



The role of strategic vigilance in enhancing the quality of banking services

*دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز جودة الخدمة المصرفية

**محمد طارق جاسم **د. عبد الحسين جاسم الاسدي **د. علاء فرحان طالب

Abstract

The research aims to identify the role of strategic vigilance in enhancing the quality of banking service to Al-Rafidain Bank, and the researcher used to measure the variable of strategic vigilance based on (Alshaer, 2020), while the dependent variable represented by the quality of banking service was measured based on the model (Sarica & Çırpin, 2014), as The questionnaire was used as a tool for collecting data and information on the research sample, and for the purpose of statistical analysis and treatment, the researcher relied on exploratory and confirmatory factor analysis as basic constructive tests for the validity of the standards adopted in the research and the regression coefficient. The research showed access to several recommendations, the most important of which was expanding the base of interest in the variables studied in the current research and developing programs and plans for training with specific timings, especially for the administrative leaders working in the bank in question for the purpose of development.

*بحث مستل .

**جامعة كربلاء كلية الإدارة والاقتصاد .

المستخلص: يهدف البحث للتعرف على دور اليقظة الاستراتيجية في تعزيز جودة الخدمة المصرفية لمصرف الرافدين واستخدم الباحث في قياس متغير اليقظة الاستراتيجية بالاعتماد على (Alshaer , 2020) ، اما المتغير التابع المتمثل بجودة الخدمة المصرفية تم قياسه بالاعتماد على نموذج (Sarica & Çırpin, 2014) ، اذ استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات عن عينة البحث ولغرض التحليل والمعالجة الاحصائية اعتمد الباحث على التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي كاختبارات بنائية اساسية لصدق المقاييس المعتمدة في البحث ومعامل الانحدار ، وتوصل البحث الى العديد من الاستنتاجات كان أهمها اهتمام المصرف المبحوث بالاهتمام بدور اليقظة الاستراتيجية لتعزيز جودة الخدمة المصرفية ، واطهر البحث في الوصول الى عدة توصيات كان الأهم منها توسيع قاعدة الاهتمام بالمتغيرات المدروسة في البحث الحالي ووضع برامج وخطط للتدريب ذات توقيتات زمنية محددة خاصة للقيادات الإدارية العاملين في المصرف المبحوث بغرض التطوير .

المقدمة: تشهد جميع المنظمات المعاصرة بما فيها المؤسسات المصرفية تقلبات جوهرية ومتسارعة في بيئة الاعمال الخارجية كالتكنولوجية والبيئية والتنافسية والتسويقية وغيرها و يضيف عليها طابع التعقيد والاضطراب إضافة لذلك أسهمت العولمة بشكل كبير من اتساع الحدود الزمانية والمكانية للمنافسة وتجاوزت جميع الحدود الجغرافية اذ تطمح منظمات الاعمال للتحويل الى الاقتصاد المبني على أساس المعرفة والمستند على الأصول الفكرية والسعي لمواكبة قطار التطور في العالم اجمع فلم تعد المؤسسات المصرفية تنتظر التغيرات التي تحصل لتقوم بردة فعل عليها ،بل يجب ان تستبق معرفة طريق المعلومة والحصول عليها ومعرفة طريق الاحداث قبل وقوعها وهذا الاجراء يتطلب من إدارة المصارف التحرك بخطوة سابقة لبقية المنافسين من خلال المراقبة عن كثب لرصد الإشارات الخارجية لتتمكن من اقتناص الفرص واستثمارها بالشكل الأمثل وتشذيب المخاطر المتوقعة والحد منها وهذا ما يسمى باليقظة الاستراتيجية

المبحث الأول / منهجية البحث

أولاً: مشكلة الدراسة: جودة الخدمات المصرفية أصبحت احد الأسلحة التنافسية الفعالة في تأمين الاستمرار والاستدامة والنمو لقطاع الخدمات بشكل عام وللمصارف بشكل خاص ولكون الخدمات المقدمة للزبائن أصبحت متشابهة بشكل كبير، لجأت المصارف الى البحث باستمرار عن وسائل جديدة لإحداث فرق في الخدمات المصرفية التي تنتوع فيها طلبات الزبائن وتوقعاتهم بشكل كبير، لذلك دعت الضرورة إدارة البنوك الى تطوير الخدمات التي تستجيب

للاحتياجات الافراد، ولتحقيق هذه الغاية لا بد من فهم طلبات الزبائن وتحليلها بدقة، وعكس هذه الطلبات بشكل صحيح على الخدمات المقدمة. ومن خلال ماتقدم سوف نطرح مجموعة من التساؤلات على الشقين النظري والعملي للدراسة وكما يأتي:

١. ما هي المرتكزات الفكرية لمتغيرات الدراسة (السلوك الاستراتيجي – اليقظة الاستراتيجية – جودة الخدمة المصرفية

٢. هل تمتلك عينة الدراسة تصوراً واضحاً او ادراكاً وافياً عن متغيرات الدراسة (اليقظة الاستراتيجية، جودة الخدمة المصرفية) وابعادها؟

٣. ما طبيعة العلاقة المنطقية بين متغيرات الدراسة الحالية ؟ وما صور الاختلاف الفكري حولها؟ وكيف تستعمل للاستفادة منها في الجانب العملي للدراسة الحالية.

ثانياً: اهداف البحث : يمكن اجمال اهداف البحث الحالي بما يلي

١- دراسة موسعة لأبعاد البحث الحالي والتي تمثلت باليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية في المؤسسة المصرفية المبحوثة بشكل واقعي على مستوى عينة البحث.

٢- قياس مدى اهمية المتغيرات الرئيسية والفرعية احصائياً على مستوى المؤسسة المصرفية المبحوثة والتي تمثلت بالقيادات الإدارية للمصرف.

ثالثاً: أهمية البحث

١- يتميز البحث الحالي في تطبيق مخططة الفرضي في محور بالغ الاهمية على مستوى العالم ككل الا وهو القطاع المصرفي الذي يعد الشريان النابض لاقتصاديات الدول.

٢- استهدف البحث على العديد من النماذج التي لم تدرس ميدانياً خاصة في موضوع اليقظة الاستراتيجية مجتمعة مع جودة الخدمة على اعتبارهما مواد رئيسية مهمة لكافة منظمات الاعمال.

