



جامعة الإسرائء
Isra University

أثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية

The Impact Of Competitive Intelligence On Service Quality in The
Jordanian Islamic Banks.

إعداد الطالب

احمد سالم فلاح الفالح

الرقم الجامعي: Z00978

إشراف

الأستاذ الدكتور: نعمة عباس الخفاجي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

جامعة الإسرائء

كلية الأعمال

قسم إدارة الأعمال

الفصل الصيفي 2018



أثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية.

**The Impact Of Competitive Intelligence On Service Quality in The
Jordanian Islamic Banks.**

أعداد الطالب:

احمد سالم فلاح الفالح

الرقم الجامعي: Z00978

المشرف:

الأستاذ الدكتور : نعمة عباس الخفاجي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

جامعة الإسراء

كلية الأعمال

قسم إدارة الأعمال

الفصل الصيفي 2018

الآية الكريمة

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى:

"قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ"

"صدق الله العظيم"

سورة البقرة [الآية 32]

جامعة الإسراء

التفويض

أنا احمد سالم فلاح الفالح أفوض جامعة الإسراء بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات أو الشركات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبهم وحسب التعليمات النافذة بالجامعة.

الاسم: احمد سالم فلاح الفالح

التاريخ: ٢٠١٨/١/٥

التوقيع: 
احمد الفالح

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: "أثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية".

وقد أجازت بتاريخ: ٢٠١٧/٨/٥

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع	الجامعة	الاسم
	جامعة الإسراء	رئيساً ومشرفاً الأستاذ الدكتور نعمة عباس الخفاجي
	جامعة الإسراء	مناقشاً داخلياً الدكتور بلال خلف السكارنة
	جامعة البلقاء	مناقشاً خارجياً الأستاذ الدكتور مروان محمد النسور

نموذج إقرار السلامة اللغوية

لقد قمت بمراجعة رسالة الطالب: احمد سالم فلاح الفالح بعنوان "اثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة

في البنوك الإسلامية الأردنية "

وأصبحت سليمة من الناحية اللغوية.

الاسم : كرم ناندي رزق

التاريخ : ٢٠١٨/٨/١٣

التوقيع : 

الإهداء

أقدم ثمرة هذا الجهد العلمي المتواضع

إلى من رعنتني في طفولتي ... إلى من كان دعائها سر نجاحي والدتي الحنونة

إلى قدوتي الأولى... إلى من علمني وشجعني.. والدي العزيز

إلى من قاسموني الحياة بطوها ومرها..... إلى أشقائي وشقيقاتي

إلى من أناروا دربي بالعلم والمعرفة... إلى من زرعوا في نفسي الإرادة والعزيمة

إلى أساتذتي

إلى من شاركوني اسعد اللحظات منذ الصغر وحتى الان ... إلى رفقاء الدرب في الدراسة والعمل

إلى زملائي وأصدقائي

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم،
وبعد.

فإنني أشكر الله تعالى على توفيقني بإتمام هذه الرسالة، وأتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى

أستاذي ومشرفي الأستاذ الدكتور نعمة عباس الخفاجي ، الذي كان عوناً لي في كل مراحل إعداد
الرسالة ولم يدخر جهداً في توجيهي ونصحي وإرشادي . كما وأشكر أيضاً أعضاء لجنة المناقشة
لتفضلهم بقبول مناقشة رسالتي والتي تكونت من السادة؛ الاستاذ الدكتور مروان النور مناقشا خارجياً،
والدكتور بلال السكارنة مناقشا داخلياً.

والشكر موصول إلى جامعة الإسراء ممثلةً برئيسها وإدارتها وأخص بالذكر كلية الأعمال / قسم إدارة
الإعمال وكافة أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الأعمال وأخيراً أتقدم بالشكر إلى كل الذين أحاطوني
بالاهتمام والدعم المعنوي خلال فترة دراستي جزاهم الله عني أحسن الجزاء.

فهرس المحتويات		
الصفحة	الموضوع	
أ	عنوان الرسالة	
ب	الاية الكريمة	
ج	تفويض الجامعة	
د	قرار لجنة المناقشة	
هـ	السلامة اللغوية	
و	الإهداء	
ز	شكر وتقدير	
ح	فهرس المحتويات	
ك	قائمة الجداول	
م	قائمة الاشكال	
م	قائمة الملاحق	
ن	الملخص باللغة العربية	
ع	الملخص باللغة الإنجليزية	
الفصل الأول : خلفية الدراسة واهميتها		
2	المقدمة	1-1
4	مشكلة الدراسة واسئلتها.	2-1
5	أهمية الدراسة	3-1
6	أهداف الدراسة	4-1
7	انموذج الدراسة	5-1
8	فرضيات الدراسة	6-1
9	التعريفات الاجرائية والاصطلاحية لمتغيرات الدراسة	7-1
13	حدود الدراسة	8-1
الفصل الثاني : الأطار النظريوالدراسات السابقة		
المبحث الاول: الذكاء التنافسي		
15	تمهيد:	1-1-2
15	مفهوم الذكاء التنافسي	2-1-2

