
التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي
والسمعة التنظيمية

دراسة ميدانية بالتطبيق على البنوك التجارية بمحافظة سوهاج وقنا
بجمهورية مصر العربية

إعداد

د. السيد الحضري أحمد محمود

استاذ مساعد - قسم إدارة الأعمال - كلية التجارة - جامعة جنوب الوادي

ملخص

هدفت الدراسة الي تحديد العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد، كذلك تحديد العلاقة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية، وأيضاً اختبار دور التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية.

وقد أجريت الدراسة على القيادات الإدارية في البنوك التجارية بمحافظة سيدهاج وقنا (مدير البنك، نائب مدير البنك) وقد بلغ عددهم (٥٦) عضو تقريباً، وتم التحليل الاحصائي على (٤٠ مفردة) كحصر شامل، حيث تم الحصول على قوائم الاستبيان منهم.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة دالة احصائياً بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد، ووجود علاقة ارتباط موجبة دالة احصائياً بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية، كما بينت الدراسة أن التجديد الاستراتيجي يزيد من قوة العلاقة الموجبة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات في ضوء النتائج التي توصلت اليها .

Summary

The purpose of this study is to determine the relationship between strategic intelligence as a whole or variable-dimensional organizational reputation as a variable total or single dimension, you specify the relationship between the dimensions of strategic intelligence and organizational reputation dimensions, and also test the role of strategic renewal as a mediator variable The relationship between strategic intelligence as a whole or variable-dimensional organizational reputation as a variable total or single dimension, you specify the relationship between the dimensions of strategic intelligence and organizational reputation dimensions, and also test the role of strategic renewal as a mediator variable The relationship between strategic intelligence and organizational reputation. The study was conducted on administrative leadership in commercial banks in the governorates of Sohag and Qena (a Bank Manager, Deputy Director of the World Bank) and numbered (56) Member, and statistical analysis (40 solo) as a comprehensive inventory Where you get questionnaire lists them. One of the most important findings of this study a positive correlation between strategic intelligence function as a variable overall dimensional or organizational reputation as a variable total or single dimension, having a positive correlation function between the dimensions of strategic intelligence and reputation dimensions Management, the study showed that strategic renewal also increases the power of a positive relationship between strategic intelligence, reputation management, the study provided a set of recommendations in the light of the findings.

مقدمة:

يؤدي الذكاء الاستراتيجي دورا بارزا في تحقيق أهداف المنظمة وزيادة قدرتها التنافسية، وذلك من خلال توظيف هذا النمط من الذكاء في صناعة القرارات الاستراتيجية، وأصبح من الضروري ان يتصف المدراء بالذكاء الاستراتيجي، وذلك لمواجهة التهديدات واقتناص الفرص وبالشكل الذي يساعد المديرين على تحديد برامج وسياسيات المنظمة من ناحية، ومواجهة التنافسية في القرن الحالي من ناحية اخرى.

وقد اجمع الكتاب والباحثون على أنه إذا أرادت أي منظمة ان تكون رائدة في مجال عملها فلا بد أن تتخذ التجديد الاستراتيجي كمنهج عمل متكامل، حيث يعد أحد المهام التي تقوم بها المنظمة لتغيير أنشطتها لتكون أكثر إنتاجية وتميزا في تقديم منتجاتها (سلع أو خدمات)، فالتجديد الاستراتيجي يشكل ركن أساسي في تحقيق الاستقرار التنظيمي.

ويؤدي كلا من الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي دورا حيويا في بناء وتحقيق السمعة التنظيمية، والتي من خلالها تزيد الثقة والعلاقة بين المنظمة وعملائها من الداخل والخارج، حيث يفضل الجميع التعامل مع المنظمة ذات السمعة الجيدة سواء الحالية أو المدركة، والتي تسعى كل المنظمات إلى امتلاك أبعادها.

ومن هذا المنطلق فقد انصب اهتمام الدراسة الحالية على توضيح دور التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي وتحقيق السمعة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة.

أولاً: الإطار النظري والدراسات السابقة:

أ- الإطار النظري:

١- الذكاء الاستراتيجي: Strategic Intelligence

لقد نال الذكاء الاستراتيجي أهمية كبيرة في المنظمات سواء كانت حكومية او خاصة، حيث تم استخدامه لتوفير قاعدة معلومات تستخدم في صناعة القرارات الاستراتيجية، من ناحية، ومن ناحية اخرى برز الذكاء الاستراتيجي كأحد انماط الذكاء الذي يمد القادة بالرؤية المستقبلية والقدرات الابداعية.

ويعد الذكاء الاستراتيجي أداة إدارية فعالة لإدارة المستقبل وتوقع التغيرات التي قد تحدث وتؤثر على بقاء المنظمات في ظل بيئة الاعمال الخارجية والداخلية المتغيرة، مما جعل العديد من المنظمات تقوم على بناء وتطوير الذكاء الاستراتيجي لديها من خلال استقطاب استشاريين أخصائيين يقومون بتوفير التحليلات والمخرجات النهائية اللازمة التي من شأنها المساعدة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية بالمنظمة.

ويعتبر الذكاء الاستراتيجي من أهم وأحدث الانظمة التي تكفل للمنظمات الحفاظ على مكانتها في سوق المنافسة على مستوى الحكومات والدول^(١)، وقد تم استخدامه في منظمات الاعمال بعد المنظمات العسكرية.

ويمكن القول ان النواة الاساسية في تكوين الذكاء الاستراتيجي هي المعلومات، والتي يؤدي الذكاء الاستراتيجي من خلالها مجموعة أدوار تتمثل في الآتي:

- يعد أحد المكونات الاساسية لأي عملية اتخاذ قرار بالمنظمة.
- يسمح بالتشخيص المبكر للفرص والتحديات الخاصة بالمنظمة.
- يعد أداة إدارية فعالة لإدارة المستقبل وتوقع التغيرات.
- يطور من قدرة المنظمات على التعلم الجماعي وبناء المنظمة المتعلمة.

وقد تعددت تعريف الذكاء الاستراتيجي فيعرفه Service بأنه القدرة على تطوير استراتيجيات ملائمة لمواجهة التأثيرات البيئية المستقبلية^(٢) ، بينما يبينه العابدي والموسوي على أنه الذكاء الذي يقوم على استقراء المستقبل من خلال التحليل الاستراتيجي لعوامل البيئة الداخلية والخارجية لمساعدة المنظمة في صناعة القرارات الاستراتيجية وصياغة الاستراتيجيات على الأمد البعيد وبما يضمن السيادة الاستراتيجية للمنظمة^(٣) ، في حين يعرضه "الياسري والشمري" على أنه حجر الأساس للتفكير الاستراتيجي الفعال والذي يمكن قادة المنظمات من امتلاك المعرفة لاتخاذ قرارات حاسمة من شأنها أن تقرر مستقبل المنظمات^(٤) ، بينما يوضح "الناصر" الذكاء الاستراتيجي بوصفه صيغة تجميعية لأنواع متعددة من الذكاءان وذلك في إطار أفضل السبل لموقف المنظمة للتعامل مع التحديات المستقبلية والفرص المتاحة لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والفعالية^(٥) في حين يرى الباحث ان الذكاء الاستراتيجي هو أحد المكونات الأساسية لاتخاذ القرارات الاستراتيجية بالمؤسسة المصرفية (البنك) في مواجهة التغيرات المستقبلية ، حيث يعمل على تطوير قدرة البنوك لتحقيق التجديد الاستراتيجي ومن ثم تحقيق السمعة التنظيمية للبنك .

وتبرز أهمية الذكاء الاستراتيجي من خلال ما يلي^(٦):

- إدارة ووصف التهديدات والفرص التي تواجه المنظمة بطريقة تساعد المدراء على تحديد برامج وسياسيات المنظمة.

- يعتبر العامل الأساسي للتفكير الاستراتيجي الفعال.

وهناك العديد من تطبيقات الذكاء الاستراتيجي، تتمثل في الآتي^(٧):

- التنبؤات والتحليلات الاقتصادية.
- التخطيط لتنفيذ القانون.
- التحليلات السياسية.
- تقييم السياسات الخارجية.
- تطوير البرامج والاستراتيجيات.
- الالتزام والمراقبة.
- التنبؤات الاقتصادية التجارية.
- تقييم المخاطر والتهديدات.

وتتمثل أبعاد الذكاء الاستراتيجي، كما بينها أحد الكتاب^(٨) في الاستشراف، المنظور الرؤيوي، الشراكة، الدافعية، التفكير النظمي، وآخر^(٩) وضحاها في الاستشراف الاستراتيجي، الذكاء الاقتصادي، إدارة المعرفة، المقارنة المرجعية، وآخر عددها^(١٠) في: الاستشراف، الرؤية المستقبلية، تفكير النظم، الدافعية، التحفيز، الحدس.

ورغم تعدد أبعاد الذكاء الاستراتيجي، إلا ان الدراسة الحالية تعتمد أبعاد الذكاء الاستراتيجي الآتية: الاستشراف، تفكير النظم، الرؤية المستقبلية، الدافعية.

٢- السمعة التنظيمية:

تمثل السمعة التنظيمية أهم الموجودات غير الملموسة التي تملكها المنظمات مهما تباين حجمها وطبيعة نشاطها، وتبذل قصارى جهدها لبنائها والمحافظة عليها، وذلك لارتباطها بوجود وبقاء المنظمة وخاصة في ظل التغيرات المتلاحقة^(١١)، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تمثل السمعة التنظيمية نتيجة الحكم على قدرة المنظمات على خلق القيمة من منظور أصحاب المصلحة^(١٢)

وتحقق السمعة التنظيمية العديد من المزايا الايجابية للمنظمات، تتمثل في

الآتي^(١٣)

- منح المنتجات قيمة إضافية وميزة تنافسية.
- زيادة رضا وولاء العملاء الداخليين والخارجيين.
- جذب عملاء جدد، ومن ثم زيادة الحصة السوقية.
- استقطاب موارد بشرية ذات كفاءة عالية.
- تحسين علاقات المنظمة مع موظفيها وعملائها.

وعلى ما سبق تعتبر السمعة التنظيمية أحد الموارد الهامة التي تملكها المنظمة، وإن إهمال هذا المورد من شأنه أن يضع المنظمة في أزمة لا تقل شدة عن أي أزمة من الأزمات، حيث بدون السمعة التنظيمية لا تستمر المنظمة^(١٤).

وقد تعددت تعريف السمعة التنظيمية فيعرفها " Schnietza et al " على أنها مجموعة من العوامل التي تتكامل فيما بينها لتحقيق استجابة ايجابية في الأزمات^(١٥)، وبينها " Beheshtifan & Korouk " على أنها كل العوامل التي تعد لبنات أساسية في بناء الثقة بالمنظمة والتي تكون نتيجتها تحقيق قيم أساسية عدة فضلا عن العمل بالشفافية والالتزام بتحمل المسؤولية فيما يتعلق بأخطاء العمل^(١٦) ويوضحها كل من "رشيد والزيادي" على أنها الانطباع الذهني الشامل الذي يتشكل من مختلف أصحاب المصلحة المتعاملين مع المنظمة حول أنشطتها وأنظمتها وقدراتها وسياساتها ، والذي يحدد استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم من عدمه^(١٧) في حين يرى الباحث السمعة التنظيمية على أنها قدرة البنك على تنفيذ الاستراتيجيات والخطط والأهداف وتوطيد العلاقات الودية مع أطراف المجتمع وتلبية حاجاته بشكل يحسن من سمعة البنك ويخلق قيمة تنافسية له .