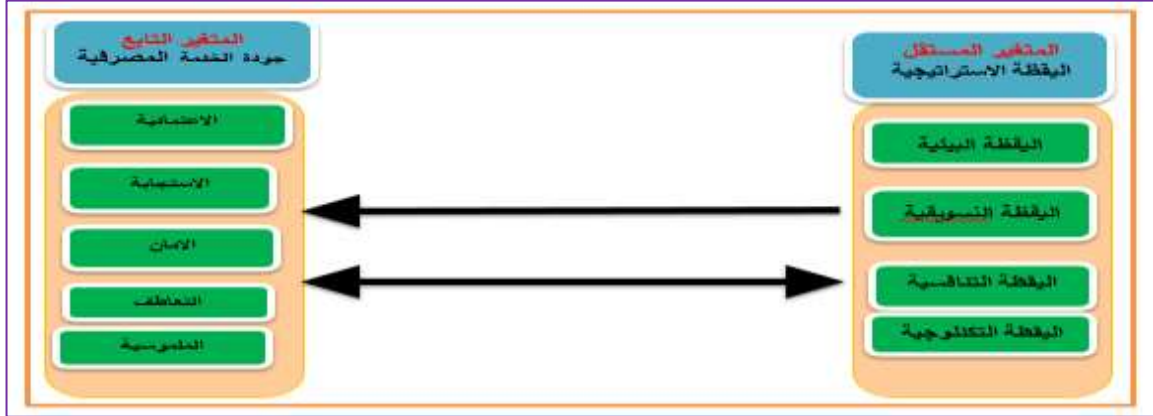
رابعاً: متغيرات البحث ومقاييسه: اشتمل البحث على مجموعة من المتغيرات الرئيسية والفرعية التي تعتبر مرتكزا رئيسيا في عرض الافكار وتناول منهجيته ، وبذلك فان تقديم تعريف للمتغيرات المدروسة ، وتحديد مقاييسها المعتمدة يعد ركناً أساسياً ضمن الإطار البحثي ، وكما مبين ادناه: -

١- اليقظة الاستراتيجية: هي عملية الجمع والتحليل وتفسير المعلومات بشكل منطقي يتماشى مع الواقع بغرض معرفة ما يدور في محيط المنظمة الخارجي للاستفادة بشكل افضل من جميع الفرص المتاحة والتقليل من التهديدات الموجهة نحو المصرف.

٢- جودة الخدمة المصرفية: هي عملية تقديم خدمات مصرفية ذات مواصفات عالية متمثلة بمقبولية الأداء، والاستجابة السريعة لمتطلبات ورغبات الزبائن وتفهم مشاكلهم نتيجة لذلك يمكن ان تعزز جودة الخدمة المرتفعة من معدلات الاحتفاظ بالزبائن وزيادة في الإنتاجية وتقليل بالتكاليف وبالتالي ستزداد القيمة السوقية للمصرف في سوق العمل.

خامساً: - المخطط الفرضي:

يمكن إيضاح العلاقة بين متغيرات البحث الحالي من خلال المخطط الفرضي التالي :



شكل (١) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على المصادر انفاً.

سادساً/ فرضيات الدراسة:

- ١- (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين (اليقظة الاستراتيجية) ومتغير جودة الخدمة المصرفية
- ٢- (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية على مستوى مصرف الرافدين))

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

١. مجتمع البحث : يتمثل مجتمع البحث بالإدارة العامة لمصرف الرافدين والمنطقة الوسطى، وموقعه الجغرافي في محافظة بغداد ومحافظات الفرات الاوسط ، حيث اتجهت البحث الحالية الى اختيار كامل مجتمع قيادات الادارية في المصرف والذين بلغ عددهم الكلي ١٣٨ مسؤول من موظفي المصرف عينة البحث، فيما اعيد منها ١٢٥ استمارة، والصالح منها للتحليل ١١٥ استمارة.

٢. وصف افراد مجتمع البحث :مكن وصف مجتمع البحث بشكل علمي دقيق، يوضح خصائصهم الديمغرافية، وطبيعتهم الشخصية، ويبين ذلك من خلال الجدول (١) أبرز الخصائص:

جدول (١) الخصائص الديموغرافية لأفراد مجتمع البحث

الفئات العمرية (من - الى)											
20- أقل من 30				30 - أقل من 40				40 - أقل من 50			
العدد		%		العدد		%		العدد		%	
1		0.87		18		15.65		46		40	
50		43.48		50		43.48		50		43.48	
توزيع الاجتماعي											
ذكور						إناث					
العدد		%		العدد		%		العدد		%	
54		46.96		61		53.04		61		53.04	
التحصيل الدراسي (المؤهل العلمي)											
دبلوم		دبلوم عالي		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه			
العدد		%		العدد		%		العدد		%	
11		9.5		1		0.87		98		85.2	
1		0.87		9		85.2		4		3.47	
1		0.87		1		0.87		1		0.87	
سنوات الخدمة											
10 - 5		15 - 11		20 - 16		25 - 21		26 - فأكثر			
العدد		%		العدد		%		العدد		%	
8		6.96		18		15.65		14		12.18	
20		17.39		55		47.82		55		47.82	
المناصب											
قائد فريق		مدير عام		مسؤول وحدة		مسؤول شعبة		مدير قسم		مدير هيئة	
العدد		%		العدد		%		العدد		%	
11		9.5		1		0.87		27		23.4	
7		6.96		7		6.96		9		8.71	
2		1.7		2		1.7		5		4.78	

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة

المبحث الثاني - الجانب النظري

أولاً- اليقظة الاستراتيجية:

١- مفهوم اليقظة الاستراتيجية: أصبحت البيئة الحالية لمنشآت الأعمال معقدة ومتغيرة وسريعة التحول نتيجة للتطور السريع وعدم اليقين في تبني القرارات الاستراتيجية والخيارات المستقبلية، فذلك توجب ان تمتلك المنظمات قدرات أساسية وعالية للتكيف والتفاعل مع بيئة الاعمال (Mahmood, et al. 2020: 273)، ويعتبر (Helton et al, 2012:1) اليقظة الاستراتيجية بالانتباه المستمر من قبل الشركة على جميع الإشارات الصادرة من البيئة المحيطة سواء كانت ذات احتمالية منخفضة او مرتفعة. وبالتالي يجب تحديد مجال اليقظة وتحديد ما يجب مراقبته وأين توجد المعلومات ثم الحصول عليها وانشاء خطة عمل ثم يتم تحليل المعلومات ومعالجتها وخلق توازن معرفي لاستخدامها في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات الاستراتيجية (Alshaer, 2020: 82)، واستناداً الى ما سبق جدول (٢) يوضح تعريف اليقظة الاستراتيجية وفقاً لآراء بعض الكتاب والباحثين .

