



أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في
محافظة كركوك: دراسة حالة

2022

رسالة ماجستير
معهد الدراسات العليا

Yahya Abdulkareem RIDHA

المشرف

Prof. Dr. Saim KAYADİBİ

أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك:
دراسة حالة

Yahya Abdulkareem RIDHA

جمهورية تركيا
جامعة كرابوك
معهد الدراسات العليا
قسم العلوم المالية والمصرفية
رسالة ماجستير

المشرف
Prof. Dr. Saim KAYADİBİ

KARABÜK
2022

المحتويات

1	المحتويات
4	TEZ ONAY SAYFASI
5	صفحة الحكم على الرسالة
6	DOĞRULUK BEYANI
7	تعهد المصادقية
8	الشكر والعرفان
9	ÖZET
11	ABSTRACT
13	الملخص
15	Arşiv Kayıt Bilgileri
16	Archive Registration Information
17	بيانات الرسالة للأرشفة
18	الفصل الأول
18	المقدمة
18	أولاً: مشكلة الدراسة:
19	ثانياً: أهداف الدراسة:
20	ثالثاً: أهمية الدراسة:
21	رابعاً: فرضيات الدراسة:
22	خامساً: حدود الدراسة:
22	سادساً: منهج الدراسة:
23	سابعاً: مجتمع الدراسة وعينته:
24	تاسعاً: أنموذج البحث
24	عاشراً: فجوة الدراسة
24	احدى عشر: الدراسات السابقة
35	هيكلية الدراسة
36	الفصل الثاني: الإطار النظري لرأس المال الفكري
36	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لرأس المال الفكري
37	المطلب الأول: مفهوم رأس المال الفكري
40	المطلب الثاني: التطور التاريخي لرأس المال الفكري
44	المطلب الثالث: أهمية رأس المال الفكري وخصائصه

47	المبحث الثاني: مكونات رأس المال الفكري
50	المطلب الأول: رأس المال البشري، المفهوم والأهمية والمكونات
55	المطلب الثاني: رأس المال الهيكلي المفهوم، الأهمية والمكونات
59	المطلب الثالث: رأس المال الزبائني المفهوم والأهمية والمكونات
63	المبحث الثالث: إدارة رأس المال الفكري، تنميته وادواره.
63	المطلب الأول: إدارة رأس المال الفكري
66	المطلب الثاني: تنمية رأس المال الفكري
67	المطلب الثالث: أدوار رأس المال الفكري
69	المبحث الرابع: الإستثمار في رأس المال الفكري وقياسه
70	المطلب الأول: الإستثمار في رأس المال الفكري
74	المطلب الثاني: قياس رأس المال الفكري
79	الخلاصة:
80	الفصل الثالث: جودة الخدمات المصرفية الإسلامية
81	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإسلامية ونشأتها
85	المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة المصرفية ومراحل تطويرها
93	المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الإسلامية
100	المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإسلامية.
100	المطلب الأول: مفهوم الجودة والخدمة
103	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وخصائصه
107	المطلب الثالث: أهمية جودة الخدمات المصرفية واهدافه
109	المبحث الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية وقياسه وأساليب تحسينه
109	المطلب الأول: أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإسلامية ومستوياته
112	المطلب الثاني: قياس جودة الخدمات المصرفية
117	المطلب الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية
120	الخلاصة:
121	الفصل الرابع: إجراءات الدراسة الميدانية
121	المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة
126	المبحث الثاني: فحص واختبار أداة قياس البحث
134	الفصل الخامس: وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضياتها
135	المبحث الأول: وصف وتشخيص أبعاد الدراسة ومتغيراتها
149	المبحث الثاني: تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها
157	الخاتمة والنتائج
157	المحور الأول: الإستنتاجات

157	أولاً: استنتاجات الإطار النظري
160	ثالثاً: نتائج اختبار الفرضيات
162	المحور الثاني: التوصيات
164	فهرست المصادر والمراجع
175	قائمة الجداول
176	قائمة الاشكال
176	الملحقات
177	ملحق رقم (1)
186	ÖZGEÇMİŞ
186	السيرة الذاتية

TEZ ONAY SAYFASI

Yahya Abdulkareem RIDHA tarafından hazırlanan “Entelektüel Sermayenin Kerkük Şehrinde İslami Bankacılık Hizmetlerinin Kalitesini Artırmaya Etkisi: Bir Vaka Çalışması” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Saim KAYADİBİ

.....

Tez Danışmanı, Finans ve Bankacılık

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Finans ve Bankacılık Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 18/3/2022

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Saim KAYADİBİ (KBÜ)

.....

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Abdelkader LAALLAM (KBÜ)

.....

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Sabah Haseeb HASSAN ((Kerkük Üni)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

صفحة الحكم على الرسالة

أصادق على ان هذه الرسالة التي أُعدت من قبل الطالب يحيى عبد الكريم رضا القصاب "أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في محافظة كركوك: دراسة حالة" في برنامج العلوم المالية والمصرفية هي مناسبة كرسالة ماجستير

Prof.Dr. Saim KAYADİBİ

.....

مشرف الرسالة

القبول

تم الحكم على رسالة الماجستير هذه بالقبول من قبل لجنة المناقشة بالإجماع بتاريخ 2022/3/18

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

رئيس اللجنة : Prof. Dr. Saim KAYADİBİ (KBÜ).

.....

عضواً : Dr. Öğr. Üyesi Abdelkader LAALLAM (KBÜ)

.....

عضواً : Üye: Dr. Öğr. Üyesi Sabah Haseeb HASSAN (Kerkük Üni)

.....

تم منح الطالب بهذه الرسالة درجة الماجستير في قسم العلوم المالية والمصرفية من قبل مجلس إدارة معهد الدراسات العليا في جامعة كاربوك.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

مدير معهد الدراسات العليا

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Yahya Abdulkareem RIDHA

İmza:

تعهد المصادقية

أقرُّ بأنِّي إلْتزمتُ بقوانين جامعة كارابوك، وأنظمتها، وتعليماتها، وقراراتها السارية بإعداد أطروحة الماجستير والدكتوراه عندما قمتُ شخصياً بإعداد أطروحتي بعنوان:

"أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك: دراسة حالة" وذلك بما ينسجم مع الأمانة العلمية المتعارف عليها في كتابة الأطروحات العلمية، كما أنني أعلنُ بأن أطروحتي هذه غير منقولة، أو مُستلَّة من أطروحات أو كتب أو أبحاث أو أيِّ منشورات علمية تمَّ نشرها أو تخزينها في أيِّ وسيلة إعلامية بإستثناء ما تمَّت الإشارة إليه حيثما ورد.

أسم الباحث: يحيى عبد الكريم رضا القصاب

التوقيع:

الشكر والعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمةً للعالمين خاتم الأنبياء والمرسلين محمد (ﷺ) وعلى آله وأصحابه أجمعين.

يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور البروفيسور صائم قايادي لما كان له من دور كبير في إنجاز هذه الرسالة عن طريق توجيهاته السديدة والمتابعة المستمرة طيلة مدة البحث فجزاه الله خير الجزاء.

كما أتقدم بخالص شكري وتقديري وإمتناني إلى كوادر قسم العلوم المالية والمصرفية من رئاسة قسم وتدرسيين وموظفين لجهدهم المتواصل أثناء مدة الدراسة والبحث.

وأتقدم بالشكر الجزيل للسادة رئيس وأعضاء لجنة المناقشة الذين قَوْمُوا الرسالة علمياً. وأتقدم بالشكر الجزيل لإدارة مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي ومصرف العربية الإسلامي والمصرف الإسلامي للاستثمار والتنمية في محافظة كركوك لما قَدَّمُوا لي من مساعدةٍ ودعم أثناء الدراسة الميدانية التي قمتُ بها أثناء مرحلة البحث.

وختاماً فواجب الوفاء والعرفان يُلْزمني بتقديم جهدي ودراستي ثناءً إلى من له الفضل في وجودي بهذه الحياة أبي العزيز رحمه الله وأسكنه فسيح جناته، وإلى من الجنة تحت قدميها أمي العزيزة أسأل الله أن يُطيل في عمرها، وأهدي شكري الخالص وتقديري وامتناني العميق إلى رفيقة دربي ومؤنس وحشتي زوجتي الغالية (أم عبدالعزيز) لصرها ومؤازرتها ومساعدتها لي أثناء مدة دراستي وإلى فلذات كبدي ونور عيني أولادي عبد العزيز وعبد الملك، وإلى أخواني وأختي وأدعو الله أن يجزيهم عني خير الجزاء وأطيب الوفاء.

الباحث: يحيى عبد الكريم رضا القصاب – كاربوك 2022

ÖZET

Bu araştırma, Kerkük'te İslami bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırmada entelektüel sermayenin etkisini göstermeyi, İslami bankalarda mevcut entelektüel sermaye bileşenlerini belirlemeyi ve Bankacılık hizmetlerinin iyileştirilmesini olumlu yönde etkilemek için bu bileşenleri kullanmaya çalışmak, ve bu hizmetlerin kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek için araştırmacı, incelenen olguyu tanımlamaya çalışan betimsel-analitik yaklaşımı kullanmıştır. Kerkük vilayetindeki İslam Yatırım ve Kalkınma Bankası, Cihan İslam Bankası, Arap İslam Bankası çalışma topluluğu olarak belirlenip, araştırma alanı olarak seçilmiştir.

Değer elde eden eğilimleri ortaya çıkarma yeteneğine sahip bir bilgi kaynağı olduklarından, danışmanların yanı sıra çeşitli idari seviyelerdeki yöneticilerin görüşlerinin araştırılması da gerekiyordu. Buna göre, araştırmanın sonuçlarını genelledebilmek ve içinden seçildiği topluluğun seçilmiş örneklemini temsil etmede doğru olması için, araştırma örneklemini genel müdürler, departman müdürleri, muhasebeciler, yöneticiler ve resepsiyonistler tarafından temsil edilmiştir. Dağıtılan 92 form arasından 84 formun analiz için geçerli olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın istatistiksel analizinde istatistiksel paket (SPSS) programı ile birlikte çalışma değişkenleri arasındaki korelasyon ve etki ilişkilerini göstermede korelasyon katsayısı ve lineer regresyon kullanılmıştı.

Bu araştırmanın en önemli yanı, incelenen bankaların stratejik hedeflerinin üretilmesinde birincil ve etkili rolü temsil eden insan sermayesi kavramı ile ilgili olması, dış çalışma ortamının izlenmesi ve analizi ile ilgili iç operasyonların denetimi ve verimlilik ve kapasitenin ölçülmesi ile üretkenliği artırmadaki doğrudan rolünün ortaya çıkarılmasıdır. Böylece, pazardaki diğer rakiplere karşı yüksek rekabet avantajı sağlamak için insan kaynağının optimal kullanımı sağlanmış olacaktır. Araştırma, bankacılık performansının iyileştirilmesinde insan unsurunun en önemli unsurlardan biri olması nedeniyle bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırmak için insan unsurunun iyileştirilmesi olan bir dizi öneri sunmaktadır. Bankaların son yıllarda teknoloji ve bankacılık bilgisi alanındaki en son bulgulardan yararlanarak bankacılık hizmetlerini geliştirme çabalarına rağmen, hizmet sunum düzeyinin yükseltilmesi ve insan kaynaklarına en uygun yatırımın gerçekleştirilmesi dahil olmak üzere banka

alıřanlarının yeteneklerinin geliřtirilmesine yönelik çalıřmaların eksik kalması, ulařılması gereken hedeflerin sınırlı kalmasına neden olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Entelektüel Sermaye; Bankacılık Hizmet Kalitesi; İřlami Bankacılık

ABSTRACT

This study aims to demonstrate the impact of intellectual capital in enhancing the quality of Islamic banking services in Kirkuk, identifying the components of intellectual capital available in Islamic banks, and seeking to use these components to positively influence the enhancement of banking services and thus improve the quality of those services. To achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive-analytical approach, which attempts to describe the phenomenon under the study. Islamic banks in Kirkuk governorate were identified as a study community, and banks (Islamic Investment and Development Bank, Cihan Islamic Bank, Arab Islamic Bank) were selected as a surveyed field in Kirkuk governorate.

A survey was conducted to assess the managers viewpoints at the various administrative levels, additionally consultants viewpoints was considered as well as a knowledge resource that has the ability to reveal trends that achieve value, and accordingly, in order to generalize the results of the research and accuracy in representing its selected sample of the community from which it was withdrawn, the research sample was represented by (managers, Department managers, accountants, administrators, receptionists) and (92) forms were distributed and (84) valid forms were retrieved from them. Statistical package (SPSS) program was used to perform statistical analysis of the study, and the use of the correlation coefficient and linear regression to show the correlation and influence relationships between the study variables.

The study came out with several results, the most important of which is that the studied banks are concerned about the concept of human capital, which represents the basic and effective role in the manufacture of strategic goals, monitoring and analysis of the external work environment, supervision of internal operations, measuring efficiency and capacity, as well as its direct role in increasing productivity and thus achieving optimal use of resources. To gain a high competitive advantage for the enterprise against other competitors in the market, the study presented a set of recommendations, the most important of which is upgrading the human element to improve the quality of banking services, as the human element is one of the most important pillars for improving banking performance. However, these efforts will

remain limited in results unless they are accompanied by the development of the capabilities of bank employees, including raising the level of banking service provision and achieving the best investment of human resources in banks.

Keywords: Intellectual Capital; Quality of Banking Service; Islamic Banks.

الملخص

تهدف الدراسة إلى بيان أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك، وتحديد مكونات رأس المال الفكري المتوفرة لدى المصارف الإسلامية في محل الدراسة، والسعي لاستعمال هذه المكونات للتأثير إيجابياً في تعزيز جودة الخدمات المصرفية ومن ثمّ التحسين من جودة تلك الخدمات، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستعمال المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول عن طريقه وصف ظاهرة موضوع الدراسة، وتمّ تحديد المصارف الإسلامية في محافظة كركوك كمجتمع للدراسة، وتمّ اختيار (المصرف العراقي الإسلامي للاستثمار والتنمية، مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي، مصرف العربية الإسلامي) كميدان مبحوث للدراسة في محافظة كركوك.

فقد تطلّب استطلاع آراء المدراء في المستويات الإدارية المختلفة فضلاً عن المستشارين بكونهم مورداً معرفياً له المقدره في الكشف عن الإتجاهات التي تحقّق القيمة، وعليه ومن أجل إمكانية تعميم نتائج البحث والدقّة في تمثيل العينة المختارة للمجتمع الذي سحبت منه، فقد تمثّلت عينة البحث بـ (المديرين العاملين، مدراء الأقسام، المحاسبين، الإداريين، موظفي الإستقبال) وتم توزيع (92) استمارة، أُسْتُرد منها (84) استمارة صالحة للتحليل، وأستعمال برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS) في التحليل الاحصائي للدراسة، وكذلك معامل الارتباط والإنحدار الخطي في بيان علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة.

وخرجت الدراسة بجملة من النتائج من أهمها: إنّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تهتمّ بمفهوم رأس المال الفكري الذي يمثل الدور الأساسي والفعال في صناعة الأهداف الإستراتيجية ورصد وتحليل بيئة العمل الخارجية والإشراف على العمليات الداخلية وقياس الكفاءة والقدرة فضلاً عن دوره المباشر في زيادة الإنتاجية، وبالتالي تحقيق الاستعمال الأمثل للموارد البشرية لكسب ميزة تنافسية عالية للمؤسسة تجاه المنافسين الآخرين في السوق، وقدّمت الدراسة مجموعة من التوصيات من أهمها: الإرتقاء بالعنصر البشري لتحسين جودة الخدمات المصرفية، إذ يُعدّ العنصر البشري من أهم الركائز للإرتقاء بالأداء المصرفي، فبالرغم من الجهود التي بذلتها المصارف في السنوات الأخيرة لتطوير خدماتها المصرفية بالإستفادة من أحدث ما توصل إليه العلم في مجال التقنية والمعرفة المصرفية، إلا إنّ هذه الجهود سوف تبقى محدودة

النتائج مالم يواكبها تطوُّرُ إمكانيات العاملين بالمصارف بما يضمنُ رفع مستوى تقديم الخدمة وتحقيق استثمار أمثل للموارد البشرية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري; جودة الخدمة المصرفية; المصارف الإسلامية.

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin adı	Entelektüel Sermayenin Kerkük Şehrinde İslami Bankacılık Hizmetlerinin Kalitesini Artırmaya Etkisi: Bir Vaka Çalışması
Tezin yazarı	Yahya Abdulkareem RIDHA
Tez danışmanı	Prof. Dr. Saim KAYADİBİ
Tez derecesi	Yüksek Lisans
Tezin tarihi	18/3/2022
Tezin alanı	Finans ve Bankacılık
Tezin yeri	KBU\LEE
Toplam sayfa sayısı	186
Anahtar kelimeler	Entelektüel Sermaye; Bankacılık Hizmet Kalitesi; İslami Bankacılık

ARCHIVE REGISTRATION INFORMATION

Name of the Thesis	The Impact of Intellectual Capital in Enhancing the Quality of Islamic Banking Services in Kirkuk: Case Study.
Author of the Thesis	Yahya Abdulkareem RIDHA
Advisor of the Thesis	Prof. Saim KAYADĪBĪ
Status of the Thesis	Master
Date of the Thesis	18/3/2022
Field of the Thesis	Finance and Banking
Place of the Thesis	KBU\LEE
Total page Number	186
Keywords	Intellectual Capital; Quality of Banking Service; Islamic Banks.