ورغم تعدد أبعاد السمعة التنظيمية، إلا أن الدراسة الحالية تعتمد على أبعاد السمعة التنظيمية الآتية: المسؤولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة.

٣- التجديد الاستراتيجي:

تواجه البنوك التجارية العاملة بجمهورية مصر العربية عددا كبيرا من التحديات أفرزتها البيئة الديناميكية الداخلية والخارجية على السواء، مما يبرر قيام تلك المؤسسات بتجديد استراتيجياتها، وأصبح بقاء تلك المؤسسات واستمرارها يعتمد بالدرجة الأولى على تجديد استراتيجياتها بما يتفق مع التغيرات البيئية الخارجية بالدرجة الأولى^(١٨)، ويعد التجديد الاستراتيجي من الموضوعات الأكثر حداثة التي تمزج التطوير المشترك بين المنظمة والبيئة من ناحية، والمفاهيم الجوهرية المثيرة للاهتمام من ناحية أخرى.

ويمكن القول إن التجديد الاستراتيجي يمثل مسار التطوير الاستراتيجي للمنظمة لتحقيق التكيف المستمر مع تغيرات البيئة الخارجية، لذا فهو يمثل تحديا كبيرا بالنسبة للعديد من المنظمات في مختلف دول العالم.

وينظر الأدب الاستراتيجي إلى التجديد الاستراتيجي من خلال منظورين ، الأول هو تحول المنظمات Corporate Transformation والثاني هو الإبداع المستمر Continuum Invitation ،لذا تعددت أبعاد التجديد الاستراتيجي و تنوعت مفاهيمه بناء على ذلك ، فمن الكتاب من تعامل معه على انه بناء مفاهيمي أحادي البعد ،ومنهم من تعامل معه على انه بناء مفاهيمي متعدد الأبعاد^(١٩)، ويرى " Heyden "^(٢٠) أن التجديد الاستراتيجي يمثل الخيارات والإجراءات التكيفية التي تتخذها المنظمة لتغيير مسارها الحالي وذلك للتكيف مع التغيرات البيئية ، ويرى " & Kyaheika Qschlies"^(٢١) أن التجديد الاستراتيجي يتضمن العملية والمحتوى والنتائج المترتبة على تغيير السمات التنظيمية بشكل يؤثر جوهريا في نجاح المنظمة على الأمد البعيد ، ويرى "Huang" أن التجديد الاستراتيجي هو ظاهرة ريادية للمنظمة حيث تبحث المنظمة على إعادة تعريف وتحديد علاقاتها مع أسواقها أو مع منافسيها في الصناعة من خلال التعديل الأساسي لممارستها في عملية المنافسة^(٢٢) ،في حين عرفه " Agarual " بأنه مجموعة نشاطات تؤدي من قبل المنظمة بقصد إنعاش استراتيجياتها الحالية او مغادرتها دون رجعة^(٢٣)، في حين يرى الباحث أن التجديد الاستراتيجي يمثل عملية منظمة الغاية منها توجيه عمل البنوك تجاه تحديد الفرص الحلية وإمكانية استغلالها في المستقبل، فهو إعادة توجيهه بشكل جذري وفي وقت محدد يحول المؤسسة المصرفية (البنك) نحو الأفضل.

ولقد تعددت أبعاد التجديد الاستراتيجي، فبين كل من " Stienstra 2008" ، "Folkeringa 2004" أن التجديد الاستراتيجي له ثلاثة أبعاد تتمثل في الميل الريادي، الاستكشاف، استثمار الفرص^(٢٤).

وبين كل من "الطائي والذبحاوي والعلوي" أبعاد التجديد الاستراتيجي في تكوين الأفكار الجديدة، الأسس الفلسفية للمعرفة، الوصول إلى معلومات متباينة، المجموعات الاجتماعية وتجسيد العلاقات^(٢٥)، في حين يرى كل من "العبودي ورشيد" أن أبعاد التجديد الاستراتيجي تتمثل في بعدين أساسيين هما التجديد الاستراتيجي الاستثماري والتجديد الاستراتيجي الاستكشافي^(٢٦).

ورغم تعدد أبعاد التجديد الاستراتيجي، إلا أن الدراسة الحالية تعتمد الأبعاد الآتية: تكوين الأفكار الجديدة، الأسس الفلسفية للمعرفة، الوصول إلى معلومات متباينة، المجموعات الاجتماعية وتجسيد العلاقات.

ب- الدراسات السابقة:

يصنف الباحث الدراسات السابقة من خلال بعدين، الأول يتعلق بالهدف الرئيسي للدراسة والثاني يتعلق بنتائج الدراسة أو بعضا منها، ويتم التعقيب على كل محور على حده، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تم عرض الدراسات السابقة على أساس مشترك، فقد تم عرضها وفقا لمتغيرات الدراسة (التجديد الاستراتيجي - الذكاء الاستراتيجي - السمعة التنظيمية) ثم داخل كل تصنيف تم عرض الدراسات وفقا لتاريخ إجراء كل دراسة، ولتحقيق ما سبق تم عرضها في الجداول التالية وفقا لمتغيرات الدراسة:

جدول رقم (١)

الدراسات السابقة عن التجديد الاستراتيجي

اسم الباحث وتاريخ الدراسة	هدف الدراسة	بعض اهم نتائج الدراسة
Albert 2013 (٢٧)	استكشاف العناصر المكونة للنظام الإداري وتأثير خيارات الأنشطة الإدارية المترابطة وعلاقتها بالتجديد الاستراتيجي	- يمكن للترابط بين خيارات الأنشطة الادارية ان يمنع او يعزز التجديد الاستراتيجي، ويعتمد على توزيع الترابط بين المستويات الادارية ومجموعة القواعد المتبعة
الغزالي ٢٠١٤ (٢٨)	بيان العلاقة بين أبعاد خفة الحركة وأبعاد التجديد الاستراتيجي	توجد علاقة ايجابية قوية بين متغيرات الدراسة
كاظم وآخرون ٢٠١٥ (٢٩)	اختبار العلاقة بين المقدرات الجوهرية (التعلم التنظيمي - رأس المال البشري) - المرونة الاستراتيجية) وأبعاد التجديد الاستراتيجي (الميل الريادي) - الاستكشاف - استثمار الفرص	- قوة العلاقة الارتباطية وعلاقة الأثر بين متغيري الدراسة التفسيري (المقدرات الجوهرية) والتابع (التجديد الاستراتيجي)
البغدادي ٢٠١٥ (٣٠)	اختبار العلاقة الارتباطية بين القيادة الحقيقية والتجديد الاستراتيجي	تؤثر القيادة الحقيقية في التجديد الاستراتيجي
Chaala et al 2015 (٣١)	التحقق من أثر العلاقة بين توجه الإدارة في التجديد الاستراتيجي وأداء شركة الاتصالات (ICT) في تايلاند	يؤثر التجديد الاستراتيجي تأثيراً ايجابياً على اداء الشركات، فهو مفتاح التميز في الاعمال، والتنافسية في السوق، والانجاز التنظيمي
رشيد، لفته ٢٠١٥ (٣٢)	قياس تأثير ممارسات التعلم التنظيمي في تحقيق التجديد الاستراتيجي	يوجد توجه واضح لدى الكليات محل الدراسة عن ممارسة عملية تحول المعرفة الضمنية على مستوى الافراد والمجموعات الى المستوى التنظيمي لتكون جزءاً من ذاكرتها التنظيمية
الطائي وآخرون ٢٠١٦	الكشف عن العلاقة والتأثير بين	ترتبط المنظمات البارعة مع

الاسس الفلسفية للمعرفة ارتباطا قويا مقارنة مع الابعاد الاخرى	التجديد الاستراتيجي من خلال ابعاده المختلفة والمنظمات البارعة من خلال ابعادها المختلفة	(٣٣)
توجد علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين القابليات الديناميكية بأبعادها المختلفة والتجديد الاستراتيجي	بلورة تطور واضح حول الدور الذي تمارسه القابليات الديناميكية في تحقيق التجديد الاستراتيجي للمنظمات	رشيد ٢٠١٦ (٣٤)
يوجد اهتمام بممارسات ادره الموارد البشرية في البنوك بشكل مرتفع ماعدا التعويضات فأن الاهتمام جاء متوسط المستوى، وهناك اهتمام بجميع ابعاد التجديد الاستراتيجي في البنوك	معرفة أثر ممارسات ادارة الموارد البشرية على التجديد الاستراتيجي بالبنوك التجارية محل الدراسة بالأردن	التميمي ٢٠١٧ (٣٥)

جدول رقم (٢)

الدراسات السابقة عن الذكاء الاستراتيجي

اسم الباحث وتاريخ الدراسة	هدف الدراسة	بعض أهم نتائج الدراسة
Kruger 2010 (٣٦)	مدى استخدام واستغلال الذكاء الاستراتيجي على المدى البعيد في قطاع التأمين بجنوب أفريقيا ومدى توفير الذكاء الاستراتيجي لاحتياجات عملية اتخاذ القرار الاستراتيجية في مجال صناعة التأمين	يعد الذكاء الاستراتيجي عنصرا مهما في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويدعم الإدارة بالمعلومات المهمة التي تؤدي إلى خلق الميزة التنافسية والإبداع
Abadie et al 2010 (٣٧)	بيان أهمية الذكاء الاستراتيجي في تحقيق الإبداع بمجموعة من شركات الأدوية العالمية المتخصصة في إنتاج عقارات الحمية من الأمراض وتخفيف الوزن واللقاحات	يوفر الذكاء الاستراتيجي الرؤية للمديرين، ويؤهل المدراء ليكونوا قادة المنظمات لتقود سوق الأدوية والأدوات الصحية العالمية

<p>- يمكن تحقيق الموازنة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي والارتجال التنظيمي</p> <p>- يوجد أثر للخصائص الشخصية للمديرين على أبعاد الذكاء الاستراتيجي مجتمعة وعلى أبعاد الارتجال التنظيمي</p>	<p>تحقيق الموازنة بين استعمال الذكاء الاستراتيجي والقدرة على الارتجال لدى قادة الشركات الخاصة لصياغة مخطط منهجي للمديرين مع بيان أثر الخصائص الشخصية في مستوى الذكاء الاستراتيجي والارتجال التنظيمي</p>	<p>العبدلي ٢٠١٠ (٣٨)</p>
<p>توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر الذكاء الاستراتيجي وعملية اتخاذ القرارات</p>	<p>التعرف على أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات للمدراء العاملين في مكتب غزة الإقليمي</p>	<p>قاسم ٢٠١١ (٣٩)</p>
<p>يمثل الذكاء الاستراتيجي أرضية وقاعدة لاتخاذ القرارات حيث يزود متخذي القرارات بالمعلومات الداخلية والخارجية اللازمة</p>	<p>وصف دور الذكاء الاستراتيجي في اتخاذ القرارات بالشركات محل الدراسة</p>	<p>Seitovirto 2011 (٤٠)</p>
<p>توجد علاقة تأثير قوية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الذكاء الاستراتيجي</p>	<p>معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز دور الذكاء الاستراتيجي بمستشفى السلام بمدينة الموصل العراقية</p>	<p>الطيب، سمير ٢٠١٢ (٤١)</p>
<p>يؤثر الذكاء الاستراتيجي تأثيراً جوهرياً في تدعيم جودة التدقيق</p>	<p>الوقوف على دور الذكاء الاستراتيجي للرقباء الماليين في جودة التدقيق في ديوان الرقابة المالية العراقية</p>	<p>العبيدي وسالم ٢٠١٢ (٤٢)</p>
<p>يوجد استخدام جيد للذكاء التنظيمي، ووجود علاقة بين الذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي</p>	<p>التحقق من وجود علاقة بين الذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي لصياغة استراتيجية ذكية خاصة بإدارة علاقات الزبون</p>	<p>جيثر وآخرون ٢٠١٣ (٤٣)</p>
<p>توجد علاقة معنوية طردية قوية بين الذكاء الاستراتيجي</p>	<p>معرفة وتحديد دور الذكاء الاستراتيجي في عمليات التصنيع</p>	<p>أمين ٢٠١٤ (٤٤)</p>