جدول (٢) تعريف الـيقظة الاستراتيجية وفقاً لآراء بعض الكتاب والباحثين

المصدر	المفهوم	ت
Henry,1998:10	جميع التقنيات التي تهدف إلى التنظيم المنهجي لجمع وتحليل ونشر واستخدام المعلومات الاستراتيجية المفيدة لحماية الشركات ونموها	١
Fariza&Dalila,2020: 209	العملية الجماعية والاستباقية التي تقوم بها المؤسسة المصرفية في استخدام المعلومات المتعلقة بالبيئة الخارجية وجميع التغيرات الحاصلة من أجل تتبع البيانات بطريقة منهجية	٢
Lesca & Fasan, 2004: 6	العملية الجماعية والاستباقية المستمرة التي تقوم عن طريقها مجموعة من الأفراد طوعية بالبحث واستخدام المعلومات حول بيئتهم.	٣

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على الجهود المعرفية الانفة الذكر

٢. أهمية الـيقظة الاستراتيجية: من الضروري معرفة البيئة التي تعمل فيها المنشأة من أجل الاستعداد لالتقاط المعلومات التي من المحتمل أن تساعدنا بمواجهة التحديات أو توقع المخاطر لحماية المنشأة في وقت مبكر، لذلك تعد الـيقظة الاستراتيجية بانها العملية الجماعية والاستباقية التي يقوم عن طريقها أعضاء المنظمة باستخدام المعلومات ذات الصلة حول بيئتهم الخارجية، وبالتالي فإنها تسمح بتعزيز قدرات المنشأة التنافسية المستدامة (Muniz, et al. 2011: 430). وبالتالي أصبحت الـيقظة الاستراتيجية ضرورة اساسية ولها دور فعال بتوفير المعلومات المطلوبة حول العناصر المتعددة لبيئة عمل المنشأة، وحول المنافسين والزبائن والتكنولوجيا وفي العديد من جوانب المنتجات والاستراتيجيات والتقنيات المستخدمة وبشكل عام كل ما هو يؤثر على المنافسة ، ثم تبني أنشطتها والاستفادة منها بتحسين أداء المنشأة الريادي (Jalod, et al. 2021:92) . وبين (لجنابي&الزبيدي، ٢٠١٨: ٣٨) بان الـيقظة الاستراتيجية احدى الأساليب الممهدة للذكاء الاقتصادي، ويرى (Lima et al,111:1999) ان استمرارية الـيقظة الاستراتيجية بالمنظمة يؤثر بشكل مباشر بحجم المجاميع والافراد العاملين مما يؤثر بشكل مباشر في بيئة العمل بالتالي يعد دليلا قويا للشركة للعمل بالصد من فرضية المنافسة مع بقية المنافسين.

٣. ابعاد الـيقظة الاستراتيجية : اعتمد الباحث على انموذج (Alshaer , 2020) لقياس الـيقظة الاستراتيجية اذ يتكون من اربعة ابعاد وكما يأتي : -

أ. الـيقظة التكنولوجية: انها عملية منظمة وانتقائية ودائمة لجمع المعلومات من البيئة الخارجية ومن المنشأة نفسها حول العلوم والتكنولوجيا وتحديثها واختيارها وتحليلها ونشرها، وتحويلها

إلى معرفة للوصول الى اتخاذ القرارات بأقل مخاطر ورفع قدة المؤسسة على توقع التغييرات (Orlando& Páez, 2020: 87).

ب . اليقظة التسويقية : انها وصول المعلومات لقادة المنشأة والتي تساعدهم على ادراك الأسواق الناشئة والاتجاهات بصورة أفضل بالبيئة المباشرة للقطاع الذي يعملون فيه، والتحدي الذي يواجهه أي منشأة يكمن بأهميتها الاجتماعية (jalod at al, 2021: 93).

ت . اليقظة التنافسية: انها طريقة يتم من خلالها اكتشاف ومعرفة الفرص والتهديدات بغرض الحصول على مجموعة من المعلومات والمعرفة لمساعدة المنظمة بشكل كبير على اتخاذ القرارات المناسبة ومن خلال ذلك ستتحسن القدرة التنافسية لتلك المنظمة (Karima &Zohra,2021:206).

ث . اليقظة البيئية: انها المتابعة والتحليل الدقيق للتغيرات البيئية الخارجية، والداخلية والاستعداد للتغيرات الطارئة، اذ يركز تحليل البيئة الخارجية على مختلف العوامل المتعلقة بعمل المنشأة، كونها تتضمن اليقظة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتشريعية (Al-Shilma&kr Al-Bayati,2020: 808).

ثانياً/ جودة الخدمة المصرفية:

١ . مفهوم جودة الخدمة المصرفية: تعد جودة الخدمة المصرفية مقياس حاسم ومهم للأداء التنظيمي وتعتبر في طليعة ادبيات وممارسات تسويق الخدمة في سوق العمل (Sangeetha& Mahalingam, 2011:48)، ويمكن توضيح ابرز تعاريف جودة الخدمة المصرفية في جدول (٣):

جدول (٣) تعريف جودة الخدمة المصرفية

المصدر	المفهوم	ت
(Munusamy et al , 2010 :399)	انها الاختلاف بين توقعات الزبائن لمواجهة الخدمة وتصورات الخدمة المستلمة.	١
(Akinyele & Olorunleke, 2010:209)	تتمثل بالإمكانية على تقديم مزايا استراتيجية مثل الزيادة في معدلات الاحتفاظ بالزبائن وتعزيز الكفاءة التشغيلية للشركة من أجل زيادة الأرباح.	٢
(Gorla et al,2010:213)	تتمثل في درجة التناقض ما بين توقعات الزبائن المعيارية حول اداء الخدمة المقدمة	٣
(Amiri & Faghani , 2012: 2)	أنها فجوة بين المستوى المتوقع للخدمة وتصورات الزبون للمستوى الذي يتلقاه من تلك الخدمة.	٤

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على المصادر انفاً.