بيانات الرسالة للأرشفة

أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك : دراسة حالة	أسم الرسالة
يحيى عبد الكريم رضا	مؤلف الرسالة
بروفيسور صائم قايديبي	مشرف الأطروحة
أطروحة ماجستير	حالة الأطروحة
18/3/2022	تاريخ الأطروحة
المالية والمصرفية	مجال البحث
تركيا/ كاربوك	مكان الأطروحة
186	عدد الصفحات
رأس المال الفكري; الخدمات المصرفية; المصارف الإسلامية.	الكلمات المفتاحية

الفصل الأوّل

المقدّمة

تميّزت السنوات الماضية بتطوراتٍ وتحدياتٍ عديدةٍ كان لها تأثيراتٍ مباشرةٍ على جودة السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات، ومن أهمها تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال والانفتاح الاقتصادي وتحرير تجارة الخدمات، ولكي تتمكن المؤسسات بشكلٍ عامٍ والمصارف الإسلامية والتي هي موضوع دراستنا بشكلٍ خاصٍ من مواجهة تلك التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، ينبغي أن تتبنى أساليب إدارية حديثة تتلاءم مع المعطيات الجديدة.

لقد غيّر التحرك نحو إقتصاد المعرفة النموذج الحاكم للإقتصاد الصناعي، بحيث لم يُعدّ ظهور إقتصاد قائم على المعرفة والمعلومات بعيد المنال، طالما أنّ مثل هذا الإقتصاد يعتمدُ على رأس المال الفكري، والذي يمثّل مجموعةً من الموارد الملموسة وغير الملموسة والمبادئ والثقافة والأنماط السلوكية والقدرات والصفات والهياكل والإرتباطات والإجراءات والعمليات التي تُؤدّي إلى المعرفة أو تنتج عنها، إذ تزداد معالجة رؤوس الأموال الفكرية والمعرفية كمجموعاتٍ من قبل المؤسسات القائمة على المعرفة لإنشاء محاسبين مميزين تنافسيين مستدامين في الثمانينيات وضعوا جهوداً صادقة في تحديد وقياس والكشف عن رأس المال الفكري للشركات، نظراً لأنّ الكشف عن المعلومات المتعلقة برأس المال الفكري ليس إلزامياً، فإنّ المحاسبة تسعى إلى الكشف عن العوامل المؤثرة على الإفصاح الطوعي عن هذه المعلومات من قبل الشركات، وتحاول أيضاً تحديد الأساسيات الكامنة وراء إتخاذ قرارات المستثمرين المختلفة في ظلّ ظروفٍ متساوية، لذلك يمكن تعزيز جودة الخدمات المقدمة في المصارف عن طريق الإعتماد على مفهوم رأس المال الفكري

أولاً: مشكلة الدراسة:

أصبح للأصول المعرفية وما برز منها عنصر رأس المال الفكري أثراً أساسياً وجوهرياً في تعظيم قيمة المنظّمات بشكلٍ عامٍ والمصارف الإسلامية ووضعها التنافسي بشكلٍ خاصٍ، وبات مهماً دراسة أثر

هذا الموجود الفعال بإتجاه إحداث وتحقيق تغيير في جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، إذ ترمي الدراساتنا إلى معالجة مشكلة ذات بعدين أساسيين:

البعد الأول: هو البعد النظري المتمثل في قلة الدراسات التي تناولت موضوع البحث في العراق بشكل عام وفي محافظة كركوك بشكل خاص وعدم الإهتمام ببيان أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية على الرغم من أهمية هذين الموضوعين في المصارف الإسلامية.

أما البعد الثاني: هو البعد العملي (التطبيقي) والمتمثل في ضعف اهتمام المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عملياً بالعلاقة ما بين متغيري الدراسة وعدم إدراك أثر وأهمية تلك المتغيرات في تحقيق القيمة الحقيقية للمصارف الإسلامية، فالمشكلة ليست في وجود أو عدم وجود رأس المال الفكري، بل في كيفية تحقيق الاستفادة منه، والأهم من ذلك فإن المصارف الإسلامية في محافظة كركوك ما زالت تفتقر إلى مفهوم ومعنى واضح لرأس المال الفكري وضعف في كيفية استعماله وإدارته وقياسه.

واستشعاراً من الباحث بأهمية كل من متغيري رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية، تأتي هذه الدراسة دافعاً ومحفزاً للخوض في هذا الموضوع، وبناءً على ما تقدّم يمكننا طرح مشكلة الدراسة كما يلي "مامدى تأثير رأس المال الفكري على تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك".

وتندرج ضمن اشكالتنا الرئيسية التساؤلات الفرعية الآتية:

1- هل هناك تصور واضح لدى المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عن رأس المال الفكري وتأثيره في جودة الخدمات المصرفية؟

2- هل تساهم مكونات رأس المال الفكري في عملية تعزيز جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن؟

3- ما طبيعة العلاقة والاثّر بين مكونات رأس المال الفكري (البشري والهيكلية والزبائن) وجودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك؟

ثانياً: أهداف الدراسة:

في ضوء تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها فإنّ هدف الدراسة ينصبُّ أساساً على تشخيص وتحديد العلاقة والاثّر بين مكونات رأس المال الفكري و جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في عينة من المصارف الإسلامية في محافظة كركوك، فضلاً عن تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- معرفة أثر مكونات رأس المال الفكري (البشري والهيكلية والزبائنية) في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية محافظة كركوك.
- 2- تركيز الإهتمام في أثر رأس المال الفكري في المصارف الإسلامية وما يحققه من مزايا جوهرية مهمة تسهم في تعزيز جودة الخدمة المصرفية الإسلامية وخلق قيمة معتبرة للمصارف ومنحها ميزة تنافسية تحقّق لها البقاء والاستمرار في البيئة المصرفية.
- 3- تقديم دراسة نظرية وميدانية لإدارة المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عن طبيعة مكونات رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية الدراسة من أنّها محاولة لتقديم إطار نظري وتطبيقي يوضّح دور مكونات رأس المال الفكري في تعزيز الخدمات المصرفية الإسلامية، وأنّ ربط الباحث بين هذين الموضوعين يمثل إضافة متواضعة جدية بالإهتمام.

وتتجلى أهمية الدراسة من الفوائد التي يمكن أن تقدّمها لأكثر من جهة وعلى النحو الآتي:

1- أهمية الدراسة بالنسبة للمصارف الإسلامية في محافظة كركوك:

- أ. مساعدة إدارة المصارف الإسلامية في العراق بصورة عامة وفي محافظة كركوك بصورة خاصة على تقييم رأس مالها الفكري وإدراك أهميته كواحد من أهم الموجودات غير الملموسة التي تخلق القيمة المعتبرة للمصارف وتحقق لها ميزة تنافسية مستدامة.
- ب. مساعدة العاملين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك على فهم العلاقة الرابطة بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية، ما يعزز من مكانتها التنافسية في البيئة المصرفية.
- ت. مساعدة المصارف في وضع خطط وبرامج لتطوير رأس مالها الفكري وتوضيح أهمية الاستثمار في الموجودات غير الملموسة.
- ث. يوفّر هذا البحث فرصة للمصارف الإسلامية لكي تقف عند الصورة الحقيقية لرأس مالها الفكري للتعرف على إيجابياتها وإمكانية تعزيزها، وسلبياتها ومحاولة تصويبها.

2- أهمية الدراسة بالنسبة للباحثين

ستكون هذا الدراسة مرجعاً للباحثين في مجال رأس المال الفكري والعلاقة بين مكوّناته وجوده الخدمات المصرفية الإسلامية.

رابعاً: فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (البشري والهيكلية والزبائنية) وجوده الخدمات المصرفية لدى المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وتندرج ضمن فرضيتنا الرئيسية **الفرضيات الفرعية الآتية:**

1- يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال البشري وجوده الخدمات المصرفية الإسلامية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

2- يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الهيكلي وجوده الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

3- يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الزبائنية وجوده الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوي لرأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (البشري والهيكلية والزبائنية) وجوده الخدمات مصرفية لدى المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

وتندرج ضمن فرضيتنا الرئيسية **الفرضيات الفرعية الآتية:**

4- يوجد أثر معنوي لرأس المال البشري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

5- يوجد أثر معنوي لرأس المال الهيكلي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

6- يوجد أثر معنوي لرأس المال العلائقي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

خامساً: حدود الدراسة:

- 1- **الحدود البشرية:** تتمثل حدود البحث البشرية في إطار العاملين في كل من (مصرف جيهان الإسلامي للاستثمار والتنمية ومصرف العربية الإسلامي والمصرف الإسلامي للاستثمار والتنمية) في محافظة كركوك.
- 2- **الحدود الموضوعية:** يقتصر هذا البحث في دراسة أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك.
- 3- **الحدود المكانية:** تمت الدراسة في محافظة كركوك فقد شملت المعاملين في كل من (مصرف جيهان الإسلامي للاستثمار والتنمية، ومصرف العربية الإسلامية، والمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية) في محافظة كركوك.
- 4- **الحدود الزمانية:** تم إنجاز هذه الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي (2021-2022).

سادساً: منهج الدراسة:

طالما أنّ الدراسة تركز على استطلاع الآراء، فإنّ المنهج الملائم لها هو المنهج الوصفي التحليلي في عرض البيانات وتحليل النتائج، ويمتاز هذا المدخل بنظرة شمولية لإقتران وصف الحالة بتحليلها، ومن ثمّ استخلاص النتائج والمؤشرات الأساسية للدراسة.

وتمّ الحصول على بيانات البحث من مصدرين وهما:

- 1- **المصادر الرئيسية:** حصلنا بواسطتها على البيانات في ضوء تصميم استبانة وتوزيعها على عيّنة مجتمع البحث ومن ثمّ تفرغها وتحليلها باستعمال برنامج (SPSS) الاحصائي وباستعمال الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع البحث.
- 2- **المصادر الثانوية:** تمّ الحصول على المعطيات بواسطتها عن طريق مراجعة الكتب والدوريات والمنشورات الورقية والإلكترونية، وكذلك الرسائل الجامعية والمقالات والتقارير المتعلقة بالموضوع قيد البحث والدراسة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، والهدف من اللجوء للمصادر غير المباشرة في هذا البحث هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة البحث وكذلك أخذ تصوّر عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال هذه الدراسة.

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينته:

آختر الباحث جميع المصارف الإسلامية العاملة في محافظة كركوك والبالغ عددها 3 مصارف وهي (المصرف العراقي الإسلامي للإستثمار والتنمية، مصرف جيهان للإستثمار والتمويل الإسلامي، مصرف العربية الإسلامي) كمجتمع للدراسة وكانت العينة الدراسة جميع الموظفين العاملين في المصارف الثلاثة والبالغ عددهم (92) موظف.

ثامناً: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستعملة

في إطار الدراسة الميدانية التي تهدف لإيجاد العلاقة المفترضة بين متغيري الدراسة ولقياس أثر رأس المال المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك تم اختيار الاستبانة كوسيلة للقياس، ولضمان صدق وثبات الاستبانة تم القيام بعدة خطوات تنفيذية، فصدقها يعني أنها سوف تقيس ما أعدت من أجل قياسه، وثباتها يعني التأكد من إجابة واحدة تقريباً لو تكررت تطبيقها على الأشخاص ذاتهم. ولأجل إعداد الاستبانة تم الإطلاع على مجموعة من الاستبانات المتعلقة برأس المال الفكري وكذلك جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، وقد انقسمت استبانة البحث إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول: الخاص بالبيانات الشخصية للمبحوثين وهي:

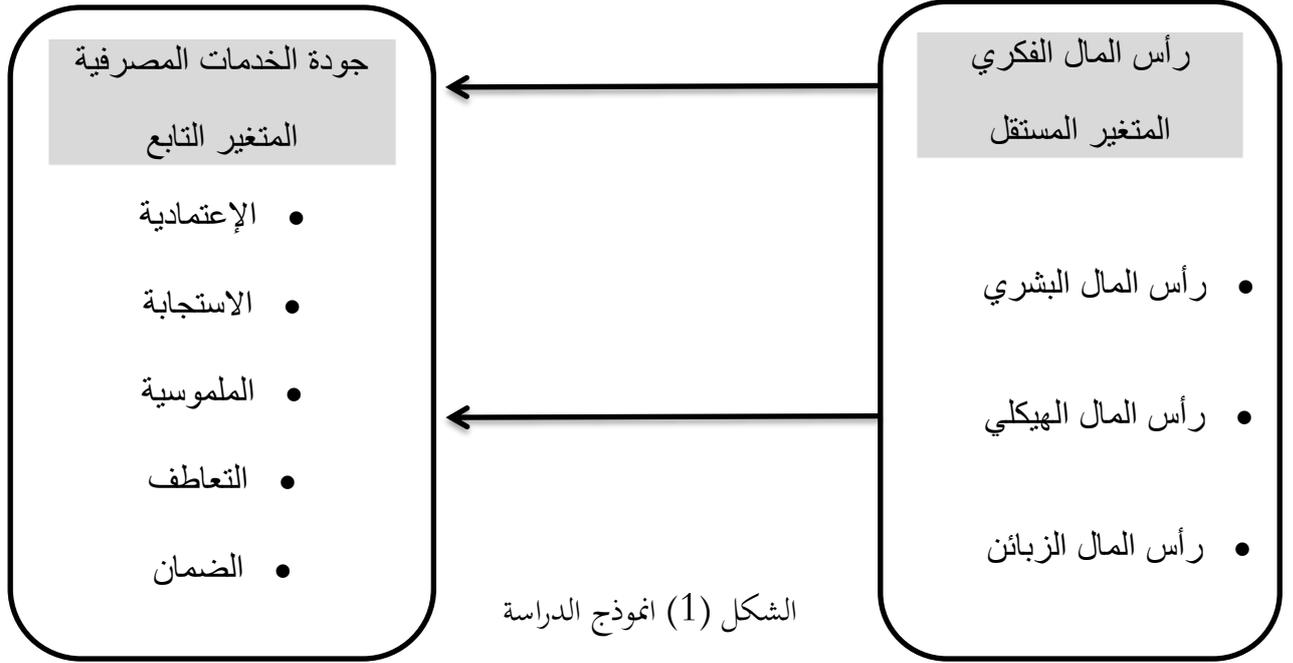
- العمر
- الجنس
- المؤهل العلمي
- سنوات الخبرة.
- المجال الوظيفي الحالي.

القسم الثاني: الخاص بمحاور الاستبانة وتقسم الى محورين رئيسيين:

- المحور الأول: الخاص برأس المال الفكري ويحتوي على (29) سؤال.
- المحور الثاني: الخاص بجودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك ويحتوي على (29) سؤال.

تاسعاً: أنموذج البحث

استناداً للدراسات السابقة والى الجانب النظري من الدراسة وفي ضوء مشكلة البحث والأهداف المرجوة منه، فقد تمّ تشكيل الأنموذج الذي ينطلقُ أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك.



عاشراً: فجوة الدراسة

استناداً الى الدراسات السابقة يحاولُ الباحثُ إظهار أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في محافظة كركوك، وتحديد مكونات رأس المال الفكري المتوفرة لدى المصارف الإسلامية، والسعي لاستعمال هذه المكونات للتأثير إيجابياً في تعزيز الخدمات المصرفية الإسلامية ومن ثمّ التحسين من جودة تلك الخدمات.

احدى عشر: الدراسات السابقة

استكمالاً للجانب النظري للدراسة يتمّ عرض لأبرز الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع (رأس المال الفكري)، وموضوع (جودة الخدمات المصرفية الإسلامية)، غير أنّ الباحث لم يجد إلا بعض

الدراسات القليلة التي قد ربطت بين هذين الموضوعين، لذا فإنّ الذي يميّزُ دراستنا الحالية من الدراسات السابقة هو الجمع بين الموضوعين: (رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية الاسلامية)، وهذا ما يعزز أهمية دراستنا، وفيما يأتي عرض لهذه الدراسات في ثلاثة محاور:

اولاً: الدراسات السابقة عن رأس المال الفكري

1- دراسة أعدّها معتمّم صالح هود النعمة للحصول على درجة الماجستير (2006)، بعنوان دور رأس المال الفكري في إمكانية إقامة مرتكزات التصنيع الرشيق، وهي دراسة ميدانية لعينة من شركات القطاع الصناعي المختلط في محافظة نينوى في العراق، سعت الدراسة إلى تحديد دور رأس المال الفكري في إمكانية إقامة مرتكزات التصنيع الرشيق في عينة من الشركات الصناعية في المحافظة، وقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة (60) شخصاً، وتمخّضت الدراسة عن وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين مكونات رأس المال الفكري ومرتكزات التصنيع الرشيق على مستوى جميع الشركات عينة الدراسة، وتوصّلت إلى استنتاجات أهمها وجود علاقة معنوية بين رأس المال الفكري وإمكانية إقامة مرتكزات التصنيع الرشيق، وضرورة إهتمام الشركات عينة الدراسة بقدراتها الفكرية وتوظيفها باتجاه تحقيق أهدافها، ومنها تطبيق مرتكزات نظام التصنيع الرشيق.

2- **Kamath, (2010), The Intellectual Capital Performance of Banking Sector in Pakistan.**

دراسة بعنوان (أداء رأس المال الفكري للقطاع المصرفي في باكستان). تلعب الكفاءة في استعمال الموارد دوراً مهمّاً في تحديد قوة المنظمة، والكفاءة المقاسة فقط على المتغيرات المالية لا تعطي الصورة الحقيقية خاصة في القطاعات ذات رأس المال الفكري المكتف، هذه الدراسة محاولة لقياس أداء البنوك في باكستان على بعد جديد لرأس المال الفكري، تقدّر هذه الورقة القيمة المضافة لرأس المال الفكري (VAIC) للبنوك في باكستان لمدة عامين، وتمّ تحديد عينة الدراسة على مجموعة من البنوك الباكستانية والبالغ عددها (5) بنكاً، وخلصت الدراسة إلى أنّ أداء بنوك القطاع الخاص كان أفضل بكثير من أداء جميع البنوك الأخرى في باكستان على مستويات كفاءة رأس المال الفكري، ويعزى الأداء الجيد إلى كفاءة استعمال وإدارة الموارد البشرية.