16	تعريف الذكاء التنافسي	3-1-2
18	نماذج الذكاء التنافسي	4-1-2
21	أهمية الذكاء التنافسي في القطاع المصرفي	5-1-2
22	البيانات والمعلومات وتدقق المعرفة وعلاقتها بالذكاء التنافسي	6-1-2
25	دور الذكاء التنافسي في تحسين جودة المعلومات وأثر ذلك على جودة الخدمة.	7-1-2
26	أبعاد ومقومات الذكاء التنافسي	8-1-2
المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية		
30	تمهيد جودة الخدمة	1-2-2
31	تعريف وتطور مقاييس جودة الخدمة	2-2-2
32	أهمية مقاييس جودة الخدمة	3-2-2
33	متطلبات جودة الخدمة	4-2-2
34	مقاييس جودة خدمات النظام المصرفي	5-2-2
35	مستويات مقاييس جودة الخدمة	6-2-2
المبحث الثالث: الدراسات السابقة		
37	الدراسات باللغة العربية.	1-3-2
49	الدراسات الأجنبية.	2-3-2
60	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.	3-3-2
المبحث الرابع : البنوك الاسلامية		
61	تمهيد وتعريف البنوك الإسلامية.	1-4-2
61	الجوانب الشرعية الإسلامية للأعمال والأنشطة المصرفية الإسلامية.	2-4-2

62	أنشطة المصارف الإسلامية.	3-4-2
64	نشأة البنوك الإسلامية الأردنية.	4-4-2
الفصل الثالث : منهجية الدراسة		
67	تمهيد.	1-3
67	منهج الدراسة.	2-3
68	مصادر جمع البيانات.	3-3
68	أداة الدراسة.	4-3
70	مجتمع الدراسة ووحدة المعاينة.	5-3
70	عينة الدراسة.	6-3
72	وصف خصائص عينة الدراسة.	7-3
78	اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.	8-3
79	الأساليب الإحصائية المستخدمة.	9-3
80	إجراءات الدراسة.	10-3
الفصل الرابع: عرض النتائج ومناقشتها		
82	تمهيد.	1-4
82	الاجابة عن اسئلة الدراسة.	2-4
93	نتائج اختبار فرضيات الدراسة.	3-4
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات		
110	نتائج الدراسة	1-5
113	التوصيات.	2-5
115	المراجع	
124	الملاحق	

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
71	أسماء البنوك الإسلامية الأردنية المعتمدة لمجتمع وعينة الدراسة.	1-3
72	توزيع أفراد العينة حسب العمر.	2-3
73	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع الاجتماعي.	3-3
73	توزيع أفراد العينة حسب التحصيل العلمي.	4-3
74	توزيع أفراد العينة حسب المنصب الوظيفي.	5-3
75	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل في البنك الحالي.	6-3
76	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل في البنوك الأخرى.	7-3
77	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل في المنصب الحالي.	8-3
78	قيم معامل الاتساق الداخلي لإبعاد أداة الدراسة.	9-3
80	المتوسطات الحسابية لدرجات ليكرت الخماسي.	10-3
83	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات التخطيط والتركيز.	1-4
84	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات جمع المعلومات.	2-4
85	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات التحليل.	3-4
86	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات النشر.	4-4
87	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات الاعتمادية.	5-4

88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات المصادقية.	6-4
89	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات الاتصال.	7-4
90	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات سرعة الاستجابة.	8-4
91	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات الأمان.	9-4
92	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لفقرات الملموسية.	10-4
93	نتائج اختبار الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة (الذكاء التنافسي).	11-4
94	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على جودة الخدمة.	12-4
96	نتائج اختبار الانحدار التدريجي.	13-4
97	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على الاعتمادية.	14-4
99	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على المصادقية.	15-4
101	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على الاتصال.	16-4
103	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على سرعة الاستجابة.	17-4
105	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على الأمان.	18-4
107	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار إبعاد الذكاء التنافسي على الملموسية.	19-4

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
7	أنموذج الدراسة	1-1
18	أنموذج (Kahaner 1996) لمراحل عملية الذكاء التنافسي	1-2
19	أنموذج SCIP لمراحل عملية الذكاء التنافسي	2-2
20	أنموذج (Melo& Medeiros 2007)	3-2
36	نموذج قياس جودة الخدمة (P-C-P)	4-2

قائمة الملاحق

رقم صفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
124	قائمة محكمين الاستبانة	(1)
125	استبانة الدراسة	(2)

ملخص الدراسة باللغة العربية

اثر الذكاء التنافسي على جودة الخدمة المقدمة في البنوك الإسلامية الأردنية

إعداد:

احمد سالم فلاح الفالح

إشراف الأستاذ الدكتور:

نعمة عباس الخفاجي

هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر الذكاء التنافسي بأبعاده (التخطيط والتركيز ، وجمع المعلومات ، والتحليل والنشر) على جودة الخدمة بأبعادها (الاعتمادية ، والمصداقية ، والاتصال ، وسرعة الاستجابة ، والأمان والملموسية) ، وقد تبنت الدراسة المنهج الوصفي ، والتحليلي والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية السابقة ، ولغايات تحقيق أهداف الدراسة وجمع البيانات الأولية من مجتمع الدراسة والذي تمثل بالبنوك الإسلامية الأردنية في عمان وعددها (3) بنوك تم تطوير استبانة، وزعت على (77) فردا في البنوك الإسلامية الأردنية ، ولغرض تحليل إجابات عينة الدراسة، فقد استخدمت أساليب التحليل الإحصائي المتمثلة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار الانحدار الخطي والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة، وقد أظهرت نتائج؛ مستوى تطبيق أبعاد الذكاء التنافسي، أن بُعد التخطيط والتركيز احتل المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة، وجاء بُعد جمع المعلومات في المرتبة الرابعة والأخيرة وبدرجة مرتفعة متفاوتة، وكذلك أظهرت نتائج؛ مستوى تطبيق جودة الخدمة أن بُعد (الأمان) احتل المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة بينما كان بُعد سرعة الاستجابة هو أقل الأبعاد موافقة، وأظهرت نتيجة اختبار الفرضية الرئيسة؛ يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للذكاء التنافسي (التخطيط والتركيز، جمع المعلومات، والتحليل، والنشر) على جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية بأبعادها (الاعتمادية، والمصداقية، والاتصال، وسرعة الاستجابة، والأمان،

والملموسية)،" أما بُعدي (جمع المعلومات، والنشر) فقد كان أثرهما على جودة الخدمة غير معنوي، كما وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات الفرعية أن بعد جمع المعلومات ليس له اثر معنوي في جودة الخدمة في البنوك الإسلامية الأردنية أما باقي أبعاد الذكاء التنافسي فكانت ذو اثر إيجابي، وقد أوصت الدراسة تشجيع أداراه البنوك الإسلامية الأردنية حول تحديث التقنيات التي يمكن استخدامها في تحديد وضعه التنافسي بالنسبة للمنافسين من البنوك التجارية قبل البدء بجمع المعلومات كون بُعد جمع المعلومات جاء أقل إيجابية وتأثيرا في مجال تطبيق الذكاء التنافسي. وبتزادة الاهتمام والتركيز من قبل المدراء في البنوك الإسلامية الأردنية نحو تحليل لنقاط القوة والضعف لمستويات رضا العملاء ومقارنتها بالمنافسين مع البنوك التجارية وباستمرار العمل بشكل مستمر على تقوية تعاون جميع وحدات الأعمال في البنك لغرض الاستفادة من المعلومات الكرتونيات، بما يساهم في تحسين مستوى جودة الخدمة المقدمة والمتوقعة.

الكلمات الدالة: الذكاء التنافسي، جودة الخدمة، البنوك الإسلامية الأردنية

ABSTRACT

The Impact Of Competitive Intelligence On Service Quality In The Jordanian Islamic Banks.

Prepared by:

Ahmed Salem Falah Al Faleh

Supervised by:

Prof.Ph.d. Neameh AbassAl_Khafaji

The study aimed to identify the impact of competitive intelligence in its dimensions (planning, concentration, data collection, analysis and Publishing) on the quality of service in its dimensions (reliability, credibility, communication, responsiveness, safety and tangibility). The study adopted the descriptive, analytical and theoretical approach and viewed the previous theoretical and field research studies. In order to achieve the objectives of the study and collect preliminary data from the study society, which is represented by the three Jordanian banks in Amman, the banks developed a questionnaire distributed to 77 individuals in Islamic Jordanian banks. In order to analyze the responses of the study sample, the statistical analysis methods of mean averages and standard deviations were used to answer the study questions, and the simple and multiple linear regression test to test the study hypotheses. The results of the level of application of the dimensions of competitive intelligence showed that the planning and concentration dimension ranked first with a high level, and the collecting information dimension was in the fourth and final level with a high degree of varying.

The results of the level of application of quality of service also showed that the dimension of (safety) ranked first with high degree while the response speed dimension less dimensional approval, the results of the main study hypothesis showed a statistically significant effect at the significance level

($\alpha \leq 0.05$) for competitive intelligence (planning, concentration, data collection, analysis and Publishing) on the quality of service in Jordanian Islamic banks in their dimensions (reliability, communication, responsiveness, safety and tangibility) the impact of the dimension (data collection and Publishing) on quality of service was insignificant. The results of the sub-hypotheses test showed that the collection of the information dimension, have no significant effect on the quality of service in the Jordanian Islamic banks, but The rest of the dimensions of competitive intelligence have had a positive impact.

The study recommended encouraging the Jordanian Islamic banks to modernize techniques that can be used to determine their competitive position against competitors from other commercial banks before starting collecting information. Because data collection dimension was less positive and influential in the application of competitive intelligence. And by increasing the interest by the managers in Jordanian Islamic banks to strengths and weaknesses points of the levels of customer satisfaction and comparison with competitors in the commercial banks with continuously work to strengthen the cooperation of all business units in the bank for the purpose to benefit from the information electronically, to improve the quality level of provided and expected service.

Keywords: Competitive Intelligence, Quality of Service, Jordanian Islamic Banks.