عمليات التصنيع الأخضر	الأخضر في عينة من مصانع المياه المعدنية بمحافظة دهوك بالعراق	
يجب على الشركات أن تعتمد على مؤشرات الذكاء الاستراتيجي وخفة حركة مواردها وعملياتها وهيكلها بما يضمن من تحقيق السيادة الاستراتيجية	تشخيص مؤثرات الذكاء الاستراتيجي لضمان السيادة الاستراتيجية من خلال خفة الحركة الاستراتيجية في شركة كورك للاتصالات المتنقلة بالعراق	العابدي والموسوي ٢٠١٤ (٤٥)
توجد تأثيرات ايجابية كبيرة للذكاء الاستراتيجي في أداء الشركات وكذلك الآثار الايجابية للاستخبارات الاستراتيجية على أداء الشركات بوجود المرونة الاستراتيجية كمتغير وسيط	دراسة تأثير الذكاء الاستراتيجي بأبعاده المختلفة على أداء الشركات واختبار الدور الوسيط للمرونة الاستراتيجية بأبعاده المختلفة	Agha et al 2014 (٤٦)
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاستراتيجي بأبعاده في ممارسات الجودة الشاملة بالمستشفيات الأردنية في مدينة عمان	اختبار أثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق ممارسات الجودة الشاملة في المستشفيات الخاصة الأردنية	حموده ٢٠١٤ (٤٧)
توجد علاقة موجبة قوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي والقيادة	بحث أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الإدارية العليا في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة	مسلم ٢٠١٥ (٤٨)
توجد علاقة ارتباط وأثر معنوي للذكاء الاستراتيجي في تحديد الخيار الاستراتيجي	الكشف عن أثر عناصر الذكاء الاستراتيجي في استراتيجيات الخيار الاستراتيجي	عطا ٢٠١٥ (٤٩)
توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين الذكاء الاستراتيجي	استكشاف أثر الذكاء الاستراتيجي بأبعاده المختلفة في أساليب اتخاذ	عبيد ٢٠١٥ (٥٠)

القرار المتمثلة بالعقلاني والحس والمعتمد والعفوي والمتجنب	على المستوى العام وأبعاده الفرعية (ماعداد بعد الشراكة) وأساليب اتخاذ القرار باستثناء الأسلوب المتجنب
معرفة تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في تعزيز الذكاء الاستراتيجي بشركة الاتصالات بإقليم كردستان	يوجد تأثير لأبعاد نظم المعلومات الاستراتيجية (المدخلات - العمليات - المخرجات - التغذية العكسية) في الذكاء الاستراتيجي بأبعاده المختلفة وكانت المخرجات العنصر الأكثر تأثيراً في تعزيز الذكاء الاستراتيجي
دراسة الأداء الريادي للمصارف وفق الذكاء التنافسي والاستراتيجي لعينة من المصارف الأهلية بمدينة بغداد	يوجد ارتباط قوي جدا وتأثير للذكاء التنافسي والاستراتيجي في الأداء المصرفي
تحليل أثر الذكاء الاستراتيجي في فاعلية صنع القرارات في شركات التأمين السعودية بمدينة جدة	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاستراتيجي بأبعاده على فاعلية صنع القرارات بأبعاده في الشركات محل الدراسة
معرفة مستوى الذكاء الاستراتيجي الذي يتسم به قادة مركز أمراض وزرع الكلى بمدينة الطب ببغداد، ودراسة العلاقة والأثر بين الذكاء الاستراتيجي ومنظمة الأداء العالي	توجد علاقة معنوية بين الذكاء الاستراتيجي وبين منظمة الأداء العالي، وأن هناك تأثير معنوي للرؤية المستقبلية في منظمة الأداء العالي
اختبار أثر الذكاء الاستراتيجي على الإبداع التنظيمي في كلية العلوم الإدارية بجامعة نجران بالسعودية	يوجد للذكاء الاستراتيجي بكل أبعاده أهمية وتأثير إيجابي على الإبداع التنظيمي بالكلية

محل الدراسة		
توجد علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية للذكاء الاستراتيجي في تعزيز تماسك الجماعة	تحديد طبيعة علاقة الذكاء الاستراتيجي للإدارة العليا وأثرها في تعزيز تماسك الجماعة للموارد البشرية في منظمات الأعمال	حافظ وآخرون ٢٠١٧ (٥٦)
توجد علاقة ايجابية وتطور لبيئة العمل في ظل استخدام دائرة الجمارك الأردنية لعناصر الذكاء الاستراتيجي وان الدائرة تقوم ضمناً باستخدام عناصر الذكاء الاستراتيجي	قياس المخرجات الناتجة عن التطبيق الفاعل للعناصر الرئيسة للذكاء الاستراتيجي في دائرة الجمارك الأردنية	الطعاني ٢٠١٧ (٥٧)

جدول رقم (٣) الدراسات السابقة عن السمعة التنظيمية

توجد علاقة قوية بين متغيرات الدراسة وبشكل خاص بين المسؤولية الاجتماعية والسمعة التنظيمية	اختبار العلاقة بين كل من المسؤولية الاجتماعية والثقافة التنظيمية وسلوك المواطن الأخلاقية وبين سمعة المنظمة في عدد من المؤسسات المصرفية في أوغندا	Katamba 2010 (٥٨)
يمكن للمستويات العالية من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أن تزيد من سمعة المنظمات	اختبار العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وبين السمعة التنظيمية في عينة من المنظمات الليبية	Bayound et al 2012 (٥٩)
يزيد وعي الموظفين في المنظمة من سمعتها ويؤدي إلى زيادة الأرباح	تحليل وعي العاملين في التأثير على سمعة المنظمة (مصرف أصفهان) بإيران	Dolatabi et al 2012 (٦٠)
تؤدي ممارسات المسؤولية الاجتماعية دوراً أساسياً في	بيان الدور الذي توديه المسؤولية	رشيد والزيادي ٢٠١٤ (٦١)

بناء وتعظيم سمعة المنظمات	الاجتماعية في تعزيز سمعة المنظمة	
- توجد علاقة ارتباط معنوية بين مكونات الجودة الريادية والسمعة الاستراتيجية في الكليات عينة الدراسة - هناك تأثير معنوي لمكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية	الكشف عن طبيعة الدور المحتمل لمكونات الجودة الريادية في تعزيز السمعة الاستراتيجية في عينة من جامعات دهوك	أمين ٢٠١٤ (٦٢)
يوجد تأثير مباشر لإدراك المسؤولية الاجتماعية على سمعة المنظمة ووجود تأثير غير مباشر لأبعاد أنشطة المسؤولية الاجتماعية على سمعة المنظمة	دراسة تأثير ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية على سمعة المنظمة من منظور أصحاب المصالح	شقيير و خليل ٢٠١٦ (٦٣)
يوجد اهتمام بإدارة علاقات الزبون في المصارف العراقية الخاصة، وظهرت السمعة التنظيمية بمستوى جيد	تحديد تأثير إدارة علاقات الزبون المحتمل في تعزيز سمعة المنظمة في عدد من المصارف العراقية بمدينة بغداد	عمير، صلاح الدين ٢٠١٧ (٦٤)
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة الثلاثة - إن التأثير الوسيط للالتزام التنظيمي كان جزءا وليس تاما إذ بلغت نسبته ٢٩ % بين المتغير المستقل (القيادة الرشيقة) والمتغير المعتمد (السمعة التنظيمية)	تقييم العلاقة بين القيادة الرشيقة والسمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي في الشركة العامة لصناعة السيارات بالعراق	الفتلاوي ٢٠١٧ (٦٥)

ثانيا: مشكلة الدراسة:

تواجه البنوك التجارية العاملة بجمهورية مصر العربية تحديات كبيرة خاصة في ظل التغير السريع في معطيات البيئة الداخلية والخارجية ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى ، تتعرض البنوك للعديد من المخاطر المصرفية والتي تؤثر بشكل أو بآخر على حجم استخدام العمليات المصرفية للبنك (مخاطر الائتمان ،مخاطر السيولة ،مخاطر معدل الفائدة ، مخاطر التشغيل ،مخاطر سداد الالتزامات ، مخاطر أسعار الصرف) ،ورغم التحديات السابقة ،إلا أن هناك تحديات أخرى تتعلق بمتغيرات السلوك التنظيمي مثل الحاجة إلى التجديد الاستراتيجي والحاجة إلى بناء السمعة التنظيمية ، والحاجة إلى استخدام الذكاء الاستراتيجي في صناعة القرارات الاستراتيجية.

ولمواجهة التحديات المتعلقة بمتغيرات السلوك التنظيمي ، من الضروري أن يتم تطبيق المفاهيم الإدارية الصحيحة ، فالبنوك التجارية المصرفية تحتاج في الوقت الحالي إلى تجديد استراتيجياتها وذلك من خلال تكوين الأفكار الجديدة وتطوير قدرة العاملين بها على التفكير وفق التجديد الاستراتيجي وتشجيع التبادل المعرفي بين العاملين بها وبينها وبين البيئة الخارجية ، وفي نفس الوقت فإن استخدام الذكاء الاستراتيجي من قبل البنوك يساعدها في صناعة القرارات الاستراتيجية وتوفير قاعدة بيانات ومعلومات لتلبية الاحتياجات المتنامية للجهات المتعاملة معها والتركيز على الأهداف طويلة الأجل .

وترغب جميع البنوك في كل وقت، خاصة الوقت الحالي في بناء السمعة التنظيمية من خلال جميع العناصر التي تمتلكها وتبذل قصارى جهدها للمحافظة عليها، فالسمعة الجيدة تحقق للبنوك كل ما تريد من فعالية في استثمار أموالها وجذب كفاءات لديها، وتحقق الميزة التنافسية، لذا يمكن القول إن السمعة التنظيمية تمثل دالة في كل النتائج الايجابية التي يحققها أي بنك من البنوك.

ومن المؤكد إن السمعة التي يملكها أي بنك من البنوك تفوق كل الأصول التي يملكها، فالسمعة التنظيمية تحقق العديد من النتائج الايجابية للبنوك بالإضافة الي إعطائها قوة تنظيمية لمواجهة التحديات.