3- دراسة أعدّها زلماط للحصول على درجة الدكتوراه (2011) بعنوان دور رأس المال الفكري

في استثمارية ونجاح المؤسسة، وهي دراسة حالة بعض المؤسسات بولاية سيدي بلعباس في

الجزائر، وهدفت الدراسة إلى إثبات أن رأس المال الفكري له أهمية ودور كبير في استمرارية ونجاح المؤسسة في الأسواق، ولإكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية ويكون بمقدورها تجسيد هذا الإكتشاف والتوصل إلى عنصر التفوق والابداع، وافترضت الدراسة أن قيمة رأس المال الفكري كأصل غير ملموس يتجاوز قيمة الأصول المادية الملموسة، وتوصلت الدراسة إلى أنه في حال كان الفارق إيجابياً وأن الناس يدفعون أكثر بكثير من القيمة الحقيقية للأصول الثابتة، فإنه يمكن القول بأن رأس المال الفكري يتجاوز قيمة الأصول المادية الملموسة.

4- دراسة عدتها زهرة البريش للحصول على درجة الماجستير (2013)، بعنوان أثر رأس المال

الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة، سعت هذه الدراسة للتعرف على دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، وقد تم إجراء هذه الدراسة في مؤسسة صناعة الكوابل فرع جنرال كابل بسكرة في الجزائر، ولقد بلغ عدد أفراد عينة الدراسة (76) فرداً عاملاً، وافترضت الدراسة عدم وجود علاقة إرتباط معنوية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية، واستنتجت الدراسة وجود تأثير ضعيف لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية، وأوصت الدراسة بمجموعة توصيات من أبرزها ضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه أحد موارد المؤسسة الرئيسية والاستراتيجية، مؤكدة أهمية الحفاظ عليه وتطويره بشكل مستمر، وضرورة أن تُدرك الإدارة العليا مكانة المعرفة ودورها في المؤسسة، وكيف يسهم انتقالها ومشاركتها بين العاملين في تطوير وتحسين أدائهم، بما ينعكس على إمتلاك المؤسسة لرأس مال بشري متميز يسهم بشكل أكبر في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة.

5- Dimitrios et al, (2017), The impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance.

دراسة بعنوان (تأثير رأس المال الفكري على القيمة السوقية للشركات والأداء المالي). يُظهر

رأس المال الفكري (IC) قبولاً متزايداً كبيراً كموضوع جدير بالتحقيق الأكاديمي والتأثير العملي، الغرض من هذه الدراسة هو دراسة تأثير رأس المال الفكري على القيمة السوقية للشركات والأداء المالي، تمّ استخلاص البيانات التجريبية من مجموعة من الشركات تتألف من 96 شركة يونانية مدرجة في بورصة أثينا (ASE)، من أربعة قطاعات اقتصادية مختلفة، تمت ملاحظتها على مدى فترة الثلاث سنوات من

2006 إلى 2008. تم فحص نماذج الإنحدار المختلفة من أجل اختبار الفرضيات المدرجة في الإطار المفاهيمي المقترح، فشلت النتائج في دعم معظم الفرضيات، استنتج فقط أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة رأس المال البشري والأداء المالي. على الرغم من حقيقة أن رأس المال الفكري معترف به بشكل متزايد كأصلٍ استراتيجي مهم للميزة التنافسية للشركات المستدامة، فإن نتائج الدراسة الحالية تُؤدِّي إلى العديد من الحجج والنقد والمزيد من البحث حول هذا الموضوع.

6- Duhoa & Onumah, (2018) The Determinants of Intellectual Capital Performance of Banks in Ghana: An Empirical Approach.

(محددات أداء رأس المال الفكري للبنوك في غانا: نهج تجريبي). الهدف من الدراسة هو فحص المتغيرات التي تحدد أداء رأس المال الفكري (ICP) للبنوك الغانية. تطبق الدراسة نموذج معاملي القيمة المضافة الفكري (VAICTM) لتقدير برنامج المقارنات الدولية للبنوك، وتقنية تحليل غلاف البيانات لحساب درجات الكفاءة الفنية (TE)، وكفاءة التكلفة (CE). وأستعملت الدراسة بيانات لوحة غير متوازنة لـ 29 مصرف أثناء الفترة 2000-2014 وتم استعمال نموذج الإنحدار المصحح للخطأ المعياري (PCSE) لحساب التغيرات. وبيئت النتائج أن المحددات المهمة لبرنامج المقارنات الدولية هي الإستثمار في البحث والتطوير (R & D)، وكفاءة الإستثمار في رأس المال البشري (HCInv)، والرافعة المالية، والمخاطر التشغيلية، ومخاطر الإعسار (IR) لها تأثير إيجابي كبير على برنامج المقارنات الدولية، والرافعة المالية لها تأثير سلبي كبير على برنامج المقارنات الدولية، والتنوع يعزز بشكل كبير برنامج المقارنات الدولية ولكن الحواجز أمام دخول أقل لبرنامج المقارنات الدولية، وأوصت الدراسة بأنه يجب على البنوك النظر في تنوع عملياتها لزيادة القيمة، ويمكن القيام بذلك بسهولة إذا كان البحث والتطوير هو جوهر عملياتهم، ويجب على مديري البنوك أن يأخذوا في الحسبان قرارات التسعير (الإستراتيجيات) في محاولتهم زيادة القيمة المضافة.

7- El-Bannany, (2018) A study of determinants of intellectual capital performance in banks: The UK case .

دراسة محدّدات أداء رأس المال الفكري في البنوك: حالة المملكة المتحدة). الهدف من هذه الدراسة هو التحقيق في محدّدات أداء رأس المال الفكري في بنوك المملكة المتحدة في الفترة 1999-2005. وتمّ استعمال تحليل الإنحدار المتعدد لاختبار العلاقة بين أداء رأس المال الفكري كمتغير تابع

وبعض المتغيرات المستقلة، وتم إجراء الاختبارات التجريبية فقط على مجموعة البنوك البريطانية الكبرى أثناء الفترة 1999-2005 والبالغ عددها (7) بنوك، وبالتالي لا يمكن إفتراض أن نتائج الدراسة تمتد إلى ما بعد هذه المجموعة من البنوك أو إلى فترات دراسة مختلفة، وتشير النتائج إلى أهمية المتغيرات القياسية ورجحية البنك ومخاطر البنك، كما أظهرت النتائج أن الإستثمار في أنظمة تكنولوجيا المعلومات، وكفاءة البنوك، والعوائق التي تحول دون دخول وكفاءة الإستثمار في متغيرات رأس المال الفكري، والتي لم يتم أخذها في الحسابات في الدراسات السابقة، لها تأثير كبير على أداء رأس المال الفكري.

8- Tatiana Andreeva & Tatiana Garanina, (2019), Do all elements of intellectual capital matter for organizational performance? Evidence from Russian context.

دراسة بعنوان (هل كل عناصر رأس المال الفكري مهمة للأداء التنظيمي؟ دليل من السياق الروسي). يُعدُّ رأس المال الفكري (IC) العنصر الأساسي في خلق القيمة في الإقتصادات المعاصرة وقد تمَّ دعم هذه الحجة على نطاق واسع في ضوء البحث التجريبي، فالغرض من هذه الدراسة هو توفير نظرة ثاقبة تجريبية للعلاقة بين ثلاثة عناصر رئيسية من رأس المال الفكري (البشري والهيكلية والزبائنية) والأداء التنظيمي في سياقٍ معينٍ في المصارف الروسية. تتألف العينة من 240 مصرفٍ روسي. تمَّ جمع البيانات عن طريق المسح باستعمال المقاييس التي تمَّ التحقق من صحتها بالفعل في السياق الدولي، يستعمل المؤلفون تحليلاً من خطوتين - تحليل العوامل والإنحدار - للإجابة على أسئلة البحث، توضَّح النتائج أن رأس المال الهيكلية والبشري يؤثران بشكل إيجابي على الأداء التنظيمي، بينما لا يؤثر رأس المال الزبائنية.

ثانياً: دراسات سابقة عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية

1- دراسة اعدھا أيمن فتحی فضل الخالدي للحصول على شهادة الماجستير (2006)، بعنوان قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء، وهي دراسة ميدانية لعينة من البنوك الإسلامية في فلسطين، هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء، ولقد توصَّلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها إن تقييم عملاء المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين لمستوى جودة الخدمات المقدمة فعلياً كان إيجابياً ولكن لا يرتقى إلى مستوى توقعات العملاء الضرورية وضعف الإهتمام في إدارات المصارف الإسلامية بالعمل على نشر وترسيخ مبدأ عمل المصارف الإسلامية وفق أحكام

الشريعة الإسلامية الغراء لجمهور المتعاملين مع المصارف الإسلامية، وأوصت الدراسة عدت توصيات، منها: وضع استراتيجيات لتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية في فلسطين لمواجهة تحديات المنافسة في المصارف التجارية، وذلك بوضع برامج تمويل تُناسب جميع الأفراد والقطاعات الاقتصادية المختلفة والعمل على وضع آليات لإستقطاب واستثمار ودائع العملاء بشكل أفضل.

2- دراسة أعدتها ابتسام بولخوة للحصول على شهادة الماجستير (2013)، بعنوان

تأثير جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك الإسلامية، وهي دراسة وصفية تحليلية هدفت إلى بيان دور وتأثير جودة الخدمات المصرفية في أداء البنوك الإسلامية، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج منها أنّ البنوك الإسلامية أصبحت تعمل في بيئة تنافسية متغيرة باستمرار وهذا راجع إلى عولمة النشاط المصرفي الأمر الذي يفرض عليها التحسين دائماً لأدائها باستعمال مختلف أساليب تحسين وتطوير مستوى جودة الخدمة المصرفية، وأوصت الدراسة إلى وضع استراتيجية لتطوير الخدمات المصرفية الإسلامية لمواجهة تحديات المنافسة من طرف البنوك التقليدية على الصعيد المحلي، بالإضافة إلى الصناعة المصرفية على المستوى العالمي وخاصة في ظروف التحاق كثير من الدول الإسلامية والعربية بمنظمة التجارة العالمية.

3- Abednego et al, (2013) Service Quality in the Banking Sector in Ghana.

دراسة بعنوان (جودة الخدمة في القطاع المصرفي في غانا). في بيئة الأعمال المعاصرة يُعدّ تقديم

خدمة عالية الجودة شرطاً لا غنى عنه في الإستراتيجية المستمرة لمعظم البنوك العالمية ويشكل عنصراً أساسياً للنجاح والبقاء في البيئة التنافسية الحالية. تبحث هذه الدراسة في الدور الذي تلعبه جودة الخدمة في القطاع المصرفي الغاني وتأثيرها على تقديم الخدمات، وتضمّنت عيّنة الدراسة من 400 عميل تشمل أربعة بنوك رئيسية محلية وأجنبية. وتمّ استعمال أبعاد جودة الخدمة لهيكل الاستبيان. وتم تحليل البيانات التي تمّ جمعها باستعمال عيّنة واحدة، واختبار متوسط الفروق الموزونة بين تصور وتوقع العملاء. في محاولة لتحديد ما إذا كانت هناك فجوة كبيرة بين التوقع والإدراك عند مستوى 5٪ من الأهمية، تُظهر النتائج التجريبية من هذه الدراسة أنّ هناك فجوات بين توقعات العملاء وتصوراتهم حول تقديم الخدمات في جميع البنوك على الرغم من أنّ أداء البنوك كان أفضل فيما يتعلق بالبعد الملموس، وعلى الرغم من هذه الملاحظة احتفظت البنوك بعملائها. لذلك تؤكد الدراسة النظرية القائلة بأنّ جودة الخدمة ضرورية ولكنها ليست شرطاً كافياً للحفاظ على علاقة قوية مع العملاء.

4- Khan & Fasih, (2014), Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector.

دراسة بعنوان (تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولاء العملاء: دليل من القطاع المصرفي). الهدف من هذه الدراسة البحثية هو تحديد مستوى رضا عملاء البنوك فيما يتعلق بجودة الخدمات المختلفة التي يقدمها البنك وولائهم للبنك المعني، يتم دراسة جودة الخدمة ضمن مجموعة من الأبعاد المختلفة، ويتم أيضاً بذل جهد لمعرفة أبعاد جودة الخدمة التي قد تعزز رضا العملاء وولائهم بطريقة أفضل، في ضوء اختيار المستجيبين من مجموعة من الميزات الديموغرافية المختلفة باستعمال أخذ العينات العشوائية الطبقية، يتم اختيار البنوك من كلٍ من القطاعين العام والخاص لأخذ العينات، وتم توزيع استبيانات المسح على 270 عميل من البنوك المختلفة، وتم استرجاع 225 استمارة صالحة للقياس، تم الحصول على معدل استجابة صحيح بنسبة 83٪، يتم استعمال الإحصاء الوصفي وعينة اختبار (t) واحد والإرتباط والإنحدار لتحليل البيانات، تشير النتائج إلى أن جودة الخدمة وجميع أبعادها لها إرتباط كبير وإيجابي برضا العملاء وولاء العملاء. يُعدُّ القطاع المصرفي قطاعاً مهماً في الاقتصاد الباكستاني وقد شهد نمواً غير مسبوق ومنافسة محتدمة في العقد الماضي.

5- Saleem & Adil, (2014), Measuring Internet Banking Service Quality in India: An Empirical Study .

دراسة بعنوان (قياس جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في الهند: دراسة تجريبية). يُعدُّ قياس الخدمات المصرفية عبر الإنترنت نشاطاً إدارياً رئيسياً يوفر المعلومات اللازمة لإتخاذ قرارات فعالة ومراقبة الأداء وتخصيص الموارد بشكلٍ فعالٍ، في هذا السياق يتم استعمال مقياس E-S-QUAL على نطاق واسع لقياس جودة الخدمة في صناعات الخدمات المختلفة، تحاول هذه الدراسة قياس جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في الهند استناداً إلى البيانات التي تم جمعها من عينة من 274 مستجيباً عن طريق أخذ عينات ملائمة غير قائمة على الاحتمالية. من أجل اختبار موثوقية المقياس وتحديد ما إذا كانت هناك اختلافات كبيرة بين المتغيرات الديموغرافية للمستجيبين والعوامل المتعلقة بـ E-S-QUAL، فإننا نستعمل Cronbach's alpha (اختبار الموثوقية) واختبار t وANOVA وتحليل الإرتباط. يشير تحليلنا الأولي إلى أنه، من حيث الإتساق / الموثوقية الداخلية، تعمل E-S-

QUAL (عند تطبيقها في الهند) تماماً كما ينبغي أن يكون مقياس جودة الخدمة. وتشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجيبين فيما يتعلق بالجنس والعمر، ولكن هناك فرق كبير فيما يتعلق بالدخل. هناك علاقة إرتباط عالية وقوية بين عوامل جودة الخدمة.

6- Al-Nady et al, (2018), Banking service quality provided by commercial banks and customer satisfaction. A structural equation modelling approaches.

7- دراسة بعنوان (جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية ورضا العملاء).
نُهج نموذج المعادلة الهيكلية). الهدف من هذه الدراسة هو بيان تأثير عناصر جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في البنوك التجارية العاملة في الأردن، تم إجراء هذه الدراسة على مجموعة من البنوك الأردنية وبواقع (4) بنوك، وتوصلت الدراسة إلى أن ترتيب أهمية أبعاد جودة الخدمة المختبرة هنا هو: الضمان؛ الموثوقية؛ الملموسة، العطف، والإستجابة. ويتأثر رضا العملاء في الغالب بجودة الخدمة. وأبدى العملاء رضاهم الكبير عن الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، تعزز هذه النتيجة حاجة مديري البنوك إلى التركيز على الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة، وخاصةً على التأكيد، ويجب أن تبدأ بتحسين جودة الخدمة من أجل زيادة رضا العملاء، وأنَّ التركيز على تقديم خدمات عالية الجودة، وتحسين جودة الخدمة بشكلٍ فعالٍ أمرٌ بالغ الأهمية لرضا العملاء.

8- Alegre et al, (2020) The service quality assessment in the banking services context.

دراسة بعنوان (تقييم جودة الخدمة في سياق الخدمات المصرفية). تقييم الجودة هو عملية أساسية لإدارة الجودة في المؤسسات المصرفية، يشكّل تطويره الفعال عنصراً ديناميكياً في تحقيق مبدأ التحسين الأساسي، وهو هدف أساسي أيضاً لإدارة الجودة، تهدف هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمة في سياق الخدمات المصرفية، وباستعمال التنظيم النظري كمنهجية، فإنَّ النماذج الموصوفة في الأدبيات حول تقييم جودة الخدمات ووضعتها في سياق العمل المصرفي تحتاج إلى دراسة، وتمَّ تحديد حجم العينة في ضوء دراسة (11) مصرفاً، وبيّنت نتائج الدراسة بأنَّ جودة الخدمة في المصارف قيد البحث محدودة وتحتاج إلى تطوير، ويتم التركيز على فهم عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية من خلال نشر مجموعة

منهجية من العمليات الدورية المرتبطة بالحصول على معلومات موثوقة وصحيحة وتفسيرها عن درجة المطابقة لمتطلبات الجودة للخدمة المصرفية التي يجب مراعاتها.

9- دراسة أعدتها كل من عمارة الخضيرى، ويونسي مصطفى (2021)، بعنوان أثر تنوع

الخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون ، وهي دراسة ميدانية في بنك بركة الجزائري، هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الخدمات المصرفية الإسلامية على رضا الزبون، إعتد الباحثان على الإستبانة، إذ وُزعت 155 إستبانة على عيّنة من زبائن بنك البركة الجزائري، وتم تحليلها باستعمال البرامج الإحصائي SPSS وتوصّلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي وقوي بين الخدمات المصرفية الإسلامية ورضا الزبون، كما أوصت الدراسة بتشجيع هذا النوع من الخدمات لتلبية لحاجيات الزبون وإرضائه بكونه محور العملية التسويقية وأحد أهم الإستراتيجيات التي تركز عليه.

