمة على تقديم خدمة دقيقة ومتقنة، 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 تفي 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 بوعوده فيما يتعلق بتقديم الخدمات، وفي كثير من الحالات يكون الزبون جاهزاً لإنفاق المال إلا أن مقدم الخدمة لا يظهر ويدير 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، ويؤكد هذا البعد على الانتباه والسرعة في التعامل مع طلبات الزبائن والأسئلة والشكاوى 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 يخطر فيه الأفراد عاملين في محادثاتهم الخاصة مع بعضهم البعض بينما يتجاهلون احتياجات الزبون (Gobena, 2019: 17-18)، لتمييز 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 يتمتعون به من صفات متمثلة بالمجاملة والدقة في العمل ومدى قدرة المصرف وعامله على بناء جسور من الثقة بين المصرف والزبون، وتعني أيضاً 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 والامتثال الذي تقدمه المصرف لعملائها وأمان عملياتها، كما انها معرفة الأفراد عاملين ولطفهم، وقدرة المصرف وموظفيها على بث الثقة والاطمئنان، وأن الكفاءة تتعلق بمعرفة المصرف ومهاراتها في أداء الخدمة الموعودة وتشير إلى كيفية تفاعل موظفي المصرف مع الزبون وممتلكات 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 والتأكيد 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 وفرضياته تستلزم تحديد درجة التأثير لليقظة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الأولى حيث تشير نتائج التحليل إلى وجود تأثير إيجابي معنوي لليقظة 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 <sup>2</sup>	وسائل اليقظة التكنولوجية		المتغير المستقل المتغير التابع
				β1	β0	
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 الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.23.

يتبين من الجدول (٤) الخاص بتحليل الانحدار وجود تأثير معنوي موجب لوسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة بوصفها متغيرات تفسيرية في جودة الخدمة المصرفية بعدّها متغيرات مستجيبة، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (248.818) عند درجتي حرية (1) و (74) وبمستوى معنوية (0.05). وبلغ معامل التحديد ( $R^2$ ) (0.771) وهذا يعني إن (77.1%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفية تعود إلى تأثير وسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في أنموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة معامل ( $B_1$ ) يتبين أن زيادة الاهتمام وسائل اليقظة التكنولوجية بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.878) في جودة الخدمة المصرفية، وأما معامل ( $B_0$ ) فهي تعني أن المصارف قيد البحث تحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية وسائل اليقظة التكنولوجية، ومن متابعة اختبار (t) المحسوبة البالغة (15.774\*) نجد أنها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1) و (74)، وبذلك تقبل الفرضية الأولى التي تنص على (يوجد تأثير معنوي موجب لوسائل اليقظة التكنولوجية مجتمعة في جودة الخدمة المصرفية في المصارف المبحوثة).

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

T	Sig	F	$R^2$	جودة الخدمة المصرفية		المتغير المعتمد	
				$\beta_1$	$\beta_0$	المتغير المستقل	
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 المصرفية: يتضح من الجدول (٥) وجود تأثير معنوي موجب للموارد البشرية في جودة الخدمة المصرفية ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (167.414) عند درجتي حرية (1, 74) ضمن مستوى معنوية (0.05) بمعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.693) وهذا يعني أن (69.3%) من الاختلافات المفسرة في جودة الخدمة المصرفية تفسرها الموارد البشرية ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في أنموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة قيمة معامل ( $B_1$ ) يتبين أن زيادة الاهتمام بالموارد البشرية بوحدة واحدة يؤدي إلى حدوث تغيير مقداره (0.833) في جودة الخدمة المصرفية، وأما معامل ( $B_0$ ) فهي تعني أن المصارف المبحوثة تحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية الموارد البشرية، ومن متابعة اختبار (T) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (12.939\*) نجد أنها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي 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 درجتى 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 الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في أنموذج الانحدار أصلاً. 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 تعني أن المصارف المبحوثة تحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية الموارد المالية، ومن متابعة اختبار (T) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة ( $8.953^*$ ) نجد انها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتى 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 درجتى 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 الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في أنموذج الانحدار أصلاً. 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 تعني أن المصارف المبحوثة تحقق جودة خدمة مصرفية بغض النظر عن فاعلية تقانة المعلومات والاتصالات، ومن متابعة اختبار (T) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة ( $14.205^*$ ) نجد انها قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتى حرية (1, 74).

**ثانياً. تحليل التباين لليقظة التكنولوجية في جودة الخدمة المصرفية:** بعد اختبار الفرضية الاولى يتم اختبار الفرضية الثانية التي تنص على (تباين 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 الانموذج	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) أنّ 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 نستعرض 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 الازمات.

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

١. ينبغي زيادة الاهتمام والالتزام الكافيين من قبل الإدارة العليا للمصارف بتوظيف وسائل اليقظة التكنولوجية والاهتمام بكل مرحلة من مراحلها كونها حلقة متصلة ومكملة 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 تُخصص 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 المُقدمة.

#### 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 خيضر بسكرة، الجزائر.
٢. أسماء، كرغلي، (٢٠١٤)، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة 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، وفتيحة، زوكة، (٢٠١٩)، أثر اليقظة الاستراتيجية في بناء الميزة التنافسية المستدامة، رسالة ماجستير أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد دراية أدرار، 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 ٧-٢٦، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط.
٨. شويش، 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 الرشيقة 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. SEYOUM, 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 studie, 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.