ومن خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على بعض البنوك العاملة في محافظتي سوهاج وقنا تبين ما يلي:

- أن عناصر الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، تفكير النظم، الرؤية المستقبلية، الدافعية) غير واضحة بالشكل الذي يساعد في صنع القرارات الاستراتيجية، وخاصة عنصر الرؤية المستقبلية.

- أن عناصر التجديد الاستراتيجي (تكوين الأفكار الجديدة، الأسس الفلسفية للمعرفة، الوصول إلى معلومات متباينة، المجموعات الاجتماعية وتجسير العلاقات) غير واضحة بالشكل الذي يساعد على تحقيق الأهداف الاستراتيجية للبنك، وخاصة عنصر تكوين الأفكار الجديدة.

- أن عناصر السمعة التنظيمية (المسئولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة) غير واضحة بالشكل الذي يمكن البنك من دخول المنافسة المحلية أو الدولية، وخاصة عنصر الإبداع.

- من خلال مراجعة الدراسات السابقة والتي تناولت متغيرات الدراسة الثلاث، لا يوجد في حدود علم الباحث -دراسة تناولت أثر التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية في قطاع البنوك التجارية.

مما سبق فإن مشكلة الدراسة تتبلور في التساؤلات الآتية:

- ما طبيعة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد في البنوك التجارية محل الدراسة؟

- ما طبيعة العلاقة بين الأبعاد المكونة لمتغير الذكاء الاستراتيجي والأبعاد المكونة لمتغير السمعة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة؟

- ما طبيعة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية في البنوك محل الدراسة من وجهة نظر مديري البنوك التجارية محل الدراسة؟^١
- ما طبيعة العلاقة بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة من وجهة نظر مديري البنوك؟
- هل يؤدي التجديد الاستراتيجي دورا وسيطا في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية بالبنوك التجارية محل الدراسة؟
- ثالثا: أهداف الدراسة: تهدف إلى قياس وتحليل:
- مستوى الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية والتجديد الاستراتيجي في البنوك التجارية محل الدراسة.
- طبيعة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد. في البنوك التجارية محل الدراسة.
- طبيعة العلاقة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية في البنوك التجارية محل الدراسة.
- طبيعة العلاقة بين كل من الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية والتجديد الاستراتيجي في البنوك التجارية محل الدراسة.
- دور التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية في البنك التجارية محل الدراسة.

* الدراسة الاستطلاعية تمت من خلال مقابلات شخصية مع ١٥ مفردة من مجتمع الدراسة (البنوك التجارية) في محافظتي سوهاج وقنا

رابعاً: فرضيات الدراسة

تتمثل فرضياتها في الآتي:

- ١- توجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد.
 - ٢- توجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية.
 - ٣- توجد علاقة ارتباط موجبة إحصائياً بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي.
 - ٤- توجد علاقة ارتباط موجبة إحصائياً بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية.
 - ٥- يزيد التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط من قوة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية.
- خامساً: أهمية الدراسة.

تتبلور أهميتها من خلال الآتي:

- إدراك علاقة الارتباط والأثر بين متغيرات على درجة كبيرة من الأهمية في أدبيات السلوك التنظيمي والموارد البشرية (الذكاء الاستراتيجي، التجديد الاستراتيجي، السمعة التنظيمية) ومن ثم تفعيل الذكاء الاستراتيجي ودعم التجديد الاستراتيجي في مجال تطبيق الدراسة، مما ينعكس على تحقيق السمعة التنظيمية الإيجابية.
- يتم تطبيق الدراسة في مجال يساهم في الاقتصاد الوطني بشكل كبير، ولديه قاعدة كبيرة جدا من العملاء على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والثقافية والتعليمية، وخاصة البنوك في إقليم جنوب الصعيد.
- يتم تطبيق الدراسة على البنوك التجارية العاملة في إقليم جنوب الصعيد، وتحديدًا في سوهاج وقتنا، من منطلق أن الجامعة تخدم قطاعات المجتمع المختلفة، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، تعتبر البنوك في هذا الإقليم المحرك الأساسي لتنمية هذا الإقليم.

سادسا: حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

- الحدود البحثية: اقتصر على دراسة ثلاثة متغيرات فقط وهي التجديد الاستراتيجي، الذكاء الاستراتيجي، السمعة التنظيمية، من ناحية، ومن ناحية أخرى اقتصر على دراسة أربعة عناصر (إبعاد) فقط لكل متغير من المتغيرات السابقة.
- الحدود المكانية: اقتصر على البنوك التجارية العاملة في محافظتي سوهاج وقنا دون غيرها من البنوك التجارية في إقليم جنوب الصعيد، وذلك لإقامة الباحث في مدينة سوهاج وعمل الباحث في مدينة قنا.
- الحدود البشرية: اقتصر على استبيان مدير البنك ونائب مدير البنك دون غيرهم من العاملين في البنوك التجارية محل الدراسة.

سابعا: أسلوب الدراسة

أ- البيانات المطلوبة ومصادرها:

تم الاعتماد على مصدرين للحصول على البيانات على النحو التالي:

- المصادر الثانوية: وتشمل الاطلاع على الكتب والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة (التجديد الاستراتيجي، الذكاء الاستراتيجي، السمعة التنظيمية).
- المصادر الأولية: وتشمل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الاستبانة التي قام الباحث باستخدامها، بالإضافة إلى أسلوب المقابلات..

ب- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مدير البنك ونائب المدير في كل بنك من البنوك التجارية محل الدراسة والبالغ عددهم ٥٦ مفردة تقريبا، وتم جمع البيانات بأسلوب الحصر الشامل، وبعد الانتهاء من جمع قوائم الاستبيان، تمت مراجعتها، وبلغ عدد القوائم

الصحيحة (٤٠) قائمة بنسبة ردود بلغت (٧١%)، والجدول التالي يبين مجتمع الدراسة من البنوك محل الدراسة.

جدول رقم (٤)

البنوك التجارية المصرية العاملة في محافظتي سوهاج وقنا

م	اسم البنك	محافظه سوهاج	محافظه قنا
١	البنك الأهلي المصري	√	√
٢	بنك القاهرة	√	√
٣	بنك مصر	√	√
٤	بنك الإسكندرية	√	√
٥	بنك قطر الوطني	√	-
٦	مصرف أبو ظبي الإسلامي	√	√
٧	كويدي اجريكول	√	√
٨	باركليز	√	√
٩	مصر إيران	√	-
١٠	المصرف المتحد	√	-
١١	CIB	√	√
١٢	بيريوس بنك	√	√
١٣	بنك الكويت الوطني	√	-
١٤	بنك الإمارات دبي الوطني	√	√
١٥	بنك المؤسسة العربية	-	√
١٦	QNB	-	√

√	-	البنك الوطني الإسلامي	١٧
√	-	أبو ظبي الوطني	١٨
١٤	١٤	الإجمالي	

المصدر: سجلات البنوك بالقاهرة - البنك المركزي ٢٠١٥

ج- أداة الدراسة وطريقة جمع البيانات:

تمثلت في قائمة الاستبيان، وقد اشتملت على ثلاثة أقسام من الأسئلة، القسم الأول تناول أبعاد التجديد الاستراتيجي، والقسم الثاني تناول أبعاد الذكاء الاستراتيجي، والقسم الثالث تناول أبعاد السمعة التنظيمية، وتم جمع البيانات من خلال المراسلات الالكترونية وأحيانا المقابلات الشخصية خاصة في البنوك العاملة بمحافظة سوهاج.

د- متغيرات الدراسة وأساليب قياسها.

في ضوء ما أتيج للباحث من دراسات ومقالات تناولت متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، قام الباحث باستخدام قائمة الاستبيان التي تكونت من ثلاثة أقسام على النحو التالي:

القسم الأول:

وكان الهدف منه تجميع البيانات المرتبطة بالمتغير المستقل الذكاء الاستراتيجي،

والذي تضمن أربعة أبعاد أساسية هي:

- الاستشراف: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
- تفكير النظم: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
- الرؤية المستقبلية: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
- الدافعية: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.

وإجمالاً أصبح مقياس الذكاء الاستراتيجي يتكون من عشرون عبارة، واستعان الباحث في صياغة عبارات أبعاد الذكاء الاستراتيجي بالنماذج المستخدمة من قبل Abadie et al 2010، قاسم ٢٠١٠، الطيب وسمير ٢٠١٢، جيثر وآخرون ٢٠١٣، أمين ٢٠١٤ Agha et al 2014، مسلم ٢٠١٥، عبيد ٢٠١٥، العزاوي ٢٠١٦، داود ٢٠١٦، جعفر ٢٠١٧، حافظ وآخرون ٢٠١٧، وقام الباحث بتعديل بعض العبارات لكي تتلاءم مع طبيعة بيانات الدراسة.

القسم الثاني:

وكان الهدف منه تجميع البيانات المرتبطة بالمتغير الوسيط (التجديد الاستراتيجي) والذي تضمن أربعة أبعاد أساسية هي:

- تكوين الأفكار الجديدة: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
 - الأسس الفلسفية للمعرفة: وقد تم قياسه من خلال خمس عبارات.
 - الوصول الى معلومات متباينة: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
 - المجموعات الاجتماعية وتحسين العلاقات: تم قياسه من خلال خمس عبارات.
- واستعان الباحث في صياغة أبعاد التجديد الاستراتيجي بالنماذج المستخدمة من قبل Albert 2013، الغزالي ٢٠١٤، البغدادي ٢٠١٥، Chaala 2015، الطائي ٢٠١٦، التميمي ٢٠١٧، وقام الباحث بتعديل بعض العبارات لكي تتلاءم مع طبيعة بيانات الدراسة.