ثالثاً: دراسات سابقة عن رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية

1- دراسة أعدتها آلاء مُحمد أحمد للحصول على شهادة الماجستير (2013)، بعنوان

علاقة إدارة المعرفة بجودة الخدمة المصرفية، وهي دراسة ميدانية لعينة من البنوك السودانية، هدفت الدراسة بصورة رئيسية إلى دراسة وتحليل تأثير إدارة المعرفة على جودة الخدمات المصرفية في القطاع المصرفي السوداني، و خلصت الدراسة إلى عدّة نتائج من أهمها لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لإدراك عملية إدارة المعرفة لدى موظفي البنوك التجارية السودانية، هنالك فروق معنوية ذات دلالة إحصائية لإدراك جودة الخدمة المصرفية لدى عملاء البنوك التجارية السودانية، وأوصى البحث بعدة توصيات من أهمها ضرورة اهتمام بإدارة المعرفة التي يمتلكها العاملين فيها بمختلف صفتهم الوظيفية إذ أنّ هذه المعارف تُعدّ رأس مال فكري الذي يساهم في تنمية الميزة التنافسية بشكلٍ عامٍ وجودة الخدمة المصرفية على وجه الخصوص.

2- دراسة أعدتها الدكتورة فاطمة الزهراء يحياوي (2017)، بعنوان رأس المال الفكري

ودوره في تعزيز جودة الخدمات البنكية، وهي دراسة تطبيقية لعينة من البنوك العمومية ميدانية المدية، وهدفت الدراسة للإجابة على تساؤلٍ ما مدى تأثيري إمتلاك رأس مال فكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية، وتمّ التوصل لمجموعة من النتائج أبرزها اهتمام البنوك العمومية بالإستثمار في رأس المال الفكري، ورضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية إضافة للتأثير الواضح لرأس المال الفكري في تحسين جودة

الخدمات المصرفية، كما خرجت الدراسة بعدة مقترحاتٍ أهمها زيادة إهتمام البنوك برأس المال الفكري وتحسين جودة الخدمات المصرفية بالأخذ بعين الإعتبار النقاط التي لم تنل رضا العمال.

3- Behaylu & Gizaw, (2020), Intellectual Capital and Its Effect on Service Quality of Commercial Bank of Ethiopia: Evidence from SNNPR District .

(رأس المال الفكري وتأثيره على جودة خدمة البنك التجاري الإثيوبي: دليل من مقاطعة SNNPR). الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو فحص أداء رأس المال الفكري للبنك التجاري الإثيوبي وتأثيره على جودة الخدمة، واستعمال الباحثون تحليل الإنحدار المتعدد للتأكد من مدى تأثير مؤشرات مكونات رأس المال الفكري على جودة الخدمة للبنك المستهدفة. تعتمد هذه الدراسة على منهج آستنتاجي وطريقة كمية كمنهج بحثي، أظهرت النتائج التجريبية للدراسة أنّ رأس المال البشري له تأثير إيجابي وهام على جودة الخدمة. ومع ذلك فإنّ علاقة رأس المال الهيكلية ضعيفة إحصائيًا بجودة الخدمة.

4- Rehman et al, (2021), Propensity for and Quality of Intellectual Capital Divulgence Across the BRICS Banking Sector: A Knowledge-Based Perspective from Emerging Economies.

دراسة بعنوان (النزعة وجودة الكشف عن رأس المال الفكري عبر القطاع المصرفي لدول BRICS: منظور قائم على المعرفة من الاقتصادات الناشئة). تسعى الدراسة إلى تحديد أنماط النزعة (التكرار) ونوعية مكونات النزعة (متوسط الدرجة) لرأس المال الفكري (IC) (رأس المال الداخلي ورأس المال الخارجي ورأس المال البشري) للبنوك من البرازيل وروسيا والهند والصين وجنوب إفريقيا وهي مجموعة (BRICS)، يقوم تصنيف البحث ببناء مؤشر كشف IC مدته 5 سنوات (2015-2019) باستعمال تحليل محتوى التقارير السنوية ومواقع الويب لأكثر عشرة بنوك في دول (BRICS)، وقد اختارت الدراسة البنوك حسب محافظ أصولها، يطبق تحليل المحتوى لتدوين المعلومات النوعية في أنماط ومبادئ كمية، تكشف النتائج أنّ ممارسات الإفصاح عن رأس المال البشري لبنوك البريكس تقع في مواقف متواضعة إلى مرضية في جميع الفئات الثلاث المختارة لتصنيفات رأس المال

البشري. كما أنّ نزعة وجودة الإفصاح عن التجارة الدولية يتغيران بسبب عدم حدوث أطر عملٍ لرأس المال البشري وآليات إعداد التقارير في بنوك البريكس، ويظهر التفاوت بين الإفصاح الطوعي عن رأس المال البشري والدور الآسمي للقوى المؤسسية في البنوك. على الرغم من أن بنوك البريكس لديها التزامات أفضل بالكشف عن معلومات قيمة حول الأصول غير الملموسة، فقد طور مديرو رأس المال البشري الآليات المناسبة للإلتقاط والإبلاغ عن القيم المخفية للأصول غير الملموسة مع إظهار "إتفاقيات الترخيص" و"القدرات الريادية" و"العلاقات المالية".

5- Asare et al, (2021), Intellectual capital and asset quality in an emerging banking market.

دراسة بعنوان (رأس المال الفكري وجودة الأصول في سوق مصرفي ناشئ). تبحث هذه الدراسة في العلاقة السببية بين رأس المال الفكري وجودة الأصول للبنوك في غانا، باستعمال البيانات السنوية المستخرجة من البيانات المالية المدققة لـ 24 مصرفاً من 2006 إلى 2015، يتم استعمال نسبة القروض المتعثرة إلى إجمالي القروض والسلف لتقدير نمو جودة الأصول بينما يقيس معامل القيمة المضافة الفكري بواسطة Pulic (2008، 2004) رأس المال الفكري، ويتم استعمال تقنية تقدير الأخطاء المعيارية المصححة عن طريق اللوحة لتقدير انحدارات اللوحة مع جودة الأصول كمتغير تابع. ويبيّن النتائج بعدم وجود تأثير لجودة أصول البنوك في غانا عمومًا برأس المال الفكري. ومع ذلك عندما ينقسم رأس المال الفكري إلى مكوناته، تشير الدراسة إلى وجود علاقات إيجابية مهمة بين جودة الأصول ورأس المال الفكري. وبالتالي تؤثر كفاءات رأس المال الهيكلية ورأس المال البشري بشكلٍ إيجابي على جودة أصول البنوك.

هيكلية الدراسة

تحتوي الدراسة على خمسة فصول، إذ جاء الفصل الأول تحت عنوان هيكلية الدراسة، واحتوت على مشكلة الدراسة والأهداف والأهمية وفرضيات الدراسة ومنهجية الدراسة والفجوة البحثية والدراسات السابقة.

بينما جاء الفصل الثاني تحت عنوان (الاطار النظري لرأس المال الفكري) ويحتوي على أربعة مباحث

هي:

- 1- مدخل مفاهيمي لرأس المال الفكري
- 2- مكونات (أبعاد) رأس المال الفكري
- 3- إدارة رأس المال الفكري، تنميته وأدواره
- 4- الإستثمار في رأس المال الفكري وقياسه

فيما حمل الفصل الثالث عنوان (جودة الخدمات المصرفية الإسلامية) وتضمّن ثلاثة مباحث وهي:

- 1- مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية الإسلامية
- 2- ماهية جودة الخدمات المصرفية الإسلامية
- 3- قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية، أبعاده وأساليب تحسينه

أما الفصل الرابع فقد جاء بعنوان (إجراءات الدراسة الميدانية) تضمّن مبحثين، وهما:

1. مجتمع الدراسة وعيّنته.
2. فحص واختبار أداة قياس البحث.

وأخيراً حمل الفصل الخامس عنوان (وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضياتها) وتضمّن

مبحثين، وهما:

1. وصف أبعاد الدراسة ومتغيراتها وتشخيصها.
2. تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها.
1. وختاماً جاءت الخاتمة والنتائج

الفصل الثاني

الإطار النظري لرأس المال الفكري

تمهيد:

في ظلّ عصر العولمة وإقتصاد المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، أصبح الاهتمام بالمهارات والمعرفة هو الأمر الذي توليه المؤسسات المالية والمصرفية الأهمية القصوى، وأصبح رأس المال الفكري هو من أهم الثروات للمؤسسات المالية، بكونه أهم العناصر في تفعيل النتاج الفكري، والقادر على تحويل الفكرة إلى قيمة حقيقية ملموسة مضافة إلى المؤسسة، لأنّ رأس المال غير الملموس والذي لا ينفد بل يزداد بزيادة الإستثمار فيه، ويتمثل في القدرات المعرفية المتميزة لدى العاملين أو ما يسمى برأس المال البشري، وأصول هيكلية مرتبطة بالإجراءات والهياكل التنظيمية، بالإضافة إلى رأس المال الزبائني الذي يتمثل في طبيعة العلاقات بين المؤسسة وعملائها، ووجب التعامل مع الأصول غير الملموسة في المؤسسة المتمثلة برأس المال الفكري على أنّه أحد أهم المورد الإستراتيجية في المؤسسة يتوجب الحفاظ عليه والعمل على استمراره. ولأجل التعرّف على مضمون ومعنى وأبعاد رأس المال الفكري، قسّمنا الفصل الاول على أربعة مباحث.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لرأس المال الفكري.

المبحث الثاني: مكونات رأس المال الفكري.

المبحث الثالث: إدارة رأس المال الفكري، تنميته وأدواره.

المبحث الرابع: قياس رأس المال الفكري والإستثمار فيه.

المبحث الأوّل: مدخل مفاهيمي لرأس المال الفكري

أصبحت المؤسسات المالية اليوم تنشط في محيط يتسم بسرعة من التغير والتطور والمنافسة ولكي تحافظ هذه المؤسسات على بقائها واستمرارها في هذا الجو التنافسي، شهدت نقلة نوعية من عصر الصناعة إلى عصر المعرفة، إذ في ظلّ هذه البيئة التنافسية تُعدّ الموجودات غير الملموسة المتمثلة برأس المال الفكري أحد أهم الموارد الإستراتيجية للمؤسسات المالية التي تخلق لها قيمة معتبرة وتضمن لها البقاء والتفوق في ظلّ التحديات العالمية الراهنة.

يُعدُّ مفهوم رأس المال الفكري من المفاهيم التي حُظِيَتْ باهتمام الباحثين والإقتصاديين ومدراء الشركات منذ ثمانينيات القرن العشرين حتى يومنا هذا، وذلك لكونه أحد أهم الأدوات التي تتحقق للمؤسسة المالية التفوق والتميز والتنافسية لكونها غير قابلة للتقليد، ونظراً لأهمية مفهوم رأس المال الفكري فقد تباينت تعريفات هذا المصطلح وذلك لثلاثة أسباب، وهي¹:

1- حادثة المفهوم إذ استُعملَ مفهوم رأس المال الفكري عام 1990 من قبل (Ralph stayer) مدير شركة (Sonville John).

2- تنوع مجالات اهتمام الباحثين في دراساتهم لرأس المال الفكري فمنهم من تعامل معه أنه أداة معرفة وقيمة مضافة للمؤسسة، وآخرون اهتموا به من حيث أبعاده وطرق قياسه وكيفية استعماله.

3- اختلاف الفروع العلمية التي تناولت مفهوم رأس المال الفكر فهناك عدد من الباحثين ينسبونه إلى إدارة الأعمال وآخرون إلى علم النفس.

المطلب الأول: مفهوم رأس المال الفكري

يمكن تصنيف هذا الاختلاف في مفاهيم رأس المال الفكري على ثلاثة أقسام: القسم الأول ركَّز في تعريفه لمفهوم رأس المال الفكري على العنصر البشري، فيما ركَّز القسم الثاني من تعريفه على الأصول غير الملموسة، وأخيراً ركَّز القسم الثالث الذي يُعدُّ أكثر تكاملاً إذ جمعت بين الأصول غير الملموسة والجانب البشري².

القسم الأول: ركَّز في تعريفه لمفهوم رأس المال الفكري على العنصر البشري

ومن هذه التعريفات تعريف (youndt et al) عرَّفَ رأس المال الفكري على أنه مجموعة من القدرات الذهنية التي يمتاز بها عدد محدود من العاملين في المؤسسة يستطيعون عن طريقها تقديم نتائجهم الفكرية التي تساعد المؤسسة من زيادة انتاجيتها وتحقيق مستوى أداء اعلى مقارنةً مع المؤسسات المنافسة

¹ سهام مُجَدِّ علوان، "القيمة المضافة مدخل لقياس رأس المال الفكري"، مجلة الإدارة التربوية، جامعة الرقازيق، العدد 19 (2018)، ص 231.

² حامد هاشم مُجَدِّ الراشدي، إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسات التعميمية، (مكة المكرمة: دار طيبة الخضراء للنشر والتوزيع، 2017)، ص 23.

لها³، وفي السياق نفسه يؤكد (stewart) على أنّ رأس المال الفكري هو مجموعة من المهارات والمعلومات الإستراتيجية والمميزة التي يمتلكها بعض العاملون بحيث لا يوجد من يمتلكها في المؤسسات المنافسة فضلاً عن كون هذه المعلومات تمتلك قيمة يدفع الزبون لها ثمناً للحصول عليها⁴، بينما عرّفه آخرون على أنّه القدرة الذهنية التي يمتلكها عدد محدود من العاملين في المؤسسة ويمكنهم عن طريقها تقديم أسهاماتهم الفكرية، وتمثل مصدر التحسين والإبتكار والتجديد الذي بدوره يساهم في تأمين بقاء المؤسسة ضمن المنافسة السوقية⁵.

القسم الثاني: ركّز على الأصول غير الملموسة.

منها تعريف معهد البحوث (Boorking) لرأس المال الفكري وهي تكامل ونضوج للأصول غير الملموسة في المؤسسة والتي تمكّنها من أداء الأعمال وتحقيق القيمة⁶. وفي السياق نفسه عرّف (Edvenson) رأس المال الفكري بأنّه الموجودات غير الملموسة والتي تتجاوز قيمتها قيمة الموجودات الأخرى، إذ وتستعملها المؤسسة لإيجاد القيمة عند تحويلها إلى خدماتٍ وسلعٍ تمتاز بعدم وجود كيان مادي لها فضلاً عن عدم تأكيد منافعها المستقبلية وذلك لصعوبة التنبؤ بالعمر الإنتاجي لها⁷، فيما عرّف كلٌّ من (Sahin & kaya) رأس المال الفكري على أنّه القيمة المعرفية للمؤسسة أو هي المعرفة والأصول غير الملموسة التي يمتلكها العاملون في المؤسسة⁸، بينما عرّفها آخرون بأنّها الموارد غير الملموسة ولا تظهر في البيانات المالية والتي يمكن استعمالها أيضاً كميزة تنافسية ولتعزيز القيمة المستقبلية للشركة

³ مجّد عزات الحلالمة، "رأس المال المعرفي وأثره في أسباب النجاح الاستراتيجي لمنظمات الاعمال: دراسة استكشافية في شركة الاتصالات الأردنية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 19، 2009، ص9.

⁴ جمال عبد الله مخلف المختار، "دور رأس المال الفكري في تحقيق النجاح الاستراتيجي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في المدارس الاهلية في محافظة نينوى"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (15)، العدد (45)، (2019)، ص21.

⁵ اسعد منشد مجّد، إثر القياس والافصاح عن راس المال الفكري على مستخدمي القوائم المالية، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (3)، العدد (7)، (2017)، ص23.

⁶ الراشدي، إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسات التعميمية، مصدر سابق، ص24.

⁷ هدى قحطان مجول، اختيار أنسب قنوات تسويق النفط العراقي باعتماد أبعاد رأس المال الفكري: دراسة تحليلية لآراء عينة مختارة في شركة نفط الشمال، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (16)، العدد (2/52)، (2020)، ص371.

⁸ Edvinsson & Malone M, "intellectual capital : realizing your companys true vale by finding its hidden brainpower", *harper Busiess.newyork*, (1997), p34-35.

بشكلٍ عام، تركزُ معظم التعريفات على كيفية استعمال المؤسسات للمعرفة (المصادر غير الملموسة) بشكلٍ فعالٍ لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة (أو تعظيم قيمة الشركة)⁹.

القسم الثالث: جمع بين الأصول غير الملموسة والجانب البشري.

من أشهر تعريفات رأس المال الفكري وأهمها في هذا القسم تعريف منظمة التنمية والتعاون الإقتصادي (OECD) بأنَّه القيمة الإقتصادية الحقيقية لنوعين من الأصول المعرفية غير الملموسة للمؤسسة وهما: رأس المال البشري ويشير إلى (الموارد البشرية داخل المؤسسة والعاملين) ويتضمن المهارات والخبرات والكفاءات، ورأس المال الهيكلي ويشكل (الملكية الفكرية، الإجراءات، شبكات التوزيع، التكنولوجيات، العمليات التنظيمية)¹⁰، فيما عرّفها (Bounfour & Edvinsson) بأنها عبارة عن دمج كل من رأس المال الهيكلي الإستراتيجي مع رأس المال البشري لكي تتمكن المؤسسة من الحصول على تأثير مضاعف لمساهمات الأفراد المستقبلية او هي المعرفة التي يكن تحويلها إلى أرباح مستقبلية عن طريق دمج رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي¹¹، ويمكن تعرفها ايضاً بأنها مجموعة من المكونات (بشرية وهيكلية وعلاقية) والتي تساهم في انتاج الأفكار جديدة¹²، وفي ضوء ما تقدّم من مفاهيم رأس المال الفكري توصلَ الباحثُ إلى مشتركاتٍ في التعاريف السابقة وهي:

- 1- يمثل رأس المال الفكري الموجودات غير الملموسة في المؤسسة.
- 2- إنّ رأس المال الفكري هم الأشخاص الذين يمتلكون القابلية على الأبداع والإبتكار وهم يمثلون الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسة ويصعب إلى حدٍ كبيرٍ استبدالهم.
- 3- القيمة المستخلصة من تحويل النتاجات الفكرية والمهارات الشخصية إلى موجودات ملموسة يمكن للمؤسسة أن تتاجر بها.
- 4- يمثل رأس المال الفكري القيمة الحقيقية للمؤسسة.

⁹ Funda Bahar Kaya, Gonca Guzel Sahin, "Intellectual capital in organizations. Problems and Perspectives in Management", *JOURNAL Problems and Perspectives in Management*, (2010), P154.