٢. أهمية جودة الخدمة المصرفية: ان ضغوط المنافسة دفعت البنوك الى صياغة استراتيجيات مختلفة للاحتفاظ بالزبائن، وكانت مفاتيح هذه الاستراتيجيات هو زيادة مستوى جودة الخدمة، ولذلك تعد جودة الخدمة ضرورية بشكل خاص في سياق الخدمات المصرفية لأنها توفر مستوى عالٍ من رضا الزبائن، مفتاحاً للميزة التنافسية وتحقيق عملية الاحتفاظ بالزبائن، ولكون جودة الخدمة لها تأثير كبير على نجاح البنك وأدائه لذلك فأنها حظيت باهتمام إضافي بسبب علاقتها بالتكاليف والأداء المالي. (Kaur&Kiran,2015:75)، و يرى (Ahmed, 2017:53) بان جودة الخدمة المصرفية تعد العامل الرئيسي الذي تتمكن من خلالها البنوك في جذب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الأصليين.

٣. ابعاد جودة الخدمة المصرفية: اعتمد الباحث على انموذج (Sarica & Çirpin, 2014) لقياس جودة الخدمة المصرفية اذ يتكون من خمسة ابعاد وكما يأتي : -

أ. الملموسية :- تفسر على انها مظهر المرافق المادية والأجهزة والافراد العاملين في المنظمة بحيث يدرك الزبائن ان جميع الجوانب الملموسة للخدمات المقدمة تكون مناسبة وقريبة من تطلعاتهم (Arege,2017:15).

ب. الموثوقية: كيفية التعامل مع مشكلات خدمة الزبون مثال، تقديم الخدمات في الوقت المناسب والمحافظة على سجلات متكاملة خالية من الاخطاء على اعتبار هذه العوامل تكون مهمة جدا في جودة الخدمة المصرفية المقدمة للجمهور (Hussaien, 2020: 25).

ت. التعاطف : هو استعداد شركة الخدمة على تزويد كل زبون بكافة احتياجاته وبشكل شخصي (Raza et al,2020,3).

ث. الاستجابة : تتمثل في الاستعداد لدعم زبائن المصرف وتقديم خدمات سريعة لهم (Hammoud etal,2018:3).

ج. الضمان: انه الأمان الإداري والمالي الذي يستشعر به المستفيد من الخدمة اثناء التعاملات والاعمال اليومية وذلك من خلال الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالزبون وكذلك توفير الطمأنينة اللازمة للمحيط الخاص بمكان تقديم الخدمة (العمار & البودي، ٢٠٢٠: ١٩٢).

المبحث الثالث/ الجانب العملي

اولا. اختبار وتطوير مقاييس الدراسة

١. الصدق البنائي التوكيدي: الباحث اعتمد على عملية التأكد من صدق محتوى الاستبانة وهيكليتها باعتماد التحليل العملي التوكيدي لمقاييس متغيرات الاستبانة الذي يعد من اساليب مدخل النمذجة الهيكلية ولغرض تقييم النموذج الهيكلي الذي تم بناءه في البرنامج لابد من التحقق

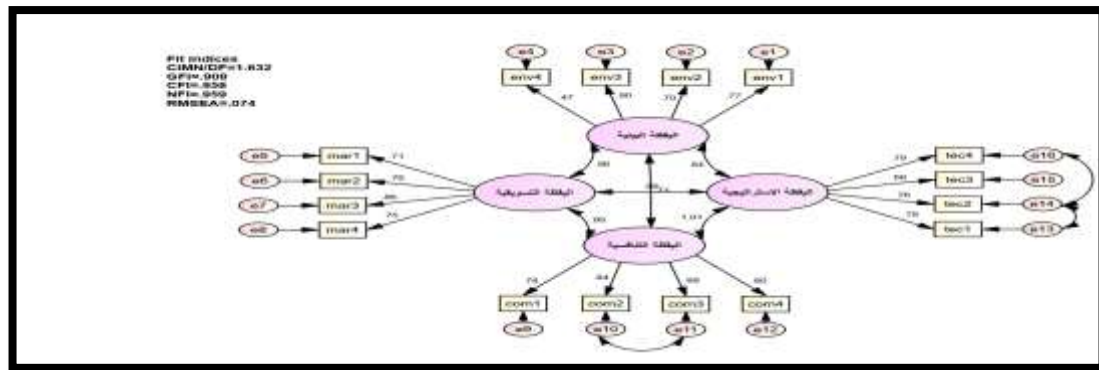
من اولاً: تقديرات المعلمة (نسب التشبع) و تكون مقبولة احصائيا اذا تجاوزت اقيامها ما نسبته (40%) وثانياً: التحقق من مؤشرات مطابقة الانموذج (والتي تستخدم لقياس مدى مطابقة الانموذج الهيكلي المتحقق من خلال بيانات العينة للمعايير الموضوعية .

جدول (4) مؤشرات جودة المطابقة لنمذجة المعادلة الهيكلية

ت	المؤشرات	نسبة جودة المطابقة
1-	النسبة بين قيم χ^2 ودرجات الحرية df	CMIN/DF < 5
2-	مؤشر حسن المطابقة (Goodness of Fit Index (GFI)	GFI > 0.90
3-	مؤشر المطابقة المتزايدة (Incremental Fit indices (IFI)	IFI > 0.90
4-	مؤشر المطابقة المقارن (Comparative Fit Index (CFI)	CFI > 0.90
6-	مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي: Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	RMSEA < 0.08

Source : Afthanorhan, W. A. (2013) " A Comparison Of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis " International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT) Vol 2, Iss 5 , P. 199.

٢- التحليل العاملي التوكيدي لمقياس اليقظة الاستراتيجية: تم قياس متغير اليقظة الاستراتيجية من خلال اربع ابعاد فرعية هي (اليقظة البيئية (4 فقرات، اليقظة التسويقية (4 فقرات ، اليقظة التنافسية (4 فقرات، اليقظة التكنولوجية (4 فقرات) . اذ يبين الشكل (٢) ان قيم الاوزان المعيارية لجميع الفقرات تتجاوز نسبة (0.40) مما يشير قبول أن الـ (16) فقرة تعكس بنية (اليقظة الاستراتيجية) التي يشتمل على اربع ابعاد وفي ضوء الأوزان المعيارية اعلى الاسهم يمكن قبول صدق الفقرات لتجاوز قيمها نسبة (0.40) وبناء عليه تقبل احصائياً (Costello& Osborne,2005). وللتأكد من ان الفقرات في متغير تمثل اربع ابعاد فان معايير المطابقة في الشكل (2) تبين عند مقارنتها بجدول (4) (مؤشرات جودة المطابقة نمذجة المعادلة الهيكلية) بان هذه الفقرات (16) تعكس بنية اربع ابعاد وليس بعد واحد. وهذا يوضح التطابق بين البيانات التي جُمعت من خلال الاستبانة مع النموذج الهيكلي المفترض لنموذج القياس المتمثل هنا بمقياس اليقظة الاستراتيجية.