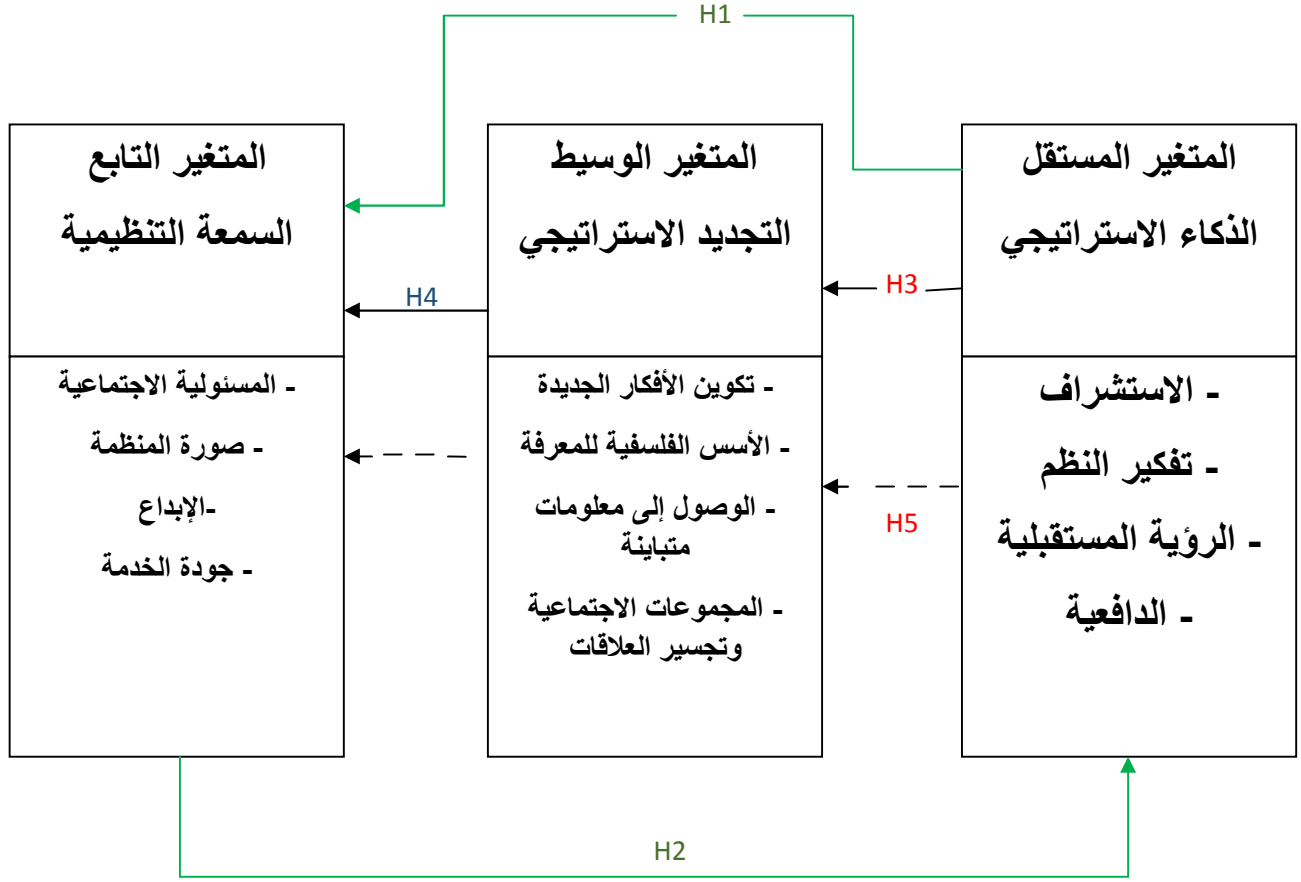
القسم الثالث: وكان الهدف منه تجميع البيانات المرتبطة بالمتغير المستقل (السمعة التنظيمية) والذي تضمن أربعة أبعاد أساسية هي:

- المسؤولية الاجتماعية: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
- صورة المنظمة: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.
- الإبداع: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.

- جودة الخدمة: وتم قياسه من خلال خمس عبارات.

واستعان الباحث في صياغة ابعاد السمعة التنظيمية بالنماذج المستخدمة من قبل Beheshtifar & Allahyary ،Dolatabi et al 2012 ،Katamba 2010 ، أمين ٢٠١٤ ، Salih et al 2014 ،Mousavi et al 2015 ، شير و خليل ٢٠١٦ ، الفتلاوي ٢٠١٧ ، عمير وصلاح الدين ٢٠١٧ ، وقام الباحث بتعديل بعض العبارات لكي تتلاءم مع طبيعة بيانات الدراسة.

مما سبق يمكن القول ان نموذج الدراسة يكون على النحو التالي:



شكل رقم (١)
نموذج الدراسة المقترح

هـ - قياس ثبات وصدق قائمة الاستبيان:

١ - صدق قائمة الاستبيان

تم استخدام الصدق الظاهري، حيث تم عرض القائمة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية في بعض الجامعات، وتم إجراء بعض التعديلات وفقاً لما اقترحه المحكمون وتم التوصل إلى قائمة الاستبيان النهائية التي تم توزيعها وجمع البيانات الأولية من خلالها.

٢ - ثبات قائمة الاستبيان:

تم استخدام معامل (الفكرونباخ) للتأكد من ثبات القائمة، حيث تم تطبيقها على عينة من مجتمع الدراسة المزمع إجراء الدراسة عليه (مديري ونوابهم في البنوك التجارية العاملة في محافظتي سوهاج وقنا)، وقد أسفرت تلك الخطوة عن النتائج التالية كما هي مبينة في جداول أرقام (٥)، (٦)، (٧).

جدول رقم (٥)

أبعاد الذكاء الاستراتيجي	معامل الثبات
الاستشراف	٠.٩٠
تفكير النظم	٠.٩٢
الرؤية المستقبلية	٠.٧٨
الدافعية	٠.٨٨

جدول رقم (٦)

أبعاد التجديد الاستراتيجي	معامل الثبات
تكوين الأفكار الجديدة	٠.٨٦
الأسس الفلسفية للمعرفة	٠.٨٧
الوصول إلى معلومات متباينة	٠.٩١
المجموعات الاجتماعية وتجسيد العلاقات	٠.٧٦

جدول رقم (٧)

معامل الثبات	أبعاد السمعة التنظيمية
٠.٩٣	المسئولية الاجتماعية
٠.٩١	الإبداع
٠.٨٩	صورة المنظمة
٠.٧٣	جودة الخدمة

و- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- مقاييس الإحصاء الوصفي اعتمادا على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل الانحدار البسيط ومعامل الارتباط لبيرسون لتحديد اتجاه ومعنوية العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد (المتغير المستقل) والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد (المتغير التابع) وكذلك اتجاه ومعنوية العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد (متغير مستقل) والتجديد الاستراتيجي (كمتغير وسيط)، وأيضا لتحديد اتجاه ومعنوية العلاقة بين التجديد الاستراتيجي (المتغير الوسيط) والسمعة التنظيمية (المتغير التابع) ، وقد تم استخدام هذين الاختيارين للتحقق من مدى صحة الفرضية الأولى والثالثة والرابعة.
- معامل الارتباط لبيرسون لتحديد اتجاه ومعنوية العلاقة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي، وأبعاد السمعة التنظيمية، وقد تم استخدام هذا الاختيار للتحقق من صحة الفرضية الثانية.
- تحليل المسار (التحليل الهيكلي) لاختبار العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين كل من الذكاء الاستراتيجي كمتغير مستقل والسمعة التنظيمية كمتغير تابع من خلال التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط لبيان دور المتغير الوسيط في تلك العلاقات وذلك لاختبار مدى صحة الفرضية الخامسة.

ثامنا: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج:

أ- اختبار الفرضيات:

١- اختبار صحة الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على انه يوجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائيا بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد.

ولإثبات صحة تلك الفرضية من عدمه، تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (٨)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ومعامل ارتباط بيرسون بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
الذكاء الاستراتيجي	١٠١,٩	١١,٢	٠,٧٨	٠,١
السمعة التنظيمية	٨٨,٢	٩,٤٣		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائيا بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو أحادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو أحادي البعد، حيث أن معامل الارتباط موجب معنوي عند مستوى معنوية ٠,١،

ولمزيد من التحقق لطبيعة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، كما هو موضح في الجدول أدناه:

جدول رقم (٩)

المتغير	معامل الانحدار	Beta	R2	Adj. R2	t	مستوي الدلالة	F	مستوي الدلالة
السمعة التنظيمية	٠,٦٢	٠,٨٣	٠,٦١	٠,٦١	٢,١١	٠,١	٤٠١,١	٠,١

يتضح من الجدول السابق أن هناك تأثير معنوي لعلاقة الذكاء الاستراتيجي على السمعة التنظيمية، وهذا التأثير موجب حيث كانت قيمة (F) (٤٠١,١) عند مستوي معنوية ٠,١، وكانت Beta موجبة، وتلك النتيجة تتفق مع معامل الارتباط في الجدول السابق.

ومن قراءة النتائج السابقة يتم قبول الفرضية الأولى، وبذلك يمكن القول إنه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد.

٢- اختبار صحة الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على انه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائيا بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراف، تفكير النظم، الرؤية المستقبلية، الدافعية) وأبعاد السمعة التنظيمية (المسئولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة).

ولإثبات صحة تلك الفرضية من عدمها، تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون كما

هو موضح في الجدول أدناه:

جدول رقم (١٠)

نتائج تحليل معاملات الارتباط للعلاقة بين ابعاد الذكاء الاستراتيجي وابعاد السمعة التنظيمية

الأبعاد	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨
الاستشراف	-	،٨٣	،٨٨	،٨٩	،٧٢	،٧١	،٦٦	،٦٧
تفكير النظم	-	-	،٧٧	،٦٦	،٧٧	،٦٤	،٧٧	،٧٢
الرؤية المستقبلية	-	-	-	،٩٢	،٨٧	،٧٥	،٦٦	،٨١
الدافعية	-	-	-	-	،٦٦	،٧٥	،٧١	،٦٧
المسئولية الاجتماعية	-	-	-	-	-	،٧٧	،٧٨	،٨٦

،٧٨	،٩٢	-	-	-	-	-	-	صورة المنظمة
،٨٢	-	-	-	-	-	-	-	الإبداع
-	-	-	-	-	-	-	-	جودة الخدمة

وباستقراء الجدول السابق يمكن ملاحظة ما يلي:

- هناك تداخل وترابط وتفاعل وثيق بين كل من الاستشراق، وتفكير النظم، والرؤية المستقبلية، والدافعية حيث أن قيمة معامل الارتباط بين تلك الأبعاد متقاربة ومرتفعة عند مستوي معنوية ٠،١، وهذا يشير الي أن تلك الأبعاد كلها تمثل أبعاد أساسية لمتغير الذكاء الاستراتيجي.

- وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الاستشراق وكل من المسؤولية الاجتماعية، وصورة المنظمة، والإبداع، وجودة الخدمة، حيث بلغت معاملات الارتباط ٧٢،، ٧١،، ٦٦،، ٦٧،، وذلك علي التوالي .

- وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين تفكير النظم وكل من المسؤولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة، حيث بلغت معاملات الارتباط ٧٧،، ٦٢،، ٧٧،، ٧٢،، وذلك علي التوالي .

- وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الرؤية المستقبلية وكل من المسؤولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة، حيث بلغت معاملات الارتباط ٨٧،، ٧٥،، ٦٦،، ٨١،، وذلك علي التوالي .

- وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الدافعية وكل من المسؤولية الاجتماعية، صورة المنظمة، الإبداع، جودة الخدمة، حيث بلغت معاملات الارتباط ٦٦،، ٧٥،، ٧١،، ٦٧،، وذلك علي التوالي .

بناء على ما سبق يتم قبول الفرضية الثانية بأنه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية.

٣- اختبار صحة الفرضية الثالثة:

تنص تلك الفرضية على انه توجد علاقة ارتباط موجبة إحصائيا بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي.