¹⁰ أفكار سعيد خميس عطية، انموذج مقترح لادارة رأس المال الفكري في مؤسسات التعليم العالي ومتطلبات تطبيقه، مجلة الإدارة التربوية، العدد (18)، (2018)، ص264.

¹¹ علي أكرم عبد الله علي، رأس المال الفكري وأثره على أداء العاملين: دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الأقسام في جامعة الموصل، مجلة تنمية الرافدين، العدد (89)، المجلد (32)، (2010)، ص124.

¹² Manzari Mahdi, Mostafa Kazemi, Shamsoddin Nazemi and Alireza Pooya, "Intellectual capital: Concepts, components and indicators: A literature review", *Management Science Letters* 2, *Management Science Letters*, (2012).

5- المورد الإستراتيجي الذي ينمو ويزداد حجمه بالتقادم.

واستنادا الى ماسبق يرى الباحث أنّ رأس المال الفكري وهي موجودات غير ملموسة يمتلكها بعض العاملين في المؤسسة تزداد قيمتها بالتقادم وتُعدُّ القيمة الحقيقية للمؤسسة.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لرأس المال الفكري

إنَّ لرأس المال الفكري جذوراً تاريخية قديمة قَدَمَ الإنسان فمنذ أن خلقَ الله آدم عليه السلام أودع فيه العلم والقدرة على التفكير، إذ قال تعالى {وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا} [البقرة، 31] ولقد ذكر الله تعالى أولي الألباب في مواضع متعددة من القرآن الكريم وهم أصحاب العقول كما جاء في قوله تعالى {إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَآخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لآيَاتٍ لِأُولِي الْأَبْصَارِ} [ال عمران، 190].
إلّا إنَّ رأس المال الفكري يُعدُّ من المفاهيم الحديثة التي ظهرت مع ظهور إقتصاد المعرفة، فقد أصبح يُنظر إليه بأنَّه أحد الموجودات الثمينة التي تحقق البقاء والاستمرارية والتنافسية للمؤسسات، ومن الأصول التي لا يمكن تقليدها بسهولة، ويعود ظهور مصطلح رأس المال الفكري إلى تسعينات القرن العشرين، إذ تمَّ استعمال هذه المصطلح من قبل العالم Edverson في كتبه عام 1993، ومن أوائل الكتب التي حملت عنوان رأس المال الفكري كان الكتاب الذي أصدر في عام 1997 للمؤلف الأمريكي توماس ستيرورات¹³. ولقد حدّد العنزى وصالح ثلاث مراحل رئيسية مهدت لظهور مفهوم رأس المال الفكري وساهمت في تطويره، وكالاتي¹⁴:

المرحلة الأولى: اشراقات البداية وتوجيه الإهتمام بالإمكانات البشرية

بدأت إضاءة هذه المرحلة بالتحديد في بدايات القرن السابع عشر وبالتحديد على يد الإقتصادي (Willim Petty) الذي أكّد على فكرة اختلاف نوعية العامل وطرح موضوع قيمة العاملين في المؤسسة في حساب الثروة بطريقة إحصائية، وشكّلت هذه الدراسات فيما بعد بما يعرف برأس المال البشري. ولم تتوقف جهود الإقتصاديين بهذا الإتجاه ففي عام 1779 أشار العالم الاقتصادي

¹³ بسام عبد الرحمن يوسف، إثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء التميزي: دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، (2005)، ص36.

¹⁴ سعد على العنزى و احمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال، (عمان: دار يازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008)، ص134.

(Adam Smith) في كتابه (ثرة الأمم) إلى تأثير مهارات وإمكانيات العاملين في العملية الإنتاجية وجودة المخرجات، وأكد على تحديد أجور العمال وفق ما يبذلونه من جهد ووقت وكلفة في كسب المهارات المطلوبة في أداء أعمالهم. وفي عام 1890 أكد العالم الاقتصادي (Alfred Marshall) على أهمية الإستثمار في البشر بقوله (إنَّ أثن ضرور رأس المال ما يستثمر في البشر) وذلك لأنَّ البشر منفعته وإنتاجه يزداد بازدياد خبراته، ولا يخضع لقانون المنفعة المتناقصة¹⁵، وشهد عام 1906 ظهور الأساس الفعلي لنظرية رأس المال البشري بعد أن قام العالم الاقتصادي (Lrving Fisher) بإدخال مفهوم رأس المال البشري في مفهوم رأس المال العام، وفي الخمسينات والستينات من القرن العشرين شهَّدتْ نظرية راس المال البشري تطوراً سريعاً على المستويين الفردي والاجتماعي، وفي عام 1967 صنَّفَ الكاتب الاقتصادي (Blang) رأس المال إلى ستِ فئات وهي التعليم الرسمي، التدريب أثناء العمل، البحث عن وظيفة، استرجاع المعلومات، الهجرة، التحسن بالصحة، وإمتدَّتْ هذه المرحلة من القرن السابع عشر إلى نهاية سبعينات القرن العشرين وهي حقبة تطوَّرت فيها مفهوم رأس المال البشري وشدَّدتْ هذه الحقبة على ضرورة دراسة رأس المال البشري الذي يُعدُّ مكتملاً لرأس المال المادي، وأخيراً يمكن القول بأنَّ رأس المال البشري يمثل نقطة الإرتكاز الأساس لدراسة موضوع رأس المال الفكري¹⁶.

المرحلة الثانية: ظهور مفهوم رأس المال الفكري وتوجيهات الإهتمام بالقابلية الذهنية

مع بداية ثمانينات القرن العشرون بدأت تتجلى المعاني الحقيقية لمفهوم رأس المال الفكري عند المديرين والاكاديميين والمستشارين حول العالم أصبحوا واعين إلى أنَّ الموجودات غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسات هي المحدد الرئيسي لقيمتها ولأرباحها، ففي عام 1980 لاحظ (Hiroyuki) تباين في أداء الشركات اليابانية نتيجة اختلاف نسبة الموجودات غير الملموسة التي تمتلكها كل شركة من هذه الشركات، ويعضد الرأي السابق (Ralph stayer) مدير شركة (Sonville John) للأطعمة إذ قال: "في السابق كانت المصادر الطبيعية هي أهم مصادر الثروة القومية أمَّا الآن فقد حلَّ محلها رأس المال

¹⁵ Alcaniz, L., Bezares, F. G., & Roslender, R. Theoretical perspectives on intellectual capital: A backward look and a proposal forgoing forward, Article in press. Accounting Forum, (2011).

¹⁶ Andriessen, D. Making Sense of Intellectual Capital: Designing a Method for the Valuation of Intangibles, *Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington*, MA, (2014).

الفكري الذي يُعدُّ أهم مكونات الثروة"¹⁷. وفي عام 1986 نشر (Karl Eric Sveiby) كتاباً صغيراً باللغة السويدية بعنوان (شركة المعرفة-كيف) (The Know How Company) أشار في كتابه إلى ضرورة الإهتمام بالموجودات غير الملموسة لأنها تمثّل المصدر الحقيقي لبقاء المؤسسة ونموها، وفي عام 1989 قام المستشار التجاري (Patrick Sullivan) بإنشاء نشاط استثماري يتركز على نصح الزبائن في كيفية استخراج القيمة من الإبداع من وجهة نظر تجارية. شهدت بداية تسعينات القرن العشرين تنوياً لمجهود هذه المرحلة ومثله ثلاث خطوات كانت أولها عام 1990 على يد (Ralph Stayer) المشار إليه آنفاً عندما أطلق ولأوّل مرة مصطلح رأس المال الفكري، وثانيها عام 1991 عندما نشر (Stewart) مقال بعنوان القوة الذهنية، وثالثها كان عام 1991 عندما تمّ تعيين (Leif Edvinsson) أول مدير لرأس المال الفكري من قبل مؤسسة (Skandia) السويدية لخدمات التأمين والمالية، ويلاحظ ممّا سبق أنّ المرحلة الثانية ابتدأت في الثمانينات وامتدت حتى بداية تسعينات القرن العشرين، وتميّزت هذه المرحلة بمجموعةٍ من المقترحات والآراء التي ركّزت على دور وأهمية الموجودات غير الملموسة في بقاء الشركة ونموها وشهدت أيضاً ولادة مصطلح رأس المال الفكري عام 1991¹⁸.

المرحلة الثالثة: تكثيف الجهود وولادة النظرية

يلاحظ بعد إنتهاء المرحلتين الأولى والثانية تبلور مفهوم رأس المال الفكري وإهتمام الباحثين فيه أكثر ممّا سبق في المرحلة الثالثة، ففي عام 1993 عيّنت شركة (Dou Chemical) مديراً للموجودات الفكرية وذلك للإهتمام في تطوير الأرباح والمنافع الجديدة من رأس المال الفكري، وفي عام 1995 نظّم كلٌّ من (Edvisson, Retrash & Sullivan) أول إجتماع لمثلي الشركات الفعالة وإتفقوا على ضرورة استخراج القيمة من موجودات شركاتهم غير الملموسة ووضع تعريف لرأس المال الفكري وكيفية قياسه وتحديد عناصره الأساسية حيث أنظم إلى هذا الاجتماع 8 شركات من أصل 12 شركة، وفي العالم نفسه نظّمت مؤسسة (Arthur Anderson) البحثية ندوةً بعنوان صيرورة المعرفة أو الحجة لها شارك فيه 447 فرداً، وقُدّم فيها 53 بحثاً عن المعرفة وتقييم أداء المعرفة، وشهد عام 1999 إنعقاد ندوة دولية في مدينة أمستردام لرأس المال الفكري ركّزت جهودها حول مناقشة أهداف رأس المال الفكري

¹⁷ Burr, R., & Girardi, A. "Intellectual capital: More than the interaction of competence x commitment" , *Australian Journal of Management*, 27, (2012), 77-87.

¹⁸ Chu, P. Y., Lin, Y. L., Hsiung, H. H., & Liu, T. Y. "Intellectual capital: An empirical study of ITRI". *Technological Forecasting & Social Change*, 73, (2016), 886-902.

وإتجاهاته وطرق قياسه ومستوياته وأبعاده، وفي العام 2001 إنعقد المؤتمر الدولي الرابع لرأس المال الفكري في كندا، وشهد العراق عام 2001 أوّل دراسة نظرية تحليلية لرأس المال الفكري من قبل الأستاذ الدكتور (سعد علي العنزي) الموسومة بـ(رأس المال الفكري ثروة حقيقية لمنظمات اعمال القرن الواحد والعشرين)، وفي عام 2003 انعقد مؤتمر نيويورك لرأس المال الفكري، ويلاحظ ممّا سبق أنّ جهود الإقتصاديين والباحثين ومدراء المؤسسات في هذه المرحلة تركّز بالدرجة الأساس على إيجاد نظرية لرأس المال الفكري فقد صيغت افتراضات النظرية على النحو الآتي¹⁹:

- 1- إنّ قيمة رأس المال الفكري كموجود غير ملموس يتجاوز قيمة الموجودات الملموسة.
 - 2- إنّ رأس المال الفكري هو الأساس في توليد مخرجات مادية.
 - 3- المقياس المالي لرأس المال الفكري يمثل الفرق بين القيمة الدفترية والقيمة السوقية لها.
 - 4- إنّ رأس المال الفكري يُعدّ أداة تحليل استراتيجي للمؤسسة.
- وبعد صياغة افتراضات النظرية فقد حُدِّدَت مبادئ النظرية وكما يأتي²⁰:

1- مبدأ حركية المفهوم: إنّ مفهوم رأس المال الفكري غير ثابت بل متغير ومتجدد باستمرار لأنّه يتكيف مع المتغيرات البيئية.

2- مبدأ الأداء الواقعي: يمكن التوصل إلى مخرجات رأس المال الفكري عن طريقه الأداء الميداني في الواقع.

3- مبدأ الإلتزام الحقيقي: الدور الجوهرى لرأس المال الفكري هو الإلتزام بالأداء والابداع والتجديد والمعرفة.

4- مبدأ تكامل المقومات: يعمل رأس المال الفكري كوحدة واحدة متكاملة ذات تفاعل مستمر ولا يجوز تجزئته إلى مكوناته الأساسية لأنّها لا تعطي صورة واضحة عن الأداء الإجمالي.

5- مبدأ الفائدة المتعددة: يمكن الإستفادة من رأس المال الفكري في مراحل وعمليات مختلفة في الوقت نفسه.

6- مبدأ التقويم والقياس: تولد القيمة للمؤسسة وتعظيمها يعتمد على التقويم والقياس المستمر.

¹⁹ فرحاني لوبزة، "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة- باتنة"، أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة محمد خضير- بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2016، ص63.

²⁰ Baker, R. J. "Mind Over Matter: why intellectual capital is the chief source of wealth", John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, (2018).

المطلب الثالث: أهمية رأس المال الفكري وخصائصه

تتبع أهمية رأس المال الفكري بكونه أحد أهم مصادر الثروة ودعائم القوة في المؤسسة، ولذلك يجب على الإدارة العليا في المؤسسة أن تدرك كيف استغلال هذه الخصائص الهامة من أجل بناء قاعدة معرفية قوية تستطيع عن طريقها مواجهة المنافسة القوية والبقاء في بيئة الاعمال²¹.

أولاً: أهمية رأس المال الفكري

يُعدُّ رأس المال الفكري الثروة الحقيقية في المؤسسات، إذ تكمن أهمية رأس المال الفكري بوصفه موضوعاً مهماً يتعلق بأعمال المؤسسة من جانب بنائها وتطويرها إذ إنّ نشوء الإدراك المعرفي والمهارات هو من أكثر الموجودات أهمية بالنسبة للمؤسسة متضمّنة عمق التفكير للإدارة وكفاءة المقاييس. إنّ لرأس المال الفكري الدور البارز في تحول اهتمام إدارات المنظمات من الموارد الطبيعية إلى الموارد الفكرية، فقد توصّل معهدُ البحوث (Brooking) على سبيل المثال، إلى أنّ في عام 1962 كان 62% من قيمة المنظمة تتمثل برأس المال المادي. وبحلول عام 1992 كانت النسبة المئوية قد تراجعت إلى 38% واستمرت بالتراجع. وأظهرت بحوثٌ أخرى أنّهُ في عام 1995 قد أصبح أكثر من 75% من قيمة المنظّمات العاملة في مجال الرعاية الصحية والخدمات الشخصية تُسببُ إلى رأس المال الفكري للمنظمة²². إنّ أهمية الأصول المعرفية والمتمثلة برأس المال الفكري تنبثق من أهمية الدور الذي تلعبه هذه النخبة من القوى العاملة، والمتمثل بتقديم الأفكار الجديدة والإبتكارات والمخترعات التي تساهم في تحسين المركز التنافسي للمنظمة، وبناءً على ما تقدّم فإنّ رأس المال الفكري يُعدُّ من أهم مصادر الميزة التنافسية للمؤسسات المعاصرة، إذ إنّ استراتيجية التميز لا يمكن تحقيقها إلّا عن طريق النتائج الفكرية والمتمثلة بالإبداع وتقديم منتجات جديدة وما يتعلق بالبحث والتطوير²³.

²¹ Bartholomew, D. Building on Knowledge: Developing Expertise, Creativity and Intellectual Capital in the Construction Professions, Wiley-Blackwell, Singapore. (2018).

²² بشار عز الدين السماك، "دور بعض مكونات رأس المال الفكري في إقامة مرتكزات تقانة الايضاء الواسع: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في عدد من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، (2008)، ص9.

²³ بسام عبد الرحمن يوسف، "أثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء التميزي: دراسة استطلاعية في عدد من كليات جامعة الموصل"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، (2005)، ص37.

وتُعدُّ الموجودات والأصول غير الملموسة المتمثلة برأس المال الفكري هي العناصر الأساسي التي تمنح المؤسسات ميزة للتجديد والإبتكار والتنافس ونمو وتنمية مستدامة وقوة إقتصادية والبقاء في بيئة الأعمال²⁴، وممَّا لا شكَّ فيه أنَّ موضوع رأس المال الفكري استحوذ على أهمية الباحثين ومدراء المؤسسات في مطلع القرن الواحد والعشرون، وذلك لأنَّ قيمتها تزداد بالتقدم بعكس الموجودات المادية التي تقلُّ قيمتها كلما تقدمت²⁵. ويُعدُّ رأس المال الفكري أكثر الموجودات قيمةً في القرن الواحد والعشرين في ظلِّ إقتصاد المعرفة لأنَّهُ يمثل قوى عملية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كلِّ شيء في أعمال مؤسساتهم فضلاً عن إبتكاراتهم المتلاحقة²⁶. استناداً الى ما سبق يرى الباحث أنَّ لرأس المال الفكري أهمية في المصارف الإسلامية وعلى النحو الآتي:

1- زيادة القدرة الإبداعية في المصارف الإسلامية وذلك في ضوء التركيز على الإبداعات الفكرية عند العاملين.

2- جذب العملاء وتعزيز ثقتهم وولائهم للمصارف الإسلامية وذلك عن طريق الإبداعات الفكرية في خدمة الزبائن.

3- تعزيز القدرة التنافسية المستدامة للمصارف الإسلامية وذلك عن طريق الاستثمار في الموجودات غير الملموسة.

4- خفض تكلفة الإنتاج وإمكانية بيع الخدمة المصرفية بأسعارٍ تنافسية.

5- يساعد المصارف الإسلامية في خلق القيمة المعترية.

²⁴ Bontis, N. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models, Management Decision, 36(2), (2009), 63.

²⁵ صباح أنور يعقوب اليونس، "دور رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة وأثرهما في أداء العمليات في الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة في محافظة الموصل"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، (2008)، ص7.

²⁶ علي نصيف وعكار، زينب شلال وخشان، نائر خلف، "دور القيمة الاقتصادية المضاعفة في قياس رأس المال الفكري وأثره في خلق قيمة للمؤسسة دراسة تطبيقية في شركة الاتصالات الأردنية المجلة الاقتصادية الخليجية"، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد (43)، (2020)، ص15.