شكل (2) الصدف البنائي التوكيدي لمقياس اليقظة الاستراتيجية
المصدر : مخرجات برنامج Aoms

ويعرض الجدول (٥) معنية القيم الخاصة بالفقرات في النموذج الهيكلي والتي يتضح انها مقبولة إحصائيا وفقا لمعنويتها البالغة ($P < .001$) وقيمة ($C.R$ - النسبة الحرجة).

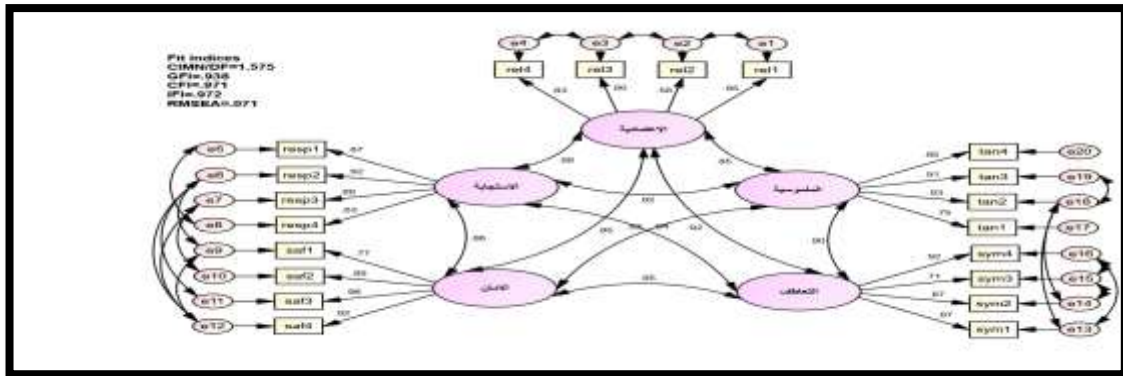
جدول (٥) قيم نموذج متغير اليقظة الاستراتيجية

المحتوية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	التقدير	S.R.W	الابعاد	المسار	الفقرات
env1			1.000	.775	اليقظة البيئية	---	env1
env2	7.757	.112	.868	.701	اليقظة البيئية	---	env2
env3	9.027	.112	1.013	.803	اليقظة البيئية	---	env3
env4	4.963	.124	.617	.470	اليقظة البيئية	---	env4
mar1			1.000	.708	اليقظة المصروفية	---	mar1
mar2	7.728	.135	1.047	.757	اليقظة المصروفية	---	mar2
mar3	8.692	.126	1.095	.861	اليقظة المصروفية	---	mar3
mar4	7.627	.139	1.060	.747	اليقظة المصروفية	---	mar4
com1			1.000	.784	اليقظة الثقافية	---	com1
com2	10.198	.131	1.333	.842	اليقظة الثقافية	---	com2
com3	8.006	.130	1.042	.691	اليقظة الثقافية	---	com3
com4	9.624	.124	1.192	.802	اليقظة الثقافية	---	com4
tec1			1.000	.785	اليقظة التكنولوجية	---	tec1
tec2	10.615	.078	.833	.764	اليقظة التكنولوجية	---	tec2
tec3	7.968	.099	.790	.681	اليقظة التكنولوجية	---	tec3
tec4	9.621	.090	.863	.788	اليقظة التكنولوجية	---	tec4

المصدر: مخرجات برنامج Amos V.23

٣- التحليل العاملي التوكيدي لمقياس جودة الخدمة المصرفية: تم قياس متغير جودة الخدمة المصرفية من خلال خمس ابعاد فرعية هي (الاعتمادية (4) فقرات، الاستجابة(4) فقرات ، الامان(4) فقرات، التعاطف (4)، الملموسية (4)). اذ يبين الشكل (٣) ان قيم الاوزان المعيارية لجميع الفقرات تتجاوز نسبة (0.40) مما يشير قبول أن الـ (20) فقرة تعكس بنية (جودة الخدمة المصرفية) التي يشتمل على خمس ابعاد وفي ضوء الأوزان المعيارية اعلى الاسهم يمكن قبول صدق الفقرات لتجاوز قيمها نسبة (0.40) وبناء عليه تقبل احصائياً (Costello& Osborne,2005). وللتأكد من ان الفقرات في متغير تمثل خمس ابعاد فان

معايير المطابقة في الشكل (٣) تبين عند مقارنتها بجدول (٤) (مؤشرات جودة المطابقة نمذجة المعادلة الهيكلية) بان هذه الفقرات (20) تعكس بنية خمس ابعاد وليس بعد واحد. وهذا يوضح التطابق بين البيانات التي جُمعت من خلال الاستبانة مع النموذج الهيكلي المفترض لنموذج القياس المتمثل هنا بمقياس جودة الخدمة المصرفية



شكل (3) الصديق البنائي التوكيدي لمقياس جودة الخدمة المصرفية
المصدر : مخرجات برنامج Amos

ويعرض الجدول (٦) معنية القيم الخاصة بالفقرات في النموذج الهيكلي والتي يتضح انها مقبولة إحصائيا وفقا لمعنويتها البالغة ($P < .001$) وقيمة (C.R - النسبة الحرجة).

جدول (٦) تقديرات نموذج متغير جودة الخدمة المصرفية

المعنوية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	التقدير	S.R.W	الابعاد	المعيار	الفقرات
***	7.141	.079	.662	.556	الاعتمادية	<---	rel1
***	10.717	.083	.894	.799	الاعتمادية	<---	rel2
***	11.571	.087	1.011	.833	الاعتمادية	<---	rel3
***	14.873	.067	1.002	.919	الاستجابة	<---	rel4
***	13.854	.078	1.082	.891	الاستجابة	<---	resp1
***	7.500	.094	.706	.630	الاستجابة	<---	resp2
***	10.852	.144	1.567	.893	الاستجابة	<---	resp3
***	11.766	.129	1.515	.956	الاستجابة	<---	resp4
***	10.928	.141	1.535	.918	الاستجابة	<---	saf1
***	12.990	.076	.988	.869	الاستجابة	<---	saf2
***	9.174	.081	.746	.713	الاستجابة	<---	saf3
***	12.560	.091	1.143	.923	الاستجابة	<---	saf4
***	10.950	.113	1.241	.931	الاستجابة	<---	sym1
***	10.429	.120	1.250	.905	الاستجابة	<---	sym2
***	10.016	.104	1.039	.851	الاستجابة	<---	sym3
***					الاستجابة	<---	sym4
***					الاستجابة	<---	tan1
***					الاستجابة	<---	tan2
***					الاستجابة	<---	tan3
***					الاستجابة	<---	tan4