ولإثبات صحة تلك الفرضية من عدمها، تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون كما هو موضح في الجدول أدناه

جدول رقم (١١)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ومعامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
الذكاء الاستراتيجي	٩٨,٩	٩,٦	٨٣	٠,١
التجديد الاستراتيجي	٨٢,٦	٧,٨		

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١١) أن هناك علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائيا بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والتجديد الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد، حيث أن معامل الارتباط موجب معنوي عند مستوي معنوية ٠,١

ولمزيد من التحقق لطبيعة العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي تم استخدام تحليل الانحدار البسيط والذي كما هو مبين في الجدول أدناه

جدول رقم (١٢)

تحليل الانحدار البسيط للتجديد الاستراتيجي على الذكاء الاستراتيجي

المتغير	معامل الانحدار	Beta	R2	Adj. R2	t	مستوي الدلالة	F	مستوي الدلالة
التجديد الاستراتيجي	٥٢	٧٨	٦٨	٦٨	٣,١٢	٠,١	٣٢٢,٥	٠,١

ويتضح من الجدول السابق أن يتضح من الجدول السابق أن هناك تأثير معنوي لعلاقة الذكاء الاستراتيجي على التجديد الاستراتيجي، وهذا التأثير موجب حيث كانت قيمة (F) (322,5) عند مستوي معنوية 0,1، وكانت Beta موجبة، وتلك النتيجة تتفق مع معامل الارتباط في الجدول السابق.

ومن قراءة النتائج السابقة يتم قبول الفرضية الثالثة، وبذلك يمكن القول إنه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والتجديد الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد.

٤- اختبار الفرضية الرابعة:

تنص تلك الفرضية على انه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية.

ولإثبات صحة تلك الفرضية من عدمها، تم استخدام معامل الارتباط لبيرسون كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (١٣)

المتوسطات والانحرافات المعيارية ومعامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
السمعة التنظيمية	٩٢,٣	٨,٦	٧٦	٠,١
التجديد الاستراتيجي	٨٧,١	٧,٣		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين السمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد والتجديد الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد، حيث أن معامل الارتباط موجب معنوي عند مستوي معنوية 0,1،

ولمزيد من التحقق لطبيعة العلاقة بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط والذي كما هو مبين في الجدول أدناه

جدول رقم (١٤)

تحليل الانحدار البسيط للسمعة التنظيمية على التجديد الاستراتيجي

المتغير	معامل الانحدار	Beta	R2	Adj. R2	T	مستوى الدلالة	F	مستوى الدلالة
السمعة التنظيمية	٠,٦٧	٠,٧٦	٠,٧٢	٠,٧٢	٤,٠٢	٠,٠١	٢٢١,٢	٠,٠١

يتضح من الجدول السابق أن يتضح من الجدول السابق أن هناك تأثير معنوي لعلاقة السمعة التنظيمية على التجديد الاستراتيجي، وهذا التأثير موجب حيث كانت قيمة (F) (٢٢١,٢) عند مستوي معنوية ٠,٠١، وكانت Beta موجبة ، وتلك النتيجة تتفق مع معامل الارتباط في الجدول السابق .

ومن قراءة النتائج السابقة يتم قبول الفرضية الرابعة، وبذلك يمكن القول إنه توجد علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين السمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد والتجديد الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد.

٥- اختبار صحة الفرضية الخامسة:

تنص تلك الفرضية على أن يزيد التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط من قوة العلاقة الموجبة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية

ولإثبات صحة تلك الفرضية من عدمه تم استخدام التحليل الهيكلي (تحليل المسار) لاختبار العلاقات المباشرة أو غير المباشرة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية من خلال التجديد الاستراتيجي

جدول رقم (١٥)

نتائج تحليل المسار للعلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية من خلال التجديد الاستراتيجي

المسار	المعامل	"ت"	مستوى المعنوية
العلاقة غير المباشرة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية الذكاء الاستراتيجي \rightarrow التجديد الاستراتيجي	٨٣ ،	٢٧,٩١	٠,١
التجديد الاستراتيجي \rightarrow السمعة التنظيمية العلاقة المباشرة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية	٦٨ ،	٢٢,٢١	٠,١
الذكاء الاستراتيجي \rightarrow السمعة التنظيمية	٤٦ ،	٢١,٠٢	٠,١

ويتضح من الجدول السابق أنه توجد علاقة غير مباشرة ومعنوية موجبة عند مستوى معنوية (٠,١) بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي بمعامل مسار ٨٣ ، وكذلك توجد علاقة غير مباشرة ومعنوية موجبة عند مستوى معنوية ٠,١ بين التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية بمعامل مسار ٦٨ ، اما العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية علاقة مباشرة ومعنوية موجبة عند مستوى معنوية ٠,١ ، وبالنظر الي الجدول السابق يتضح أن قيمة المسار غير المباشر من خلال التجديد الاستراتيجي بين كل من الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية (٨٣ × ٦٨) ، يساوي ٥٦ ، وهذا اقوي من التأثير المباشر بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية ، وعلي ذلك يمكن القول بأن التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط يزيد العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية .

تاسعاً: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة وتوصياتها وأفاقها المستقبلية:

أ- مناقشة وتفسير النتائج:

- أشارت نتائج الدراسة الي أن هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين الذكاء الاستراتيجي كمتغير مجمل أو احادي البعد والسمعة التنظيمية كمتغير مجمل أو احادي البعد، وهذه النتيجة تتفق مع كثير من الدراسات التي تناولت الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية ، وتفسير ذلك أن توفر عناصر الذكاء الاستراتيجي بأبعاده المختلفة يعمل علي تحقيق ويعزز السمعة التنظيمية للمنظمات ،حيث يعمل الذكاء الاستراتيجي علي زيادة ادراك المديرين للمشكلات والفجوات في بيئة العمل ، والمبادرة بأفكار جديدة لتعزيز عملية صنع القرارات لحل المشكلات بطريقة علمية ، ودعم جهات النظر المتنوعة لإتمام الاعمال الإدارية بطريقة إبداعية ، والقدرة علي الوصول الي أفكار مناسبة حول موضوعات معينة وفي وقت محدد وأيضا توفر أبعاد الذكاء الاستراتيجي يعمل علي رفض الفشل والسعي بكل الطرق الي تحقيق النجاح للمنظمة ، واتخاذ القرارات الهامة والمصيرية بكل ثقة واطمئنان ، وكما اتضح من نتائج الدراسة أن معامل التحديد قد بلغ ٦١ ، عتد مستوي معنوية ٠١ ، أي أن الذكاء الاستراتيجي يفسر حوالي ٦١ ، من التباين في السمعة التنظيمية للبنوك التجارية العاملة في محافظتي سوهاج وقنا ، وعلي ما سبق فان نتائج الدراسة تظهر أهمية توفر أبعاد الذكاء الاستراتيجي في تحقيق السمعة التنظيمية ، وهو الامر الذي يشجع علي جعل المنظمة تتسم بالذكاء الاستراتيجي .

- لوحظ من نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباط موجبة بين أبعاد الذكاء الاستراتيجي وأبعاد السمعة التنظيمية ، وهذه النتيجة تدعم النتيجة السابقة مباشرة ، ولكنها بشكل أكثر تفصيلا، كأحد أبعاد الذكاء الاستراتيجي وما يشمله من بنود فرعية مثل استقرار المستقبل لتطوير استراتيجيات البنك والاسترشاد بالخبرة الشخصية والإمكانات الذاتية في التعامل مع الاحداث المستقبلية وإعادة النظر في كيفية التعامل مع التغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة والاستشعار بشكل مستمر للقضايا الاستراتيجية ذات الأثر

في مستقبل البنك ، وذلك للمساندة في اتخاذ القرارات ، كل ما سبق يعمل علي تحقيق السمعة التنظيمية للبنك من خلال تحقيق المسؤولية الاجتماعية ، وتحسين صورة البنك ، وتحقيق الابداع في العمل المصرفي ، وتحقيق الجودة بالخدمة المصرفية .

وفيما يتعلق بالتفكير النظمي وما يشمله من بنود فرعية تتمثل في التعامل في أي مشكلة في البنك وفقا لمفهوم النظم ورؤية المتغيرات والاحداث بصورة أوضح، والتعامل مع جميع العناصر المختلفة في البنك ودراسة الأفكار بشكل اجمالي وليس بشكل مفرد، كل ما سبق يعمل على تحقيق السمعة التنظيمية بعناصرها المختلفة للبنك.

وفيما يتعلق بالرؤية المستقبلية، حيث تمتلك الإدارة القدرة على اقتناع العاملين بالرؤية المستقبلية، وتحديد جهود العاملين بالبنك، وقدرتهم على تحويل الرؤية الي واقع، واستخدام الرؤية في اتخاذ القرارات الصائبة، كل ما سبق يعمل على تحقيق السمعة التنظيمية الجيدة للبنك وللعاملين به

وفيما يتعلق بالدافعية وما تشمله من بنود فرعية تتمثل في السعي الدائم لتحفيز العاملين في البنك لتقديم المزيد من الإنجازات، واثارة التنافسية بين العاملين بالبنك لتقديم الخدمات بشكل أفضل، ومنح العاملين بالبنك الحوافز المادية والمعنوية حتى يشعروا باهتمام البنك بهم، وامتلاك المديرين القدرة على التأثير في العاملين بالبنك لتحسين الأداء، كل ما سبق يعمل على تحقيق السمعة التنظيمية الجيدة للبنك.

- تبين من نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباط موجبة دالة احصائيا بين الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي ، وتفسير ذلك أن توافر أبعاد الذكاء الاستراتيجي (الاستشراق ، تفكير النظم ، الرؤية المستقبلية ، والدافعية) سيؤدي الي تحقيق عناصر التجديد الاستراتيجي وهي تكوين الأفكار الجديدة ، والوصول الي معلومات متباينة ، والاسس الفلسفية للمعرفة ، والمجموعات الاجتماعية وتجسيد العلاقات بالبنوك محل الدراسة ، كما اتضح من نتائج الدراسة أن معامل التحديد بلغ ٦٨ ، عند مستوي معنوية ٠١ ، أي ان الذكاء الاستراتيجي يفسر حوالي ٦٨ ، من التباين في التجديد الاستراتيجي، وعلي ذلك فنتائج الدراسة تظهر أهمية توافر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق أبعاد التجديد الاستراتيجي .

- أشارت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ارتباط معنوية موجبة بين أبعاد التجديد الاستراتيجي والسمعة التنظيمية ، وتفسير ذلك أن توافر أبعاد التجديد الاستراتيجي (تكوين الأفكار الجديدة ، الأسس الفلسفية للمعرفة ، الوصول الي معلومات متباينة ، المجموعات الاجتماعية وتجسيد العلاقات ، تعدد مقوما أساسيا لتحقيق السمعة التنظيمية للبنوك محل الدراسة ، حيث أن التشجيع الدائم لطرح الأفكار الجديدة وجعلها منهجا ثابتا في عمل البنوك ، وتشجيع المعرفة الذاتية والأفكار التي تعمل علي صنع التجديد الاستراتيجي ، وان يقبل العاملون الأفكار الجديدة والقيم والمعتقدات التي تنشأ من خلال التجديد الاستراتيجي ، وان تكون إدارة البنك حريصة علي معرفة المعلومات الاجتماعية والنفسية عن العاملين بالبنوك ، والعمل علي التوافق بين البنك والمجتمع المحيط ، وتشجيع التبادل المعرفي بين إدارة البنك والبيئة الخارجية ، وان تسود علاقات قوية بين البنك والمجتمع الذي يعمل به ، كل ما سبق يعمل علي تحقيق التجديد الاستراتيجي في البنوك محل الدراسة ، وكما اتضح من نتائج الدراسة أن معامل التحديد بلغ ٧٢ ، عند مستوي معنوية ٠.١ ، أي ان التجديد الاستراتيجي يفسر حوالي ٧٢ ، من التباين في السمعة التنظيمية لدي البنوك محل الدراسة .