ثانياً: خصائص رأس المال الفكري

في ضوء الدراسات والأبحاث والمراجع السابقة التي تناولت موضوع رأس المال الفكري نستنتج أنّ رأس المال الفكري الكثير من الخصائص منها: أنّها موجودات غير ملموسة وسريعة الفقدان وتزداد بالتقادم وسريعة الزوال والفقدان، ويمكن تلخيص أهم خصائص رأس المال الفكري فيما يأتي²⁷:

1- الخصائص التنظيمية: فيما يخصّ المستوى الاستراتيجي نجد أنّ رأس المال الفكري ينتشر في المستويات كلّها وبنسبٍ متفاوتة، أمّا بخصوص الهيكل التنظيمي الذي يتناسب مع رأس المال الفكري فهو بالتأكيد الهيكل التنظيمي العضوي المرن، أمّا الرسمية فتستعملُ بشكلٍ منخفضٍ جداً، ويميل إلى اللامركزية في الإدارة بشكلٍ واضحٍ²⁸.

2- الخصائص المهنية: يمتاز رأس المال الفكري بالمهارة العالية والمتنوعة والخبرة العريقة إذ يُنصبُّ الإهتمام على التعليم المنظمّ والتدريب الإثرائي وليس بالضرورة الشهادة الأكاديمية²⁹.

3- الخصائص الإبداعية: القدرة على الابداع والتميز والتجديد من أبرز السمات التي تكتسبها المنظّمات والمؤسسات التعليمية في العصر الحديث، لذلك تحرص هذه المؤسسات على توافر رأس المال الفكري يكسبها سمّةً، فتتميز المؤسسات من إبداع الأفراد العاملين بها، فعلى المؤسسات والمنظمات استثمار مواهبهم وإدارتها بالشكل الأمثل مما يحقق لها نجاحها وتطورها واستمرارها³⁰.

4- الخصائص الشخصية والسلوكية: وترتبط بالبناء الذاتي للعنصر البشري وتتمثل في³¹:

● الميل إلى تحمل المخاطرة، والإقدام على الأعمال والأنشطة الجديدة وحب العمل في حالات عدم التأكّد.

● الإستفادة من خبرات الآخرين.

²⁷ الروسان، محمود علي وعجلوني محمود مجّد، "أثر رأس المال الفكري في الابداع في المصارف الأردنية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (26)، العدد (2)، (2010)، ص47.

²⁸ مجّد زبير وشوقي جدي، "الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية"، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 14-13 ديسمبر (2011)، ص09.

²⁹ Guerrero, I, how do firms measure their intellectual capital? Defining an empirical model based on firm practices. *International Journal of Management & Decision Making*, 4(2-3), (2013), 178-193.

³⁰ محمود علي الروسان ومحمود مجّد عجلوني، "أثر رأس المال الفكري في المصارف الأردنية"، مصدر سابق، ص48.

³¹ عادل حرفوش المرغحي، احمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه واساليب المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003، ص15.

- المبادرة بتقديم إقتراحات وأفكار جديدة وبناءة.
- الحسم وعدم التردد في إتخاذ القرارات.
- القدرة على التفكير وحسن البصيرة.
- الإستقلالية في الأفكار والعمل.

استناداً الى ماسبق وتأسيساً عليه يرى الباحث أن لرأس المال الفكري عدد من الخصائص في المصارف الإسلامية وهي على النحو الآتي:

- خاصية التأقلم: يعمل رأس المال الفكري على تأقلم المصارف الإسلامية مع مستجدات ومستحدثات العولمة بدون حساسية وبأقلّ تكلفةٍ ممكنةٍ.
- خاصية النمو بالتقدم: يمتاز رأس المال الفكري عن باقي الموجودات في المصارف الإسلامية بخاصية نموّها وتطورها كلّما تقدّم بها الزمن.
- خاصية التحفيز: تحفيز عمليات البحث العلمي والتطبيقي في المصارف الإسلامية وإنشاء نظام خاص يقوم به المختصون بتقديم الأفكار التي تساعد المؤسسة المصرفية الإسلامية في التغلب على العقبات التي تواجه استحداثها وتطورها ومواكبتها للعولمة.

المبحث الثاني: مكونات رأس المال الفكري

اختلف الباحثون في تفصيلات المكونات الرئيسية لرأس المال الفكري بالرغم من أن المضمون واحد لدى أغلب الكتاب، ولغرض تكوين فكرة واضحة ومتكاملة عن رأس المال الفكري لابدّ من ذكر مكوناته لكي تتكامل الصورة لدى القارئ والباحث في هذا المجال، فقد يرى البعض أن رأس المال الفكري يتكون من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال الزبائني وغيرها من العناصر والمكونات التي تدخل في تركيب رأس المال الفكري في الجدول أدناه سنتعرف على آراء الباحثين والكتّاب الأوائل حول تصنيفات رأس المال الفكري³²:

³² Gavius, I., & Russ, M, **The valuation implications of human capital in transactions on and outside the exchange.** Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting, 25, (2019) 165–173.

جدول رقم (1) يبين مكونات رأس المال الفكري وحسب التسلسل الزمني

الباحث / السنة	مكونات رأس المال الفكري	الأمثلة
مؤسسة (Skandia) السويدية لخدمات التأمين والمالية 1991	رأس المال الهيكلي	البرمجيات، المعدات، العاملة التجارية، الهيكلي التنظيمي، القدرات التنظيمية.
	رأس المال البشري	المعرفة، المهارات، قدرات العاملين تقديم حلول للمشاكل
معهد البحوث (Brooking) 1992	الأصول السوقية	منافذ التوزيع، العملاء، والعلامة التجارية.
	أصول الملكية الفكرية	براءات الاختراع، العلاقات والأسرار التجارية، حقوق الطبع والتصميم
	الأصول البشرية	القدرة على الابتكار، والخبرات المتراكمة التي تعكس قدرة الأفراد على الأداء
	أصول البنية التحتية	ثقافة المنظمة، قواعد بيانات العملاء، طرق تقييم الخطر، طرق إدارة قوى البيع، الهيكل المالي
Stewart (1997)	رأس المال البشري	الأفراد، الفرق، القيادة، الهياكل
	رأس المال الهيكلي	الأنظمة، براءات الاختراع، القواعد
	رأس المال الربون	البيانات، العقود، الولاء والعلاقات
Edvinsson & Malone (1997)	رأس المال البشري	المهارات، الخبرات، معارف العاملين
	رأس المال الزبائني	العلاقات مع الزبائن، الموردين، العقود
	رأس المال التجدد والتطوير	مشروعات البحث والتطوير، المنتجات الجديدة
	رأس المل العملياتي	التكنولوجيا، الدراية الفنية
Sveiby (1997)	الهيكل البشر	القدرات، المعارف، القدرة على حل المشاكل، الخبرات الفردية والجماعية
	الهيكل الخارجي	العلاقات مع الزبائن، التحالفات، الموردون الشركاء، السمعة والتميز
	الهيكل الداخلي	قواعد البيانات، الأنظمة والعمليات، قواعد البيانات
Mayo (2000)	رأس المال البشري	القدرات الفردية، الحكمة، الخبرة، القيادة والدافعية.
	رأس المال الهيكلي	ثقافة المؤسسة، الأنظمة، قواعد البيانات
	رأس المال الزبائني	رضا الزبائن ووفائهم، العلاقة مع الزبائن، صورة المؤسسة
	الموارد البشرية	قدرات انشاء القيمة، القدرات المعرفية، القدرات الوظيفية والسلوكية

الموارد التنظيمية	الروتين التنظيمي، العمليات والمعلومات، البرمجيات والهياكل
الموارد المرتبطة بالعلاقات	العلاقات مع الزبائن، الموردون والحكومة
رأس المال البشري	الخبرات، الابداع، المهارات القيادية والادارية، القدرة على حل المشاكل
رأس المال الهيكلي	تسهيلات البنية التحتية للمؤسسة
الأصول العلمية	العمليات والتكنولوجيات، الأساليب الفنية
الملكية الفكرية	الأصول الفكرية للمؤسسة التي تحتاج الحماية قانونية
الموارد البشرية	المعرفة الضمنية، المهارات، الخبرات، المعارف
الموارد التنظيمية	المعرفة المقننة، الإجراءات، العمليات، الثقافة، براءات الاختراع
الموارد العلائقية	العلاقة مع العملاء والموردين، المحافظة على الثقة والسمعة
المستوى الأول: رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال الزبائني	الموارد اللاملموسة (الترخيص، العلامة، البراءات)، المهارات (الفرق، النظم)
المستوى الثاني: الموارد والأنشطة غير الملموسة	الأنشطة اللاملموسة: التخطيط، التدريب، التسويق، البحث والتطوير.

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالإعتماد على المصادر الآتية: (33) (34) (35) (36)

بناءً على ما تقدّم وتأسيساً عليه ولأغراض هذه البحث سيعتمد الباحث على ثلاثة مكونات لرأس المال الفكري وهي: (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبائني).

³³ هبة ياسر طه، "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية من خلال جودة خدمة التعليم: دراسة تحليلية في عدد من المؤسسات التعليمية الخاصة في بغداد"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، (2020)، ص 47.

³⁴ أحمد بركات، "أهمية وقياس رأس المال الفكري"، المجلة العربية للدراسات والأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (12)، العدد (4)، أكتوبر (2020)، ص 937، 938.

³⁵ هند ضياء عبد الرسول، "رأس المال الفكري وأثره في القيمة السوقية والأداء المالي: دراسة تطبيقية لعينة من المصارف المدرجة في سوق الأوراق المالية للمدة من (2008-2013)"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (10)، العدد (40)، (2014)، ص 189.

³⁶ Mouritsen, J., Larsen, H.T., & Bukh, P.N.D. "Intellectual capital and the 'capable firm': narrating, visualising and numbering for managing knowledge". *Accounting, Organizations and Society*, 26, (2011), 735-762.

المطلب الأول: رأس المال البشري، المفهوم والأهمية والمكونات

لقد فضّل الله سبحانه وتعالى بني البشر على سائر مخلوقاته ومنحهم نعمة العقل والتفكير وخصّ أصحاب العقول والألباب في القرآن الكريم موقعاً مهماً، إذ ذُكرت هاتان الكلمتان في (61) آية موزعة على (43) سورة في القرآن الكريم أي بنسبة (38%) من مجموع سور القرآن الكريم البالغ عددها (114) سورة وهي نسبة لا تُعدّ قليلة، وهذا يشير إلى أهمية الدور الذي يلعبه العنصر البشري والمسؤولية الملقاة على عاتقه في الدين والدنيا³⁷، ويُعدّ رأس المال البشري الذي يمتلك المهارة والخبرة والمعرفة أحد أهم عناصر رأس المال الفكري في المؤسسة إذ إنّ الخبرات والمهارات والمعرفة التي يتمتع بها الموارد البشرية في المؤسسة هي الأساس التي تحدد قيمة المؤسسة، لذلك تسعى المؤسسات الرائدة إلى بناء رأس مالها البشري على أسسٍ علميةٍ معتمدة على التحليل الموقفي للمؤسسة³⁸.

أولاً: مفهوم رأس المال البشري

إنّ أصل مفهوم رأس المال البشري يعود إلى الإقتصادي الأمريكي (Schultz) هو أول من أنشأ هذا المصطلح عام 1961، فيعرّف رأس المال البشري على أنّه مجموعة من الطاقات التي يمكن استغلالها في استغلالها الموارد الإقتصادية³⁹، ويرى البعض أنّ رأس المال البشري هو مجموعة من القدرات والمهارات والخبرات التي يمتلكها بعض العاملين ويستثمرونها في العمل وتفقدتها المؤسسة عند مغادرة الأفراد العاملين لها⁴⁰، ويتعلّق مفهوم رأس المال البشري بمعرفة الأفراد ومهاراتهم التي تسمح بإجراء تغييرات في العمل والنمو الاقتصادي ويتم تطوير رأس المال البشري معن طريق التدريب الرسمي والتعليم والتطوير

³⁷ مصطفى رجب علي شعبان، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال دراسة حالة، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية في غزة، (2011)، ص47.

³⁸ Montequín, V. R., Fernández, F. O., Cabal, V. A., & Gutierrez, N. R. "An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises". *Journal of Information Science*, 32(6), (2016), 525–538.

³⁹ عبد المطلب بيسار، "دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال: دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة"، *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، العدد (17) (2017)، ص177.

⁴⁰ شمس الدين، فارس يونس، "أثر مكونات رأس المال الفكري في أبعاد المنظمة المتعلمة دراسة تحليلية الآراء الملكات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة دهوك"، *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد (17)، العدد (54)، (2021)، ص354.

الذي يهدف إلى تحديد وتحديث قدرات الأفراد من أجل القيام بعملٍ جديدٍ يخدم المجتمع⁴¹، ويعرّفهُ برنامج الأمم المتحدة لإنمائي (OECD): على انه "الزيادة في انتاجين العاملين والموظفين في المؤسسة لإمتلاكهم الخبرات والمهارات التقنية والمعرفية التي حصلوا عليها في ضوء التعلم المستمر والخبرة"، بينما يعرف البنك الدولي أنّ رأس المال الفكري بأنّه "جهد عالمي يستهدف تسريع وتيرة زيادة الإستثمارات في البشر كماً وكيفاً من أجل تعزيز الإنصاف والنمو الاقتصادي"، وقد عرّفت منظمة الأمم المتحدة للطفولة (UNICEF) رأس المال البشري بأنّه "المخزون الذي تمتلكه الدولة من السكان الأصحاء المتعلمين المنتجين الكفاء، والذي يُعدُّ عاملاً رئيسياً في تقرير امكانياتها من جهة النمو الاقتصادي وتعزيز التنمية البشرية⁴²، في حين عرّفها الآخرون على أنّها المحرك الأساسي للتنمية في مختلف القطاعات والمستويات الإدارية الاقتصادية والسياسية إذ أنّ الأعمال في مختلف القطاعات لا يمكن إنجازها بدون وجود العنصر البشري، ولهذا صنّفوا رأس المال البشري على أنّه المعرفة والخبرة والمهارة الموجودة لدى العاملين داخل المنظمة ومنها سواء كانوا مبدعين أو أفراد غير مبدعين، أي أنّ لكلٍ منهم مساحة من الخبرة والمعرفة تتناسب مع إمكانياته⁴³، وبناءً على ما تقدّم وتأسيساً عليه يرى الباحث أنّ رأس المال البشري هو مجموعة من المهارات والقدرات العقلية والمهنية الشخصية لدى بعض الأفراد العاملين في المؤسسة ممّن يمتلكون العلم والمعرفة التي تميزهم عن غيرهم، بحيث تستطيع المؤسسة استعمال هذه المهارات والقدرات في استغلال مواردها الاقتصادية.

ثانياً: أهمية رأس المال البشري

يُعدُّ رأس المال البشري أساس في تحقيق التميز والتفوق في الأداء والإنجاز ويُعدُّ محور مهم في قيادة التغيير، ويُعدُّ رأس المال البشري أحد أهم المقاييس لثروة الشعوب لكون الموجودات المعرفية مكسب ثمين

⁴¹ 41 هاشم فوزي العبادي، "دراسة العلاقة بين رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي بحث استطلاعي لآراء عينة من التدريسيين في جامعة الكوفة، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية"، المجلد 10، العدد 31، 2014، ص 173.

⁴² مروان شاكر عبيد، علي و رحمن حسين، "تحليل مؤشر رأس المال البشري في النمو الاقتصادي العراقي للمدة 2004-2017"، مجلة الكوت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (12)، العدد (36)، (2020)، ص 52.

⁴³ امير صالح عبد الرحمن و حسين صالح الجباري وعمر زهير عز الدين، "تأثير رأس المال البشري على أداء التدقيق الداخلي"، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد (10)، العدد (38)، 2021، ص 199.

في عالم اليوم في ضوء ما تمتلكه من طاقاتٍ بشرية متنوعة ودائمة التجدد وذات قوة مؤثرة في ديمومة المنظمة⁴⁴.

ويلعب رأس المال البشري الدور الأساسي والفعال في صناعة الأهداف الاستراتيجية ورصد وتحليل بيئة العمل الخارجية والإشراف على العمليات الداخلية وقياس الكفاءة والقدرة فضلاً عن دوره المباشر في زيادة الإنتاجية وبالتالي تحقيق الاستعمال الأمثل للموارد البشرية لكسب ميزة تنافسية عالية للمؤسسة ضد المنافسين الآخرين في السوق⁴⁵، ومن جانبٍ آخر يمثل رأس المال البشري نخبة من الموارد البشرية التي تعمل على تقديم المقترحات والأفكار الجديدة والإبداعات والإبتكارات التي تعززُ من القدرة المؤسسة للاستجابة للمتغيرات التي تحدث في بيئتها الداخلية والخارجية وإضافةً إلى ذلك فإنَّ رأس المال البشري هو استثمار المؤسسة في مجال التدريب والتعليم لزيادة الخبرات والمهارات ومعارف العاملين، والتي تُؤدِّي إلى تعظيم إنتاجية المؤسسة ومخرجاتها⁴⁶، وفي السياق نفسه يُعدُّ رأس المال البشري أحد أهم عناصر رأس المال الفكري وذلك لما تمتاز به من خصائص استراتيجية تنفرد بها عن باقي مكونات رأس المال الفكري، وتتمثل هذه الأهمية فيما يأتي⁴⁷:

- 1- وضع استراتيجية التعليم للمؤسسة التي تُعدُّ حجر الأساس لزيادة المهارات والخبرات والقدرات.
- 2- إنجاز العمليات الداخلية بفاعلية وكفاءة عالية، وتحقيق القيمة المقترحة للعملاء.
- 6- بلوغ الأهداف المالية المتمثلة في القيمة المضافة ومعدل العائد على الإستثمار.

⁴⁴ يعرب عدنان السعيد، هديل سعدون معراج، "تطوير رأس المال البشري عبر ممارسات ادارته"، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، العدد (101)، المجلد (23)، (2017)، ص182.

⁴⁵ Pedrini, M., "Human Capital Convergences in Intellectual Capital and Sustainability Reports", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. (8), No. (2) 2007, P 347.