المصدر: مخرجات برنامج Amos V.23

ثانيا: الثبات البنائي والصدق الهيكلي لأداة القياس:- يعتبر اختبار الثبات من اهم الركائز الاساسية التي تستند اليها ادوات القياس وتوليها الاهمية القصوى كي تأتي نتائج البحث على مستوى عالي من الثقة والتقدير. وهو يمثل الدرجة التي يمكن ان تقاس فيها الفروق الفردية

بانسجام وتجانس عند الاجابة عن مقياس معين ، ويعد المقياس ثابتاً عندما يقيس ما بني من اجله .وللتحقق من ثبات اداة القياس اعتمدت الدراسة اكثر الاساليب شيوعاً وهو كرونباخ الفا ، الذي تعد قيمته معتمدة كلما كانت نسبة (0.70) او تجاوزتها على مستوى البحوث السلوكية (Tavakol & Dennick , 2011 : 54) كما تم اعتماد معامل الصدق الهيكلي لتحديد نسبة صدق اداة القياس بالنسبة للمتغيرات والابعاد الفرعية اعتماداً على اجابات افراد العينة اذ نلاحظ من الجدول (٧) أن قيم معامل كرونباخ الفا لمتغيرات الدراسة الرئيسية وابعادها الفرعية قد تراوحت بين (0.78-97) وتعد هذه القيم مقبولة ومعتمدة وذات مستوى ثبات ممتاز في الدراسات الوصفية كونها قيم عالية بالمقارنة مع قيم كرونباخ ألفا المعيارية ، كما نلاحظ ان قيم معامل الصدق الهيكلي كانت ممتازة وعالية ضمن اجابات العينة، وبذلك أصبحت أداة الدراسة ومقاييسها صالحة للتطبيق النهائي كونها تتصف بالدقة والثبات والصدق العالي.

الجدول (٧) معاملات الثبات والصدق الهيكلي لمتغيرات وابعاد الدراسة

المتغيرات والابعاد	معامل كرونباخ الفا	معامل الصدق الهيكلي	المتغيرات والابعاد	معامل كرونباخ الفا	معامل الصدق الهيكلي
اليقظة البيئية	0.78	0.88	الاعتمادية	0.85	0.92
اليقظة التسويقية	0.85	0.92	الاستجابة	0.87	0.93
اليقظة التنافسية	0.86	0.92	الامان	0.93	0.96
اليقظة التكنولوجية	0.85	0.92	التعاطف	0.92	0.95
			الملموسية	0.91	0.95
اليقظة الاستراتيجية	0.94	0.96	جودة الخدمة المصرفية	0.97	0.98

المصدر: اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.25)

ثانياً. وصف وتشخيص متغيرات البحث وتحليل نتائجها

١- الوصف والتحليل والتفسير لمتغير اليقظة الاستراتيجية: يبين جدول (٨) وجود اربع ابعاد يقاس من خلالها متغير اليقظة الاستراتيجية ، فقد كان وسط الاستجابات الحسابي الموزون للمتغير اجمالاً (2.83) وبمستوى انحراف معياري عن الوسط مقداره (1.051) و بأهمية تبلغ (56%) ، اذ توضح هذه القيم الاحصائية الى ان اليقظة الاستراتيجية يتفق على توافره بدرجة معتدلة من الاهمية وفقاً لاستجابات عينة الدراسة. اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد متغير اليقظة الاستراتيجية الفرعية ميدانياً على مستوى مصرف الرافين عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالآتي (اليقظة التنافسية، اليقظة التسويقية، اليقظة البيئية، اليقظة التكنولوجية) على التوالي وفقاً لاستجابات عينة الدراسة ، اذ يبين جدول (٨) تلك القيم الاحصائية لوصف المتغير.

الجدول (٨) الوصف الاحصائي وتفسيره لمتغير اليقظة الاستراتيجية بأبعاده

الايبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة	الاهمية النسبية %	ترتيب الابعاد
اليقظة البيئية	2.79	1.010	معتدل	.56	3
اليقظة التسويقية	2.81	1.039	معتدل	.56	2
اليقظة التنافسية	2.93	1.094	معتدل	.58	1
اليقظة التكنولوجية	2.79	1.063	معتدل	.56	4
المعدل العام لمتغير	2.83	1.051	معتدل	.56	--

المصدر: اعداد الباحث باستخدام نتائج برامج (SPSS , Microsoft Excel).

٢- الوصف والتحليل والتفسير لمتغير جودة الخدمة المصرفية: يبين جدول (٩) وجود خمس ابعاد لمتغير جودة الخدمة المصرفية والذي يقاس بخمس ابعاد ميدانية، فقد كان وسط الاستجابات الحسابي الموزون للمتغير اجمالاً (2.95) وبمستوى انحراف معياري عن الوسط مقداره (1.202) و بأهمية تبلغ (59%)، اذ توضح هذه القيم الاحصائية الى ان جودة الخدمة المصرفية هناك اتفاق على توافره بدرجة معتدلة من الاهمية وفقاً لاستجابات عينة الدراسة، مما يدل على ان جودة الخدمة المصرفية ضمن مستوى معتدل. اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد متغير جودة الخدمة المصرفية الفرعية ميدانياً على مستوى عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالآتي (لموسية، امان، تعاطف، الاستجابة، والاعتمادية) على التوالي وفقاً لاستجابات عينة الدراسة، اذ يبين جدول (٩) تلك القيم الاحصائية لوصف المتغير

الجدول (٩) الوصف الاحصائي وتفسيره لمتغير جودة الخدمة المصرفية بأبعاده

الايبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة	الاهمية النسبية %	ترتيب الابعاد
الاعتمادية	2.90	1.059	معتدل	.58	5
الاستجابة	2.93	1.173	معتدل	.59	4
الامان	2.98	1.328	معتدل	.60	2
التعاطف	2.95	1.191	معتدل	.59	3
الموسمية	3.01	1.261	معتدل	.60	1
المعدل العام لمتغير	2.95	1.202	معتدل	.59	

المصدر : مخرجات برنامج AMOS

ثالثاً. اختبار وتحليل فرضيات الدراسة: تختص الفقرة الحالية بعرض علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث الحالي:

١. فرضية الارتباط : تتحدد فرضية الارتباط الرئيسة الاولى باستكشاف مستوى التلازم بين متغير اليقظة الاستراتيجية ومتغير جودة الخدمة المصرفية والتي محتواها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين (اليقظة الاستراتيجية) بأبعاده ومتغير (جودة الخدمة المصرفية) تبين

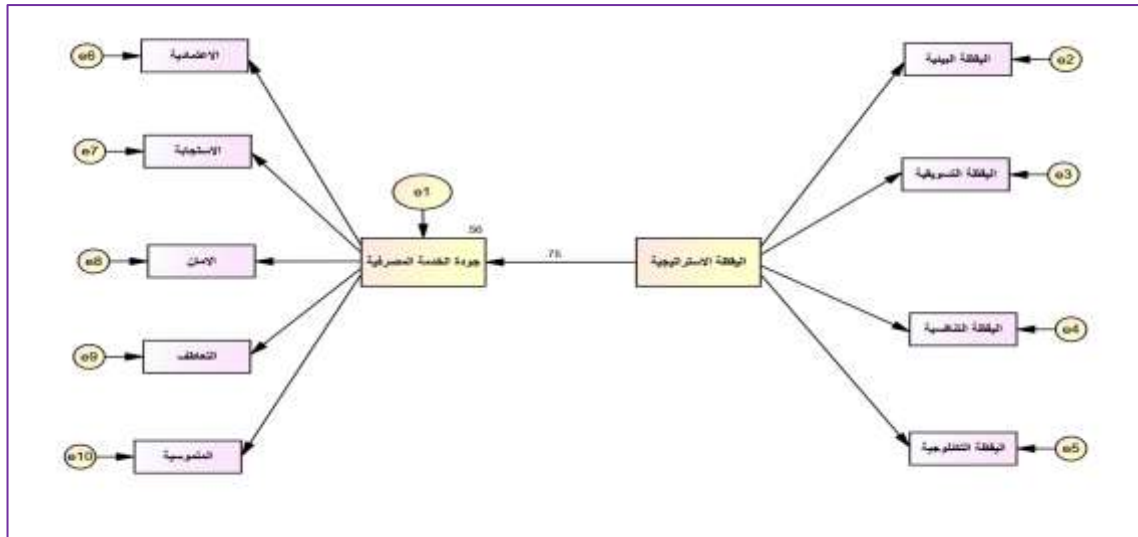
معاملات الارتباط المبينة في الجدول دليلاً أولياً لدعم فرضيات الارتباط الرئيسة والفرعية، إذ يبين الجدول (١٠) أن هناك تلازم بنسبة قوية بين توافر (اليقظة الاستراتيجية) بأبعاده (اليقظة البيئية، واليقظة التسويقية، واليقظة التنافسية، واليقظة التكنولوجية) والمتغير المعتمد (جودة الخدمة المصرفية)، فقد كانت قوة الارتباط تبلغ (**.748). وهي علاقة ارتباط طردية وذات دلالة معنوية فضلاً عن ارتباط الأبعاد بالمتغير المعتمد كنت بنسب جيدة، إذ تفسر هذه النتيجة أن توافر مستوى اليقظة الاستراتيجية في مصرف الرافدين سيؤدي حتماً إلى وجود نسبة جيدة من جودة الخدمة المصرفية،

جدول (10) مصفوفة معاملات الارتباط بين اليقظة الاستراتيجية بأبعادها وجودة الخدمة المصرفية

		اليقظة الاستراتيجية	اليقظة التكنولوجية	اليقظة التنافسية	اليقظة التسويقية	اليقظة البيئية
جودة الخدمة المصرفية	Pearson Correlation	.748**	.715**	.799**	.682**	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

المصدر: مخرجات برنامج spss v.25

٢. اختبار مسار التأثير للفرضية : سيتم في هذه الفرضية التحقق من مقدار تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد والتي محتواها (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين اليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية على مستوى مصرف الرافدين))



الشكل (٤) اختبار التأثير المباشر لفرضية التأثير الرئيسية الاولى

المصدر : - مخرجات برنامج Amos

جدول (١١) الاوزان الانحدارية لاختبار فرضيات التأثير المباشر لليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية

معنوية القيم	النسبة الحرجة	خطأ القياس	القيم اللامعيارية	القيم المعيارية	المتغيرات	المسا	المتغيرات
***	12.031	.066	.799	.748	اليقظة الاستراتيجية	<---	جودة الخدمة المصرفية

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Amos V.23

يبين الجدول (١١) والشكل (٤) مجموعة النتائج المتعلقة باختبار التأثير المباشر لليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية فقد بلغت قيمة معامل التحديد (التفسير) R^2 لليقظة الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية (0.56)، وهذا يشير الى ان اليقظة الاستراتيجية يفسر (56%) من التغيرات التي تحدث على مستوى جودة الخدمة المصرفية اما النسبة المتبقية والبالغة (44%) فتعود لتأثير متغيرات اخرى لم تدرس في النموذج الاحصائي للدراسة، في حين كانت قيمة التأثير المختبر بـ (Beta Standardized) $\beta = 0.75$, $P < .01$ وهي قيمة تدل على ان معامل الميل الحدي يؤشر علاقة طردية موجبة بين متغير اليقظة

الاستراتيجية وجودة الخدمة المصرفية، وتعد هذه القيم ذات دلالة معنوية لان (القيمة الحرجة C.R. حصلت على مقدار اكبر من (1.96) وهي قيمة معنوية عند ($P < 0.001$) وهذا يشير الى قبول الفرضية .

المبحث الرابع / الاستنتاجات والتوصيات

أولا / الاستنتاجات

١. تساعد اليقظة الاستراتيجية المؤسسات المصرفية في توقع الاحداث ووضع المعالجات مما يدعم بقاء المؤسسة على حلبة المنافسة وقبل فوات الاون.

٢. اليقظة الاستراتيجية تؤدي إلى الكشف عن الإشارات الخفية والتغيرات الغير متوقعة والتحوللات العميقة والتي تعمل على جمع وتحليل ونشر المعلومات الملائمة والاساسية لاتخاذ القرارات الاستراتيجية.

٣. تسهم في خلق فرص عمل جديدة وتعزيز الابتكارات وتجنب المفاجآت الاستراتيجية غير السارة للمؤسسات المصرفية

٤. توفر اليقظة الاستراتيجية اغلب المعلومات الخاصة بخدمات المنافسين مما يساعد المصرف المبحوث في تحديد أساليب مواجهة المنافسين وتعزيز جودة الخدمة المقدمة.