- اتضح من نتائج الدراسة باستخدام تحليل المسار للعلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية من خلال التجديد الاستراتيجي أن العلاقة المباشرة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية موجبة بمعامل مسار ٤٦ ، ومستوي معنوية ٠.١ ، والعلاقة غير المباشرة بين الذكاء الاستراتيجي من خلال التجديد الاستراتيجي - والسمعة التنظيمية موجبة بمعامل مسار بلغ ٥٦ ، ويتضح من ذلك أن المتغير الوسيط (التجديد الاستراتيجي) يزيد من قوة العلاقة الموجبة بين الذكاء الاستراتيجي والسمعة التنظيمية ، ويمكن تفسير ذلك بأن توافر أبعاد التجديد الاستراتيجي يعد متطلب أساسي لتحقيق السمعة التنظيمية ، ويحقق رغبة إدارة البنوك محل الدراسة في تحقيق سمعة تنظيمية جيدة للبنوك التي يعملون بها .

ب- توصيات البحث:

بناء على النتائج النهائية للبحث، يقدم الباحث مجموعة من التوصيات تتمثل في

الآتي:

- يجب على إدارة البنوك (المتتمثلة في مدير البنك ونائب المدير وكل من يشغل منصب اداري بالبنك أن يعملوا علي توافر عناصر الذكاء الاستراتيجي والتي تتمثل في:
- استقرار المستقبل لتطوير استراتيجيات البنك والاسترشاد بالخبرات الشخصية والإمكانات الذاتية في التعامل مع الاحداث المستقبلية وإعادة النظر في كيفية التعامل مع التغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة، والتي تخدم عملية اتخاذ القرارات في البنوك.
- اتباع منهج النظم في التعامل مع المشكلات التي تواجه البنوك، وامتلاك القدرة على التعامل مع جميع العناصر المختلفة في البنك، وان تتم دراسة الأفكار بشكل جماعي وليس بشكل فردي.
- أن تمتلك إدارة البنك القدرة على اقناع العاملين وتحفيزهم للرؤية المستقبلية للبنك، وأن يكون لدي إدارة البنك والعاملين به القدرة علي تحويل الرؤية الي واقع، وأن تستخدم الرؤية الخاصة بالبنك في اتخاذ القرارات الصحيحة، وان يتم تحديد وتطوير الاعمال البنكية في ضوء الرؤية التي يتبناها البنك.
- أن تقوم إدارة البنك بتحفيز العاملين بشكل مستمر ن وتعمل علي اثارة التنافس بينهم والتأثير فيهم، وذلك لتقديم المزيد من الإنجازات وتقديم الخدمات وتحسين الأداء .
- أن تعمل إدارة البنك على تحقيق أبعاد التجديد الاستراتيجي، فهي عناصر هامة كما بينتها الدراسة، حيث لها علاقة موجبة قوية بعناصر الذكاء الاستراتيجي، وأيضا عناصر السمعة التنظيمية للبنك.
- أن تهتم إدارة البنوك بتحقيق السمعة التنظيمية الجديدة ، وذلك من خلال تبني المسؤولية المجتمعية للبنك ، وأيضا المحافظة علي العلاقات الطيبة مع كل

المستفيدين، وأن تتميز معاملات البنك بالشفافية مع كل الأطراف التي تتعامل معها وخاصة الجوانب السلوكية، وأن تأخذ إدارة البنك في حسابها ردود أفعال المستفيدين (متلقي الخدمة)، وأن يستفيد البنك من نقاط الضعف الموجودة لدي البنوك الأخرى، وأن يسعى الي توفير مناخ يدفع العاملين به الي الابداع والتميز في تقديم الخدمات، وأن يتابع البنك الأنشطة الإبداعية في المجال المصرفي محليا ودوليا، وأن يقوم البنك بتقديم الخدمات الي المستفيدين بشكل متميز.

ج- آفاق البحث المستقبلية:

أثارت نتائج الدراسة عددا من النقاط جديرة بالبحث هي على النحو التالي:

- دراسة المتغيرات الثلاثة (التجديد الاستراتيجي - الذكاء الاستراتيجي - السمعة التنظيمية) في مؤسسات خدمية غير مجال البنوك مثل الجامعات، المستشفيات، شركات التأمين، الموانئ الجوية.
- دراسة متغيرات أخرى غير الواردة في الدراسة، من المحتمل أن تؤثر في تحقيق السمعة التنظيمية مثل القيم التنظيمية، الانغماس الوظيفي، إدارة المواهب البشرية.
- دراسة عناصر التجديد الاستراتيجي كمتغير وسيط في تحليل العلاقة بين اليقظة التنظيمية وإدارة الازمات التنظيمية.
- دراسة العلاقة بين القيادة الابوية وتحقيق السمعة التنظيمية في المؤسسات الحكومية والخاصة.
- دراسة دور كلا من الذكاء الاستراتيجي والتجديد الاستراتيجي في تحقيق النموذج المتميز للأداء في المؤسسات الحكومية والخاصة.

هوامش الدراسة:

١- تامر حمدان عبد القادر مسلم، أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الادارية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الازهر، غزة، ٢٠١٥

2-Service, Robert, the development of Strategic intelligence: A managerial perspective, international journal of management, Vol. 23 No. 1, 2006

٣-علي رزاق جواد العابدي، هاشم مهدي هاشم الموسوي، تشخيص مؤثرات الذكاء الاستراتيجي لضمان السيادة الاستراتيجية من خلال خطة الحركة الاستراتيجية -دراسة تحليلية من شركة كورك للاتصالات المتنقلة في العراق، مجلة الغدى للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد العاشر، العدد ٢٠١٤، ٣١، ص ١٤٣ : ١٦٧

٤-أكرم محسن الياسوي، احمد عبد الله الشمري، مفاهيم معاصرة في الادارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة (الرصد البيئي، الذكاء التنافسي، المقدرات الجوهرية)، الجزء السادس - الطبعة الاولى، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥).

٥-عامر عبد الرزاق الناصر، ادارة المعرفة في اطار نظم ذكاء الاعمال، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥).

6- Gordon, sandy, Intelligence and policy in the new strategic environment, Australians ' leading, Journal for future security, Issues, vol. 3 , No. 3 ,2007,p. 59

٧-تامر حمدان عبدالقادر مسلم، أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الادارية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، مرجع سبق ذكره

8- McDowell, don, "Strategic intelligence: Hand book for practitioners, Managers, and users, U.S Scarecrow press, INK, 2009, P.14

9- Maccoby, M., "Narcissistic leaders: the incredible pros, the inevitable, Harvard business review, Harvard business school publishing corporation, U.S.A, P.10-27

Castillo, Jaim , "Strategic Intelligence and innovation clusters , A regional policy blue print highlighting in cluster policy , European regions , Stratin Project , Interreg IIIc , 2006

١٠- محمد عبد العزيز العبيدي، سالم قصي السالم، الذكاء الاستراتيجي لتدعيم جودة التدقيق -دراسة استطلاعية لآراء عينة من الرقباء الماليين في ديوان الرقابة المالية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر -ذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، عمان، ٢٠١٢

١١- صالح عبد الرضا رشيد، صباح حسين الزياي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة -دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلة ١٦، العدد ١، ٢٠١٤، ص ١٦: ص ٣٢

١٢- صالح عبدالرضا رشيد، صباح حسين الزياي، المرجع السابق مباشرة، ص ٧

13- Samiziene, Ingrida & Iucevicius, Facing Multidimensional Nature of Corporate reputation: challenges for Managing reputation, social science Socialiniai Moksiai, No.3, (69) , 2010 , P.49

14- Waddington ,Andrew , john , "Investing the impact of brand reputation on brand architecture Strategies : a study on south African automotive company , Master thesis Department of Management, Rhodes university .2011

15-Schniets, k & Epstein, M; Exploring the Financial value of reputation for corporate, Reputation Review vol.71 No 325 , 2005 ,P.45

16-Beheshtifar ,Mullikan and Korouki ,Azam , reputation: An important Component of Corporation value , International journal of academic research in business and social sciences, Vol 3,No,7,2013, P.16

١٧-صالح عبدالرضا رشيد و صباح حسين الزيايدي و دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة -دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية ، مجلة القادسية للعلوم الادارية الاقتصادية ، المجلد ١٦ ، العدد ١ ، ٢٠١٤ ، مرجع سبق ذكره ص ١٨ .

18- Schlies ,Melanie , Katharina , Strategic Management in emerging industries , Evidence from the renewable energy industry , republished PH.D , Dissertation Affairs university of ST. Calleon , Germany , 2013

١٩-صالح عبدالرضا رشيد، على عبدالرزاق لفته، التجديد الاستراتيجي لمؤسسات التعليم العالي من منظور التعلم التنظيمي -دراسة تحليلية في كليات جامعة المثنى، المجلة العراقية للعلوم الادارية ، كلية الادارة والاقتصاد ،جامعة كربلاء ،المجلد ، العدد ٤٥ ، ٢٠١٥ ، ص ٥٧ : ص ٩٠ .

20-Heyden, luizmarselo, Marselo , Essay on upper Echelons & strategic unpublished Ph.D ,Dissertation, Erasmus university Rotterdam ,2012, p.2

21-Kylaheiko ,Paivi Maijanen, Pursuit of change versus organizational inertia : A study on Strategic renewal in the Finnish Broadcasting company , unpublished PH.D dissertation Lappeenranta university of Tech. Lappeenranta , Finland 2014 ,P.30

-Oschlies, Melanie, Katharina: Strategic Management in Emerging industries, Evidence from the renewable energy industry, unpublished PH.D, Dissertation Affairs university of ST. Calleon, Germany, op cit, p22.

22-Huang, Y.F; Strategic Renewal within an information technology and corporate venturing international journal of Entrepreneurial behavior, vol.15, no.5, 2009, pp436:452

23-Agral R. & Helfat , C.,E, Strategic Renewal of organization , Organization Science , No. 20 , 2006, P.281-293

24-Folkeringa Mickey , Strategic renewal and its effort on small firm performance testing for firm size and firm age effects using Dutch Micro data scales - paper ,2004.

-Stienstra Marten, strategic renewal in regulatory Environment how inter and intra organization how organizational institutional forces influence, European in cumbent energy Firms, thesis Erasmus university Rotterdam, 2011.

٢٥- يوسف حجيم الطائي، عامر عبد الكريم الذبحاوي، علي حميد هندي العلي، التجديد الاستراتيجي ودوره في تكوين المنظمات البارعة، بحث تطبيقي لآراء عينة من القيادات الجامعية في جامعة الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٨، العدد ٣، ٢٠١٦، ص ٦: ص ٢٢.

٢٦- صالح عبد الرضا رشيد، على عبد الرزاق لفقة العبودي، توظيف القابليات الديناميكية للمنظمات لتعزيز أنشطة التجديد الاستراتيجي، دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في كليات جامعتي القادسية والمنتى، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد ١٨، العدد ٤، ٢٠١٦، ص ٨.