⁴⁶ Khasawneh, S. "Human capital Planning in higher Education Institutions", *International Journal of Educational Management*, Vol. (25), No. (6) 2011 P535.

ثالثاً: مكونات رأس المال البشري

اختلف الباحثون والكتّاب في تحديد مكونات رأس المال البشري فمنهم من حدده بثلاثة ومنهم من حدده بأربعة، وفي هذا السياق جاء الجدول أدناه ليعين آراء الكتّاب والباحثين في مكونات رأس المال البشري⁴⁸.

جدول رقم (2) آراء الباحثين حول مكونات رأس المال البشري

اسم الكاتب/ الباحث، السنة ورقم الصفحة	مكونات رأس المال البشري
Stewart (1997)	الأفراد، الفرق، القيادة
Edvinsson & Malone (1997)	المهارات، الخبرات، معارف العاملين
Cabraler & Real (2011)	الأفكار، والخبرات والقدرات
عبد الرحمن والبجاري وعز الدين (2021)	مهارة التميز ومهارة الابداع ومهارة التعلم
معارج (2017)	المعرفة، المهارات، القدرات، القيمة
الملا، والعنزي (2016)	المعرفة والمهارة والقدرة
العنزي وصالح (2009)	غير ملموسة مما يصعب وصفها وعرضها وتصنيفها
الروسان و العموش (2017)	المعرفة، المهارة، القدرة
العنزي و الملا (2016)	القدرات، المهارات، المعرفة

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البحوث السابقة

ان العرض السابق للمكونات الرئيسية لرأس المال البشري يقود الباحث إلى تحديد مكونات رأس المال البشري في المصارف الإسلامية وكالاتي:

⁴⁸ Meca, E. G., & Martinez, I. "The use of intellectual capital information in investment decisions: An empirical study using analyst reports". *The International Journal of Accounting*, 42, (2017), 57-81.

1- الكفاءة: وهي مجموعة من المهارات والإمكانات التي يمتلكها العاملون ويستطيعون عن طريقها تحريك ووضع مختلف وظائف النظام حيز التنفيذ، وبمفهومها الواسع "الكفاءة المهنية" وهي الحالة التي يمكن عن طريقها توظيف الموارد، وهي تظهر أثناء ممارسات العمل⁴⁹.

2- المعرفة: هي ما يكتسبه الفرد من المهارات والخبرات عن طريق التجربة والتعلم المستمر بالدرجة الأولى، المتمثلة بالفهم بشقيّه النظري والعملي أو هو كل شيء يستحضره الأفراد لأداء أعمالهم بإتقان⁵⁰.

3- المهارة: وهي مقدرة عقلية أو ذهنية طبيعية أو مكتسبة في الفرد على الإنجاز المادي أو غير المادي التي تكون غالباً ضمنية ومن أمثلة المهارات القدرة على التحليل والتفكير والتكيف والإبتكار والقدرة على التدريب... الخ⁵¹.

4- الخبرة: هي مهارة مركبة للتأثير أو التفاعل فهي تجمع بين المهارات والمعارف، أي أن الخبرة هي مجموعة من المهارات والمعارف المتراكمة في ذهن الأفراد⁵².

5- القدرة: وهي واحدة من أهم عناصر رأس المال البشري وتعني إمكانية الفرد على التحليل وإبتكار أفكار جديدة والتي تساهم بصورة فعالة في أن يكون الفرد ناجحاً والمؤسسة كذلك في حال إمتلاك الأفراد العاملين القدرات الإبتكارية والإبداعية والتحليلية. وهي تُعد أيضاً مقياس لقدرة الكيان منظمة أو فرد أو نظام على تحقيق الأهداف⁵³.

أن عناصر رأس المال البشري الخمسة التي تمّ ذكرها انفاً مترابطة مع بعضها بشكل كبير وواضح، كما يساهم كل عنصر من العناصر في تعزيز الآخر والتكامل فيما بينها ضروري لكون الفرد رأس مال بشري ومن ثمّ رأس مالٍ فكري للمصرف، إذ إنّ الكفاءات والمعرفة والمهارة والخبرة والقدرة المكتسبة عن طريق العمل والتعلم المستمر تجعل الفرد قادراً على والتحسين في نوعية العمل⁵⁴.

⁴⁹ أمل بن أحسن ونوال بو هاني، "الاستثمار في رأس المال البشري ودوره في تحقيق التنمية"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير والعلوم التجارية، جامعة 8 ماي، (2012)، ص67.

⁵⁰ Peppard, J., & Rylander, A. Using an Intellectual Capital Perspective to Design and Implement a Growth Strategy: The Case of APiON. *European Management Journal*, 19(5), (2014). 510-525.

⁵¹ حاوشين بشير، "الاستثمار في رأس المال البشري ودوره في تحقيق استراتيجية التميز: دراسة حالة اليابان"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة ام البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، 2014، ص14.

⁵² Ortiz, M. M. A. "Analysis and valuation of intellectual capital according to its context". *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), (2009), 451-482.

⁵³ Vincent, L. "Differentiating Competence, Capability and Capacity". *Innovating Perspectives*, Vol. (16), No. (3), 2008., P(87).

⁵⁴ Lytras, M. D., & Pablos, P. O. "Knowledge Ecology in Global Business: Managing Intellectual Capital". *Information science reference, Hershey, PA*, (2019).

المطلب الثاني: رأس المال الهيكلي المفهوم، الأهمية والمكونات

يمثل رأس المال الهيكلي في المؤسسة البنية التحتية الساندة لرأس المال البشري والمتضمنة الطرق التنظيمية، التقانة، الإجراءات، حقوق الملكية الفكرية، مصادر المعلومات، ويُعدّ رأس المال الهيكلي الأساس في صناعة المعرفة الصريحة التي توجد عادةً في هياكل وأنظمة وإجراءات المؤسسة فهو يمثل كل قيمة المؤسسة التي تتداولها داخلياً.

أولاً: مفهوم رأس المال الهيكلي

يُعدّ رأس المال الهيكلي المكون الرئيسي الثاني لرأس المال الفكري وهو عبارة عن معرفة صريحة وضمنية خفية تظهر في عمليات المنظمة وروتينها، وأنّ حدود ونطاق المنظمة يتضمن البنية التحتية والفلسفة الإدارية والابداع والملكية الفكرية⁵⁵، وبشكلٍ شمولي هي أي شيء في المنظمة يدعم العاملين في أداء و يتمثل بالبنية

التي تحتية الداعمة للعاملين التي تمتلكها المنظمة وتبقى معها حتى بعد مغادرة العاملين لها ويتضمن الأشياء التقليدية كبراءة الاختراع والعلامات التجارية فضلاً عن البنايات والأجزاء المادية ونظم الحاسبات وغيرها⁵⁶، وقد بيّنت مؤسسة (Skandia) السويدية لخدمات التأمين والمالية أنّ رأس المال الهيكلي هو كلُّ رأس مال فكري يبقى في المؤسسة عندما يغادرها الموظفون، ويكون رأس المال الهيكلي ملموساً من قبل المنظمة بعكس رأس المال البشري⁵⁷، ويمكن تعريف رأس المال الهيكلي على انه المكان الذي يقدم فيه التسهيلات كافة لرأس المال البشري لكي يحولوا كافة معارفهم الضمنية إلى مخرجاتٍ حقيقية، ويساعدهم على التطور والتعلم عن طريق منحهم الفرصة لتنفيذ المهام فإذا فشلوا تكررت محاولتهم حتى يصلوا إلى النجاح الحقيقي. لذا أنّ رأس المال الفكري بدون وجود رأس مال هيكلي لا يعدو ان يكون رأس مال

⁵⁵ Edvinsson, L, and Sullivan, Developing A model from Managing Intellectual Capital , **European management Journal** , , VOL(14) ,No(4),1996, P(105).

⁵⁶ لطيف عبد الرضا عطية، "رأس المال الفكري وإدارة المعرفة العلاقة والاثّر: دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء المصارف الحكومية في محافظة الديوانية"، *مجلة العلوم الادارية والاقتصادية*، المجلد (10)، العدد (3)، (2008)، ص150.

⁵⁷ معتصم هود مجّد صالح النعمة، "دور رأس المال الفكري في إمكانية إقامة مرتكزات التصنيع الرشيق: دراسة في عينة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الأداة والاقتصاد، (2006)، ص17.

بشري وذلك لان المعرفة الضمنية تبقى محبوسة في عقول حاملها وبالتالي تتقدم وتنتهي دون الاستفادة منها⁵⁸.

إنَّ كلَّ المصادر غير البشرية للمعرفة في المؤسسات تتضمَّنُ مخططات المؤسسة قواعد البيانات وكتيبات الإرشاد الخاصة بالإستراتيجيات والعمليات والإجراءات الروتينية وأي شيء تكون قيمته بالنسبة للمؤسسة أعلى أو أكثر من القيمة المادية، وينشأ رأس المال الهيكلي من القيمة للمؤسسة والعمليات ويعكس التركيز الخارجي والداخلي للمؤسسة بالإضافة إلى قيمة التطوير المستقبلي والتحديد⁵⁹. وفي السياق نفسه يمكن تعريف رأس المال الهيكلي على أنَّه القدرات الأساسية للمؤسسة ومعرفتها الصريحة التي يتمُّ عن طريقها الاحتفاظ بأنظمتها وهيكلها وهي كلُّ ما نستطيع التعبير عنه أو نعرفه ويمكن أن يُكتب أو يُنقل أو يقال ليتحول وفق قواعد معينة إلى بيانات وتدابير وعمليات وأساليب وسياسات وبرامج وإجراءات، وبالتالي فهو يمثل القيمة المعرفية الحقيقية التي تبقى في المؤسسة وتعمل على دعم العاملين لأداء أعمالهم⁶⁰.

ثالثاً: أهمية رأس المال الهيكلي

تأتي أهمية رأس المال الهيكلي في المرتبة الثانية بين مكونات رأس المال الفكري ويُعدُّ البنى الارتكازية لرأس المال البشري، وتتمثل أهمية رأس المال الهيكلي في زيادة إمكانية المؤسسة على خلق إبداع تكنولوجي عام مستند إلى المعرفة ولها الأمكانية على تقديم إبداع ودعم لعدد كبير من الخدمات والسلع، والتي لها القابلية على التطور في ظلِّ المعرفة⁶¹، وهي من المصادر الرئيسية في تكوين ميزة تنافسية مستدامة التنافسية على وجه الخصوص والمعرفة على وجه العموم إذ يتمتُّ بعدة خصائص متمثلة في سرعة الزوال

⁵⁸ قيس حمد سليمان، "إدارة المعرفة وأثرها في الفاعلية التنظيمية على وفق مدخل رأس المال الفكري: دراسة ميدانية في وزارة الكهرباء"، أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، (2005)، ص102.

⁵⁹ بشار عز الدين سعد السماك، "دور بعض مكونات رأس المال الفكري في إقامة مرتكزات تقانة الايضاء الواسع: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في عدد من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، (2008)، ص24.

⁶⁰ بو شمال عبد الغني، زرزار العياشي، "أثر رأس المال الهيكلي على الأداء الوظيفي: دراسة ميدانية بالمديرية الجهوية الصناعية سوناطراك-سكيكدة"، مجلة التنظيم ولعمل، مجلد (6)، العدد (4)، ديسمبر (2017)، ص9.

⁶¹ Lu, W. M., Wang, W. K., Tung, W. T., & Lin, F. Capability and efficiency of intellectual capital: The case of fables companies in Taiwan. Expert Systems with Applications, 37, (2010), 546–555.

وعدم التجسيد والتزايد بالاستعمال، ويُعدُّ رأس المال الهيكلي استثمار بعيد الأمد وذو تأثير شمولي على المؤسسة⁶²، فيما يرى البعض ان أهمية رأس المال الهيكلي تتجلى في أربع نقاط وهي⁶³:

1- تحقيق التفوق التشغيلي في ضوء تحسين العمليات التشغيلية الهادفة إلى تحقيق النوعية العالية بالكلفة المنخفضة.

2- خفض زمن دورة العمليات الداخلية والإستفادة القصوى من طاقة الموجودات المادية والإدارية.

3- تحسين تدفق الإنتاج بسرعة دون أي إعطال أو إسراف في استعمال المورد.

4-رفع جدوى مستوى الإنتاج وخفض نسبة التلف.

ثانياً: مكونات رأس المال الهيكلي

تتميز المفاهيم المتعلقة برأس المال الفكري كما رأينا سابقاً بعدم ثباتها وعدم وحدتها فهي تتغير حسب وجهة نظر كلِّ باحثٍ، ويمكن أن تختلف لدى الباحث نفسه أثناء فترات مختلفة، لذا نجد أنَّ هناك عدة تصنيفات لمكونات رأس المال في تحديد العناصر المكونة لرأس المال الهيكلي وفي المقابل كان هناك شبه إ اتفاق على أنَّ مكونات رأس المال الهيكلي هي الأصول الفكرية التي تبقى في المنظَّمة بعد خروج العمال منها⁶⁴. في دراسة قام بها (عطية عام 2008) صنَّفَ مكونات رأس المال الهيكلي إلى ثلاثة مكونات رئيسية وهي⁶⁵:

1- العمليات التنظيمية: وتتمثل بتحويل المدخلات إلى مخرجات.

2- رأس المال الإبداعي: المتضمنة الملكية الفكرية والموجودات غير الملموسة المتمثلة بالمواهب والقدرات.

3- البنية التحتية: وهي جميع الموجودات المادية وغير المادية.

⁶² لعامة العيد، جلال عبد الكريم، دور رأس المال الهيكلي في تحسين أداء العاملين: دراسة ميدانية بمديرية الإدارة المحلية لولاية المسيلة، رسالة الماجستير غير منشورة، جامعة مُجد بوضياف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2019، ص19.

⁶³ البريش زهرة، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل- فرع جنرال كابل- بسكرة، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة مُجد بوضياف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2013، ص41.

⁶⁴ Andriessen, D. "Designing and Testing an OD Intervention: Reporting Intellectual Capital to Develop Organizations". *Journal of Applied Behavioral Science*, 43, (2017), 89-107.

⁶⁵ Beattie, V., & Thomson, S. J. "Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures". *Accounting Forum*, 31, (2017), 129-163.

بينما عرض (النعمة، 2008) في دراسة له بجامعة الموصل على أن رأس المال الهيكلي يتكون من أربعة عناصر وهي⁶⁶:

● النظم: وتعني المعلومات والاتصالات ، صنع القرارات ، والمخرجات بما فيها المنتجات والخدمات ورأس المال

● الهيكل: وتعني ترتيب المسؤوليات التي تعرف مواقع أعضاء المؤسسة والعلاقات بينهما .

● الاستراتيجية: وتعني غايات المؤسسة والوسائل التي تستعملها لتحقيق تلك الغايات.

● الثقافة المنظمة: وتشمل أفكار وآراء وقيم ومبادئ أفراد المنظمة.

وأشار أيضاً إلى وجود صلة قوية بين ثقافة المؤسسة والإستراتيجية، إذ تعمل الثقافة المؤسسية في البداية بصفة مرشح (فلتر) للتصورات والأفكار الموجودة في بيئة المؤسسة، وبذلك تساهم في تشكيل استراتيجيات الاعمال التي تتبناها المؤسسات⁶⁷، وفي السياق نفسه صنف (سليمان، 2005) في دراسة له أن رأس المال الهيكلي يقسم إلى أربعة مكونات رئيسية هي⁶⁸:

(1) العمليات التنظيمية: التي تقوم بدورها تحويل المدخلات إلى مخرجات.

(2) الملكية الفكرية.

(3) البنية التحتية: التي تمثل الموجودات الملموسة غير الملموسة.

(4) الأبداع: وهذه الأخيرة قسم من الباحثين ينسبونها إلى رأس المال البشري والقسم الآخر ينسبونها إلى

رأس المال الهيكلي.

استناداً إلى ما سبق وتأسيساً عليه يرى الباحث أن رأس المال الهيكلي في المصارف الإسلامية تتكون من خمسة عناصر رئيسية⁶⁹:

● الهيكل التنظيمي: وهو الإطار الذي يحدد الإدارات والأقسام الداخلية المختلفة للمؤسسة، وتتضمن

فاعلية نظام الرقابة ووضوح العلاقة بين العاملين في المستويات الإدارية المختلفة.

⁶⁶ معتصم هود مجد صالح النعمة، "دور رأس المال الفكري في إمكانية إقامة مراكز التصنيع الرشيق: دراسة في عينة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، (2006)، ص17.

⁶⁷ Asonitis, S., & Kostagiolas, P. A." An analytic hierarchy approach for intellectual capital: Evidence for the Greek central public libraries". *Library Management*, 31(3), (2013) 145-161.

⁶⁸ Bukh, P.N., Larsen, H.T., & Mouritsen, J." Constructing intellectual capital statements". *Scandinavian Journal of Management*, 17, (2011), 87-108.

⁶⁹ Bontis, N. "Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital". *International Journal of Management Reviews*, 3(1), (2011), 41-60.

- الثقافة التنظيمية: وتتضمنُ الطرق الحديثة والمبتكرة في بناء ثقافة المؤسسة وتوافق العاملين مع التطورات والتحديثات داخل المؤسسة.
- العمليات الإدارية: وتتضمن درجة جودة المنتج، ومدى فعالية وكفاءة العمليات التشغيلية، آجال إنجاز الأعمال، ومختلف الأنشطة.
- البنية التحتية: وتشمل جميع الموجودات الملموسة وغير الملموسة.
- رأس المال الإبداعي: المتضمنة الملكية الفكرية والموجودات غير الملموسة المتمثلة بالموهب والقدرات⁷⁰.

المطلب الثالث: رأس المال الزبائني المفهوم والأهمية والمكونات

يمثلُ رأس المال الزبائني المكون الثالث من مكونات رأس المال الفكري وهو يعبرُ عن علاقات المؤسسة مع الأطراف الخارجية المختلفة التي تتعامل معهم وتشكلُ أيضاً الحجر الأساس لنشاطات المؤسسة في البيئة التنافسية، إذ يبرز أهميته في تحويل رأس المال الفكري إلى قيمة حقيقية متمثلة بعلاقات المؤسسة مع محيط المؤسسة الخارجي من الزبائن والموردين والمجهزين، وكذلك يطلق عليه رأس المال العلاقات أو رأس المال الخارجي⁷¹.