ثانيا / التوصيات

١. الاهتمام بمتغيرات الدراسة الحالية من قبل الادارة العليا لمصرف الرافدين ويتم ذلك من خلال :-

أ. تخصيص مبالغ مالية لرفد المصرف بالمهارات والمعارف التي تمكن الموظفين الخوض بسهولة في سوق العمل المحتدم بالمنافسة.

ب. اعتماد مناهج التدريب والتطوير لتعزيز قدرات العاملين في هذا المجال.

٢. الاهتمام بتوسيع مدارك التنبيه والتيقظ للقيادات الادارية للمصرف بالشكل الذي يسهم بتنمية مستوى الادراك لديهم ويتم ذلك من خلال:

أ. برامج عملية وأنشطة متخصصة في هذا المجال مما سينعكس ايجابا على مستويات الأداء.

ب. دمج القيادات الإدارية للمصرفي مع مدربين معتمدين من اجل تطوير قابلياتهم في مجال التيقظ بالمتغيرات السريعة في بيئة المهمة

المصادر

١- الجنابي ، نبيل مهدي و الزبيدي ، محمد نعمة محمد . (٢٠١٩)، الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي. الطبعة الاولى ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، المملكة الاردنية الهاشمية .

٢- ربيع البودي & ، أ. د رضوان العمار. (٢٠٢٠). دور جودة الخدمة المصرفية في تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات _دراسة عينة لبعض فروع المصارف الخاصة العاملة في اللاذقية . _مجلة جامعة حماة.3(4) .

3-Ahmed, M. (2017). Service quality measurement regarding banking sector. International Journal of Business and Social Science, 8(6), 116-127.

4-Akinyele, S. T., & Olorunleke, K. (2010). Technology and service quality in the banking industry: An empirical study of various factors in electronic banking services. International Business Management, 4(4), 209-221

5- Alshaer, S. A. (2020). The effect of strategic vigilance on organizational ambidexterity in Jordanian commercial banks. Modern Applied Science, 14(6), 82-89.

6- Al-Shilma, M. A. A., & Al-Bayati, B. G. H. (2020). Integrated organizational vigilance and supply chain impacts on the quality of work life: A survey of the views of employees at Ibn Al-Atheer teaching hospital for children. International Journal of Supply .Chain Management, 9(1), 805-812

7- Amiri, A. S., & Faghani, F. (2012). Mobile banking service quality and customer satisfaction (application of SERVQUAL model). Int. J. Manag. Bus. Res., 2 (4), 351- 361 .

8- Arega, A. (2017). Assessing Online Banking Service Quality on Customers Satisfaction: The case of United Bank SC (Doctoral dissertation, Addis Ababa University).

- 9- Çırpın, B. K., & Sarıca, K. (2014). Measurement of service quality in banking industry: A case study from Turkey. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(2), 205-217.
- 10- Çırpın, B. K., & Sarıca, K. (2014). Measurement of service quality in banking industry: A case study from Turkey. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(2), 205-217.
- 11- Cruz–Páez, F. O., & Vanegas–Flórez, O. (2020). Vigilancia tecnológica, inteligencia competitiva y cultura organizacional universidad de Cundinamarca Facatativá. *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 84-84.
- 12- Cruz–Páez, F. O., & Vanegas–Flórez, O. (2020). Vigilancia tecnológica, inteligencia competitiva y cultura organizacional universidad de Cundinamarca Facatativá. *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 84-84.
- 13- Fariza, n. a. n. e. c. h. e., & dalila, m. a. t. m. a. r. les determinants de la pre-adoption de la veille strategique en entreprise: une approche theorico-conceptuelle determinants to the preadoption of the strategic scanning within the firm: a theoritical-conceptual .
- 14- Gorla, N., Somers, T. M., & Wong, B. (2010). Organizational impact of system quality, information quality, and service quality. *The Journal of Strategic Information Systems*, 19(3), 207-228.
- 15- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the Lebanese banking sector. *Sage Open*, 8(3),.
- 16- Helton, W. S., Hollander, T. D., Warm, J. S., Matthews, G., Dember, W. N., Wallaart, M., ... & Hancock, P. A. (2005). Signal

regularity and the mindlessness model of vigilance. *British Journal of Psychology*, 96(2), 249-261.

17- HENRY, V., & Lainé-Cruzel, S. (1998). Le processus et les outils de veille technologique dans un centre de recherche et développement. *Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques*.

18- Hussain, A. S. A. A. (2020). Service Quality and Customer Satisfaction in Banking Sector during COVID-19—An Empirical Analysis of Sri Lanka. *Global Journal of Management And Business Research*.

19- Jalod, K. M., Hasan, A. J., & Hussain, A. N. (2021). Strategic Vigilance and its Role in Entrepreneurial Performance: An Analytical Study of the Views of a Sample of Managers in the Ur Company in Nasiriyah, Iraq. *Multicultural Education*, 7(1), 9-2.

20- Janissek-Muniz, R., Becker, F. D., Lesca, H., & Freitas, H. (2011). Application de la veille anticipative strategique pour le suivi de l'environnement et la production de connaissances actionables. *Jistem-Journal of Information Systems and Technology Management*, 8, 425-440.

21- Karima, K., & Zohra, D. (2021). The Impact of Strategic Vigilance on E-management in the National Railway Transport Company (SNTF). *Journal of Information Technology Management*, 13(2), 202-230.

22- Kaur, N., & Kiran, R. (2015). E-banking service quality and customer loyalty: Changing dynamics of public, private and foreign bank consumers in India. *Global Business and Management Research*, 7(1), 74.

23- Lesca, H., & Caron-fasan, M. L. (2004). La Veille Stratégique: un facteur clé de succès pour les PME-PMI voulant devenir

fournisseur de grandes compagnies transnationales. Publié par ONU.

24- Lima, S. L., Zollner, P. A., & Bednekoff, P. A. (1999). Predation, scramble competition, and the vigilance group size effect in dark-eyed juncos (*Junco hyemalis*). *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 46, 110-116.

25- Mahmood, Z. M., Faris, A. A., & AL-Dahan, J. M. (2020). The Blind Spots Leadership and Its Effect in Achieving the Strategic Vigilance. *Journal of Research on the Lepidoptera*, 51(2), 572-588.

26- Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia. *International journal of innovation, management and technology*, 1(4), 398.

27- Raza, H., & Burney, A. I. (2020). . *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 11 (2).

28- Sangeetha, J., & Mahalingam, S. (2011). Service quality models in banking: a review. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.