27- Albert, D; Strategic renewal of activity system: an interdependency perspective, Doctoral dissertation, Difo -Druck Bamberg, 2013

٢٨- فاضل راضي غباش الغزالي، دور خيار التمايز والتكامل في تحقيق متطلبات خفة الحركة لتطوير أنموذج التجديد الاستراتيجي - بحث تطبيقي لعينة من متخذي القرار في وزارة النفط العراقية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٦، العدد ٣، ٢٠١٤، ص ٧٥-١٠٢.

٢٩- جبار صادق كاظم، علي قاسم عبيد، امير نعمة مخيف، القدرات الجوهرية والتجديد الاستراتيجي -العلاقة والأثر، مجلة الغرى للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، السنة الحادية عشرة، المجلد العاشر، العدد الثالث والثلاثون. ٢٠١٥، ص ٢٩٣- ٣١٢.

٣٠- عادل هادي البغدادي، دور القيادة الحقيقية في تنفيذ أنشطة التجديد الاستراتيجي - دراسة تطبيقية وفق نظرية تعدد المستويات في عدد من الجامعات العراقية الحكومية، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الاسلامية، كلية التربية للبنات، جامعة الكوفة، السنة التاسعة، العدد ١٧، ٢٠١٥، ص ١٥-٤٥

31-Chaola P; Pratoon , K; & Raksong , S; A conceptual model of strategic management renewal orientation and firm performance , in allied academies international conference , Academy of strategic management proceeding , Vol. 14 ,No. 2 , P.18 ,2015 , Jordon whilney Enterprises , Inc.

٣٢- صالح عبد الرضا رشيد، على عبد الرزاق لفته، التجديد الاستراتيجي لمؤسسات التعليم العالي من منظور التعلم التنظيمي -دراسة تحليلية في كليات جامعة المثنى، المجلة العراقية للعلوم الادارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد ١١، العدد ٤٥، ٢٠١٥، ص ٥٧-٩٠

٣٣- يوسف حجيم الطائي، عامر عبد الكريم الذبحاوي، علي حميد هندي العلي، التجديد الاستراتيجي ودوره في تكوين المنظمات البارعة -بحث تطبيقي لأراء عينة من القيادات الجامعية في جامعة الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٨، العدد ٣، ٢٠١٦، ص ٦: ٢٢

٣٤- صالح عبد الرضا رشيد، على عبد الرزاق لفته العبودي، توظيف القابليات الديناميكية للمنظمات لتعزيز أنشطة التجديد الاستراتيجي كليات جامعتي القادسية والمثنى، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٨، العدد ٤، ٢٠١٦، ص ٦-٣٢

٣٥- محمد كريم عبيد التميمي، أثر ممارسات ادارة الموارد البشرية على التجديد الاستراتيجي -دراسة ميدانية في البنوك التجارية الاردنية، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط ٢٠١٧.

36- Krugen , Jean ,Pierre, Study of strategic intelligence as a strategic management tool in the long term insurance industry in South Africa , unpublished thesis, university of South Africa , 2010

37-Abadie et al, "strategic intelligence monition on personal health system (SIMPHS) market structure and innovation dynamics, European commission joint research center institute for prospective technological studies, 2010.

٣٨- ضرغام العبدلي، صياغة مخطط منهجي لتأثير الخصائص الشخصية للمديرين في الذكاء الاستراتيجي والارتجال التنظيمي -دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدبري الشركات الخاصة بمحافظة النجف بجمهورية العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، الكوفة، ٢٠١٠.

٣٩- سعاد حرب قاسم، أثر الذكاء الاستراتيجي على عملية اتخاذ القرارات -دراسة تطبيقية على المدراء في مكتب غزة الاقليمي التابع للأونروا، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، قسم ادارة الاعمال، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية بغزة، ٢٠١١.

40- Seitovirto Launa Camilla, "the role of strategic intelligence services in corporate decision making", unpublished thesis, Alta University, 2011.

٤١- محمد سعيد عبدا الله الطيب، عبد العزيز العبدلي سمير، دور تكنولوجيا المعلومات الادارية في مستشفى السلام بمدينة الموصل، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذماء الاعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، ٢٠١٢.

٤٢- محمد عبد العزيز العبيدي، قصي سالم السالم، الذكاء الاستراتيجي لتدعيم جودة التدقيق -دراسة استطلاعية لآراء عينة من الرقباء الماليين في ديوان الرقابة المالية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذكاء الاعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الاردنية، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، ٢٣-٢٦ نيسان، عمان، الاردن، ٢٠١٢.

٤٣- سعد حمود جيثر، هاشم فوزي العبادي، بلال جاسم القبسي، صياغة استراتيجية إدارة علاقات الزبون عبر تحقيق العلاقة بين الذكاء الاستراتيجي والذكاء التنظيمي، مجلة جامعة الانباء للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الانباء، المجلد الخامس، العدد العاشر، ٢٠١٣، ص ٣٦٧-٣٩١

٤٤- هناء ابراهيم امين، دور الذكاء الاستراتيجي في عمليات التصنيع الاخضر -دراسة استطلاعية لآراء المديرين في عينة من مصانع المياه المعدنية في محافظة دهوك، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد العشرون، العدد السابع والسبعون، ٢٠١٤، ص ١٨١-٢٠١

٤٥- علي رزاق جواد العبادي، هاشم مهدي هاشم الموسوي، تشخيص مؤشرات الذكاء الاستراتيجي لضمان السيادة الاستراتيجية من خلال خطة الحركة الاستراتيجية -دراسة تحليلية في شركة كوراك للاتصالات المتنقلة في العراق، مجلة الغدى للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد العاشر، العدد ٣١، ٢٠١٤، ص ١٤٣-١٦٧.

46- Agha, Sabah, Eyed & Kiwan, Shadi; The impact of strategic intelligence on firm performance and mediator role of Strategic flexibility -An empirical research in biotechnology industry, international journal of management science, vol. I, Issue 5, 2014 , P.65-72.

٤٧- رند حمودة، أثر الذكاء الاستراتيجي في تحقيق ممارسات الجودة الشاملة -دراسة تطبيقية في المستشفيات الخاصة الاردنية في مدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، ٢٠١٤.

٤٨- تامر حمدان عبد القادر مسلم، أثر الذكاء الاستراتيجي على القيادة من وجهة نظر القيادات الادارية العليا في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، قسم ادارة الاعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الازهر، غزة، ٢٠١٥ م، ١٤٣٦ هـ.

٤٩- خالديه مصطفى عطا، الذكاء الاستراتيجي وأثره في تحديد الخيار الاستراتيجي -دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لتصنيع الحبوب التابعة لوزارة التجارة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٤٣، ٢٠١٥، ص ١٣٥-١٦٢.

٥٠- مهند عواد عبيد، أثر الذكاء الاستراتيجي في أساليب اتخاذ القرار -بحث ميداني تحليلي في وزارة الاعمار والإسكان، مجلة العلوم الاقتصادية الإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد ٢١، العدد ٨٥، ٢٠١٥، ص ٢٨-١.

٥١- فراس رحيم يونس العزاوي، تعزيز الذكاء الاستراتيجي عبر استقصاء الواقع التطبيقي الفاعل لنظم المعلومات الاستراتيجية -بحث تطبيقي في شركات الاتصالات المتنقلة في اقليم كردستان، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة بغداد، المجلد ٢٧، العدد ٩٠، ٢٠١٦، ص ٢٩١-٣٢٥.

٥٢- فضيلة سلمان داوود، الاداء الريادي على وفق الذكاء والتنافس الاستراتيجي -بحث استطلاعي في عينة من المصارف الاهلية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد ٢٢، العدد ٩٠، ٢٠١٦، ص ٢١٨-٢٣٩.

٥٣- خالد محمد عبد العزيز أبو الغنم، أثر الذكاء الاستراتيجي في فاعلية صنع القرارات في شركات ألتامين السعودية العاملة بمدينة جدة -دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، جامعة القدس المفتوحة، المجلد الثاني، العدد الخامس، ص ١٣٩-١٧١، ٢٠١٦.

٥٤- زهير عبدا لكريم جعفر، تأثير الذكاء الاستراتيجي في منظمة الاداء العالي -دراسة استطلاعية لمديري مركز امراض وزرع الكلى بمدينة الطب في بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد ٢٣، العدد ٩٦، ٢٠١٧، ص ١٦٦-١٨٥.

٥٥- باكر مبارك عثمان الشيخ، على التاج محمد محمد، أثر الذكاء الاستراتيجي في الابداع المنظمي -دراسة استطلاعية لآراء عينة من هيئة التدريس في كلية العلوم الادارية بجامعة نجران، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الانبار، المجلد التاسع، العدد ١٩، ٢٠١٧، ص ٢٧٢ - ٢٩٤.

٥٦- عبد الناصر علك حافظ، حسين وليد حسين، أحمد عبد محمود، الذكاء الاستراتيجي للإدارة العليا وانعكاسه في تعزيز تماسك الجماعة، مجلة جامعة بابل للعلوم الحرفية والتطبيقية، المجلد ٢٥، العدد الرابع، ٢٠١٧، ص ١٤٧٣ - ١٤٩٥.

٥٧- عناد صايل الطعاني، كفاءة صنع القرار في ظل اعتماد محاور الذكاء الاستراتيجي في دائرة الجمارك الاردنية، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، العدد العاشر، المجلد الاول، ديسمبر، ٢٠١٧، ص ٥٤ - ٧٥.

58- Katamba , David , corporate social responsibility organizational culture ethical citizenship and reputation of financial institutions in Uganda, unpublished PH.D dissertation of school of graduate studies , Makerere university , 2010.

59- Bayoud , Nagib , salem , Kavangh ,Morie and Slaughter Geoff; is there a relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate reputation in development countries , the case of Libya, journal of business and policy research , vol 1, No. 1 , 2012 ,P.131-160.

60- DolaTabadi ,H; Cbujali , T, & Shmoammed , M; analysis of employees awareness from their manner of impact on the organization reputation , international journal of business & social science , Vol. 3 , No, 2 , 2012.

٦١- صالح عبد الرضا رشيد، صباح حسين الزيايدي، دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة -دراسة تحليلية لآراء القيادات الجامعية في عينة من كليات جامعة القادسية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية، والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٦، العدد ١، ٢٠١٤، ص ١ - ٢٧.

- ٦٢- هناع إبراهيم أمين، دور مكونات الجودة الإدارية في تعزيز السمعة التنظيمية الاستراتيجية -دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عدد من كليات جامعة دهوك، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القادسية، المجلد ١٦، العدد ٤، ٢٠١٤، ص ١١٧-١٣٤.
- ٦٣- جمال الفيتوري شقير، عصام عبد الهادي خليل، تأثير ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية على سمعة المنظمة -دراسة تطبيقية على المصارف بالرياض، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السادس والثلاثون، ٢٠١٦، ص ١٧-٦٨.
- ٦٤- عراك عمير، احمد صلاح الدين، انعكاس إدارة علاقات الزبون في تعزيز سمعة المنظمة -دراسة استطلاعية لعينة من المصارف العراقية في مدينة بغداد، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد ٢٥، العدد ٣، ٢٠١٧، ص ٥٢-٧٠.
- ٦٥- ميثاق هاتف الفتلاوي، العلاقة بين القيادة الرشيدة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي -بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين الشركة العامة لصناعة السيارات، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد ٧، العدد ٤، ٢٠١٧، ص ١٦-٤١.