أولاً: مفهوم رأس المال الزبائني

يمثلُ رأس المال الهيكلي العنصر الذي يكون خارج المؤسسة ويتمثلُ بعلاقات المؤسسة مع المحيط الخارجي الذي يمثل عملاء المؤسسة الحاليين والمحتملين ويشمل رضا الزبائن وولائهم وقوة ارتباطهم في المؤسسة، ويعمل على تعزيز قيمة المؤسسة والتي تكون أهم وأقوى مصادرها هي السمعة الحسنة والمصدقية وولاء وقناعة العميل ونوعية الخدمة المقدمة، إذ يُعدُّ ولاء العملاء رضاهم مؤشراً إيجابياً على قدرة المؤسسة على مد جسور التعاون وإشباع حاجات ورغبات الزبائن، كما أنَّ احتفاظ المؤسسة بعملائها تحقق ميزة

⁷⁰ Cabrilo, S., Uzelac, Z., & Cosic, I. "Researching indicators of organizational intellectual capital in Serbia". *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), (2019), 573-587.

⁷¹ Chang, L., & Birkett, B. "Managing intellectual capital in a professional service firm: exploring the creativity-productivity paradox". *Management Accounting Research*, 15, (2014), 7-31.

تنافسية تتمثل بتعزيز القدرات الفكرية المؤدّية إلى توليد قيمة مضافة للمؤسسة⁷²، ويعتبر تعريف خبراء (معهد العلوم التسويقية) عام 1988 من أكثر التعاريف تداولاً، إذ يرى المعهد ان رأس المال الزبائني هو مجموعة من سلوكيات المستهلكين أو الزبائن مع العلامة التجارية وأفرع توزيعها والشركات التي قامت بتصنيع المنتج، والتي تمكّنُ المنتجات ذات الجودة العالية من تحقيق مبيعات وهوامش أعلى ممّا يمكن تحقيقه دون ذكر اسم الشركة أو العلامة التجارية⁷³، ويسمى رأس المال الزبائني عند بعض الكُتّاب والباحثين برأس المال الخارجي أو الزبائني وتتضمّنُ رضا الزبائن والموردين والمنظّمات والمساهمين والاتحادات الصناعية والشركات والتحالفات، وتكون قيمة مضافة للمؤسسة ومعمرة لمدة طويلة ويمكن تدوينها⁷⁴. فيما تذهب وجهة نظر بعض الباحثين إلى أنّ رأس المال الزبائني ذو قسمين خارجي وداخلي، إذ تحدد قيمة المؤسسة وفقاً لعلاقتها بزبائنها سواء كانوا الداخليين (موارد المؤسسة البشرية) أم الخارجيين (المستفيدين خدمات المؤسسة)، إذ أنّ ولاء الزبائن و رضاهم يُعدُّ مؤشراً إيجابياً على إمكانية المؤسسة في كسب ولائهم وإشباع رغباتهم وحاجاتهم، كما وان المؤسسة التي تستطيع أنّ تحتفظ على بزبائنها تحقق مزايا تنافسية تتمثل بتعزيز الامكانيات الفكرية التي تُؤدّي إلى إيجاد القيمة المضافة للمؤسسة، إذ أنّ المحافظة على رأس المال الزبائني الداخلي يستوجب جهوداً حثيثة من قبل إدارة الموارد البشرية وذلك في إعداد برامج ودورات لتطوير وتحفيز وصيانة هذه الموارد⁷⁵، بناءً على ماتقدم يرى الباحث أنّ مفهوم رأس المال الزبائني يمثل العلاقات الخارجية التي تقيمها المؤسسة مع الزبائن هي نتاج للعلاقات الداخلية لها، وبعبارة أكثر دقة هي وليدة للعلاقات المتداخلة بين رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي، وان هذا التداخل ينتج طرق ووسائل عن طريقها تبنى العلاقات مع البيئة الخارجي للمؤسسة.

⁷² منار تيسير بطاينة وثامر علي النويران، "دور راس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردن"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة المجلد (5)، العدد (2)، (2020)، ص 81.

⁷³ فودي مجّد الأمين، "العلاقة بين رأس المال الزبائني والميزة التنافسية لمتعاملي الهاتف النقال من منظور عينة من اداري المتعاملين ببلدية المسيلة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مجّد بو ضياف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، (2018)، ص 20.

⁷⁴ فارس يونس شمس الدين، "أثر مكونات رأس المال الفكري في ابعاد المنظمة المتعلمة: دراسة ميدانية لآراء الملاكات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد جامعة دهوك"، مجلة تكريت للعلوم الإدارة والاقتصادية، المجلد (17)، العدد (14) / ج 1، (2021)، ص 356.

⁷⁵ بسام، عبد الرحمن يوسف، "أثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء التميزي: دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، (2005)، ص 43.

ثالثاً: أهمية رأس المال الزبائني

تتمثل أهمية رأس المال الزبائني فيما يأتي⁷⁶:

1- تحقيق التميز والتفوق عن طريق التطوير والابداع مثل الدخول إلى أسواق جديدة وإيجاد منتجات حديثة.

2- كسب زبائن جدد للمؤسسة.

3- زيادة قيمة الزبائن عن طريق إدارة عمليات الزبائن، وتوطيد العلاقة بين المؤسسة والزبون.

4- تقليل أوقات تسليم الخدمة أو المنتج وسرعة الإستجابة لطلبات الزبون.

5- العمل على بناء شراكات جديدة للمؤسسة مع مجتمع البيئة الخارجية عن طريق تكوين علاقات حقيقية ومؤثرة مع المؤسسات التي تعمل في المجال نفسه.

ثانياً: مكونات رأس المال الزبائني

يُعدُّ رأس المال الزبائني المرآة التي تعكس طبيعة العلاقة التي تربط بين المؤسسة وبيئتها الخارجية

ومن هذا المنطلق حدّد أغلب الباحثون والكتّاب أنّ مكونات رأس المال الزبائني يتكون من⁷⁷:

1- العلاقة مع الزبائن.

2- العلاقة مع الموردين.

3- التحالفات الإستراتيجية التي تقيمه المؤسسة مع المؤسسات العاملة في المجال نفسه، حيث يرى البعض ان مكونات رأس المال الزبائني هي كالآتي⁷⁸:

1- رضا الزبون: يُعدُّ رضا الزبون نتيجة لنجاح المؤسسة في تلبية حاجات ورغبات الزبون لمرة واحدة، فهذا يحدث عندما تتطابق توقعات وتصورات الزبون مع الخدمات التي تقدمها المؤسسة، يتبيّن ممّا تقدم أنّ الرضا حالة نفسية ظرفية موقفية تتقلب وتتغير من حيث الطبيعة والشدة بحسب تغير العلاقة بين الزبون والمؤسسة.

⁷⁶ Chen, S. Y. "Identifying and prioritizing critical intellectual capital for e-learning companies". European Business Review, 21(5), (2018), 438-452.

⁷⁷ Doong, S. C., Fung, H. G., & Wu, J. Y. "Are social, financial, and human capital value enhancing? Evidence from Taiwanese firms". International Review of Economics and Finance, 20(3), (2011), 395-405.

⁷⁸ عواطف يونس اسماعيل، "إدارة الجودة الشاملة وأثرها في رأس المال الزبائني: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن شركة نينوى للصناعات الغذائية"، مجلة تنمية الرفادين، العدد (101)، المجلد (32)، (2010)، ص 161.

2- ولاء الزبون: يُعدُّ ولاء الزبون الحجر الأساس في نجاح المؤسسة ويتمثّل ولاء الزبون بتوجه العميل بصورة إيجابية وفعالة نحو مؤسسة محددة، أو علامة تجارية معينة والإخلاص لها والتمسك بها، أو هي الحالة النفسية المرضية للزبون إزاء مؤسسة أو علامة تجارية نتيجة للنجاح المستمر للمؤسسة في تلبية رغبات وحاجات الزبون.

3- الإحتفاظ بالزبون: تُعدُّ العلاقة القوية بين الزبائن والمؤسسة ميزة فعالة للتفوق على المنافسين، وأنَّ تقديم منتجات ذات جودة عالية تعد أحد الأدوات الأساسية والفعّالة في بناء هذه العلاقة والاحتفاظ بها، وتنشأ هذه العلاقة عن طريق التواصل الفعال مع الزبائن لتحقيق رضاهم وضمنان ولائهم ويطلق على هذا الأسلوب "إدارة العلاقة مع الزبائن".

ويرى آخرون أنَّ رأس مال الزبائن يمكن تصنيفه إلى مجموعةٍ مكونةٍ أساسية وهي⁷⁹:

- **القدرات التسويقية:** وتشمل القدرة على معرفة حاجة الزبائن، وقاعدة بيانات الزبائن، وتوفير المعرفة اللازمة لخدمة الزبائن.
- **كثافة السوق:** حصة المؤسسة في السوق، الوحدات التي تم بيعها إلى عدد العملاء، بناء قنوات للتوزيع والبيع، سمعة العلامة التجارية.
- **ولاء الزبون:** حجم كسب الزبائن الجدد، حجم خسارة الزبائن الحاليين، حجم الاستثمار في رأس المال العلائقي، رضا الزبائن، شكاوى الزبائن⁸⁰.

استناداً إلى ما سبق يرى الباحث ان مكونات رأس المال الزبائني في المصارف الإسلامية هي:

- 1) العلاقة مع الزبائن: وتشمل رضا الزبائن وولائهم والاحتفاظ بهم.
- 2) العلاقة مع الموردين: ويشمل موردي الأموال والشركات وموردي خدمات التنظيف والانترنت.
- 3) القدرات التسويقية: وتتضمن المهارات في تسويق الخدمة المقدمة للزبائن.
- 4) التحالفات الاستراتيجية مع المؤسسات المماثلة.

⁷⁹ Guthrie, J., & Petty, R." Intellectual capital: Australian annual reporting practices". *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), (2010), 241-251.

⁸⁰ Han, D., & Han, I. "Prioritization and selection of intellectual capital measurement indicators using analytic hierarchy process for the mobile telecommunications industry". *Expert Systems with applications*, p26, (2016), 519-527.

المبحث الثالث: إدارة رأس المال الفكري، تنميته وادواره.

تواصلت مع ما تم تحديده من مفهوم وأهمية وخصائص ومكونات رأس المال الفكري، ولأهمية هذا المتغير واستناداً إلى الدراسات السابقة وجد الباحث من المناسب تقديم عرض مبسط لإدارة وتنمية وادوار رأس المال الفكري.

المطلب الأول: إدارة رأس المال الفكري

إن إدارة رأس المال الفكري عملية ليست سهلة لعدد من الأسباب منها: أنَّ رأس المال الفكري يتألف من الكثير من العوامل المختلفة والمتنوعة التي تكون غير ملموسة ولذلك يكون من الصعب السيطرة عليها وإدارتها، فمنذ تسعينيات القرن الماضي قدّم الكثير من الباحثين والكتّاب مبادئ ونظم أساسية تعتمد عليها المؤسسة لإدارة رأس المال الفكري⁸¹، إذ يرى البعض أنّها استراتيجية النجاح في المستقبل والتي تعزز الثروة الفكرية والقدرات والمهارات والأفكار الإبداعية الموجودة في الموارد البشرية، حتى يمكن استثمارها واستخلاص أعلى قيمة منها في ضوء تنميتها ومضاعفتها وتحويلها إلى أرباح أو صدر للتنافسية.

أولاً: مبادئ إدارة رأس المال الفكري

ان المبادئ الأساسية لإدارة رأس المال الفكري يمكن حصرها في خمس نقاط رئيسية هي⁸²:

- 1- الإستفادة قدر الإمكان من الأفكار والأعمال الناتجة من رأس المال الفكري لصالح المؤسسة من أجل ترسيخ العلاقات الودّية مع زبائنهم ومستخدميها ومجهزها على المدى البعيد.
- 2- توفير المواد التي تساعد في إنشاء شبكة من المعلومات الداخلية، وتكوين فرق وجماعات خاصة للتعليم، والسماح لهم باستعمال كلّ ما يمنحهم المزيد من المعلومات والمهارات والمعارف في إهتماماتهم.
- 3- عدم المبالغة في إدارة المعرفة الفكرية، والسماح للعاملين بطرح الأفكار دون تردد وهذا هو سر نجاح الإدارة في الإستثمار برأس المال الفكري في المؤسسة.

⁸¹ Holton, E. F. & Yamkovenko, B. "Strategic intellectual capital development: A defining paradigm for HRD?" Human Resource Development Review, 7(3), (2008), 270-291.

⁸² Stewart T. "Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, Double Day Currency", New York, (1997), P178.

4- ضرورة اكمال هيكله رأس المال الفكري، وذلك عن طريق تخزين البيانات داخل نظام محكم بحيث يسهل للعاملين الرجوع اليه عند الحاجة.

5- توجيه المعلومات الضرورية إلى المواقع التي هي بحاجة إليها، وهذا يُعدُّ أحد المبادئ الأساسية في الإدارة الفعالة لرأس المال الفكري⁸³.

ثانياً: نموذج إدارة رأس المال الفكري

قدّم الكُتّابُ والباحثون الأوائل الكثير من النماذج حول موضوع إدارة رأس المال الفكري ومن هذه النماذج اختار الباحث نموذج (Daniel) لإدارة رأس المال الفكري والذي يتألف من خمس خطوات وهي كالآتي⁸⁴:

1- البدء بالاستراتيجية: تحديد الدور الفعال للمعرفة في العمل، وإبراز أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري في تطوير المنتجات.

2- تقييم استراتيجيات المنافسين: تقييم الموجودات الفكرية للمنافسين، وفهم طبيعة البيئة التنافسية لرأس المال الفكري.

3- فتح ملف خاص بالموجودات الفكرية: ماذا تستعمل؟ ماذا تملك؟ إلى أين تعود؟

4- تقييم ممتلكات المؤسسة من الموجودات الفكرية وماذا تحتاج لتنميتها: عن طريق هذه الخطوة يتم تعظيم الموجودات الفكرية التي تمتلكها المؤسسة أثناء التقييم وتحديد رأس المال الفكري المطلوب للميء الثغرات الاستراتيجية وذلك لمواجهة التحديات لإدامة الميزة التنافسية.

4- تجميع ملف المعرفة وتكرار العملية: في هذه الخطوة يتم تصنيف الموجودات الفكرية حسب أهميتها وقيمتها⁸⁵.

⁸³ Joia, L. A., "Strategies for Information Technology and Intellectual Capital: Challenges and Opportunities", Information science reference, Hershey, PA, (2017).

⁸⁴ مُجّد علي الروسان ومحمود مُجّد العجلوني، "إثر رأس المال الفكري في الابداع في المصارف الأردنية: دراسة ميدانية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم القانونية والاقتصادية، المجلد (26)، العدد (2)، (2010)، ص45.

⁸⁵ Kim, D. Y., & Kumar, V. "A framework for prioritization of intellectual capital indicators in R&D". *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), (2018), 277-293.

ثالثاً: كيفية إدارة رأس المال الفكري:

لكي تصل المخرجات من رأس المال الفكري إلى مستويات عالية، ينبغي على المؤسسة البدء بتغيير وجهة نظرها فيما يخص مشاركة الآخرين معرفتهم وحثهم على تبادل المعلومات والمعرفة، والتي بدورها تقوم بتغيير وجهات نظر مؤسساتهم بالصورة التي تجعل من الموجودات الفكرية أئمن ممتلكات المؤسسة وتدفعهم إلى التخلي عن الهياكل التنظيمية التقليدية⁸⁶، وهناك مجموعة من العناصر الأساسية التي تقوم عليها إدارة رأس المال الفكري وتمثل في⁸⁷:

- 1- الاستكشاف الاستراتيجي: وتشمل تحديد المصادر الأساسية للمعرفة ومجالاتها من جانب استراتيجي وتنمية التعامل مع موارد المعرفة.
- 2- تمكين التعليم: وتتضمن تهيئة الظروف الملائمة لتشجيع وتحفيز التراكم المعرفي.
- 3- تحفيز التعليم: ويشير إلى خلق الحوافز المرتبطة بالتعليم والتراكم المعرفي.
- 4- بناء الذاكرة المؤسسية: ويتضمن التوجه نحو تنمية طرق واليات الرصد والتحقق والتسجيل والتوثيق والاسترجاع والاختزان والاسترجاع للمعرفة المتراكمة والتعليم.
- 5- تحفيز المشاركة المؤسسية: يوجه نحو تطوير اليات ميسرة للتفاعل المعرفي والاتصال عبد الجماعات والأفراد والمستويات.
- 7- ترسيخ المخزون المعرفي: ويشير إلى تقييد وجرد مكونات رأس المال الفكري المعرفي⁸⁸.
- 8- بث المعرفة: وتتضمن تنمية آليات ووسائل جديدة لبث المعرفة ونشرها وتوزيعها.
- 9- تنمية القيمة المعرفية: وتشير إلى تطوير وتوفير المجالات والفرص لتطبيق وتوظيف المعرفة المتراكمة لتنمية وخلق القيمة وتحسين الأداء التنظيمي.
- 10- تقييم النواتج المعرفية: وتشمل تقييم توابع ونتائج تطبيق المعرفة في المؤسسة.

⁸⁶ مصطفى رجب علي شعبان، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال: دراسة حالة"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة غزة الإسلامية، كلية الإدارة والاقتصاد والعلوم الإدارية، (2011)، ص57.

⁸⁷ احمد صقر عاشور، "إدارة رأس المال المعرفي: إعادة اختراع منظومة الإدارة في القرن الواحد والعشرين"، ورقة بحثية مقدمة في اطار فعاليات مؤتمر الابداع والتجديد في الإدارة العربية في مواجهة تحديات قرن الواحد والعشرون، القاهرة يومي 6-2 نوفمبر 2019، ص14-15.

⁸⁸ Kim, D. Y., & Kumar, V. "A framework for prioritization of intellectual capital indicators in R & D". *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), (2017), 277-293.

المطلب الثاني: تنمية رأس المال الفكري

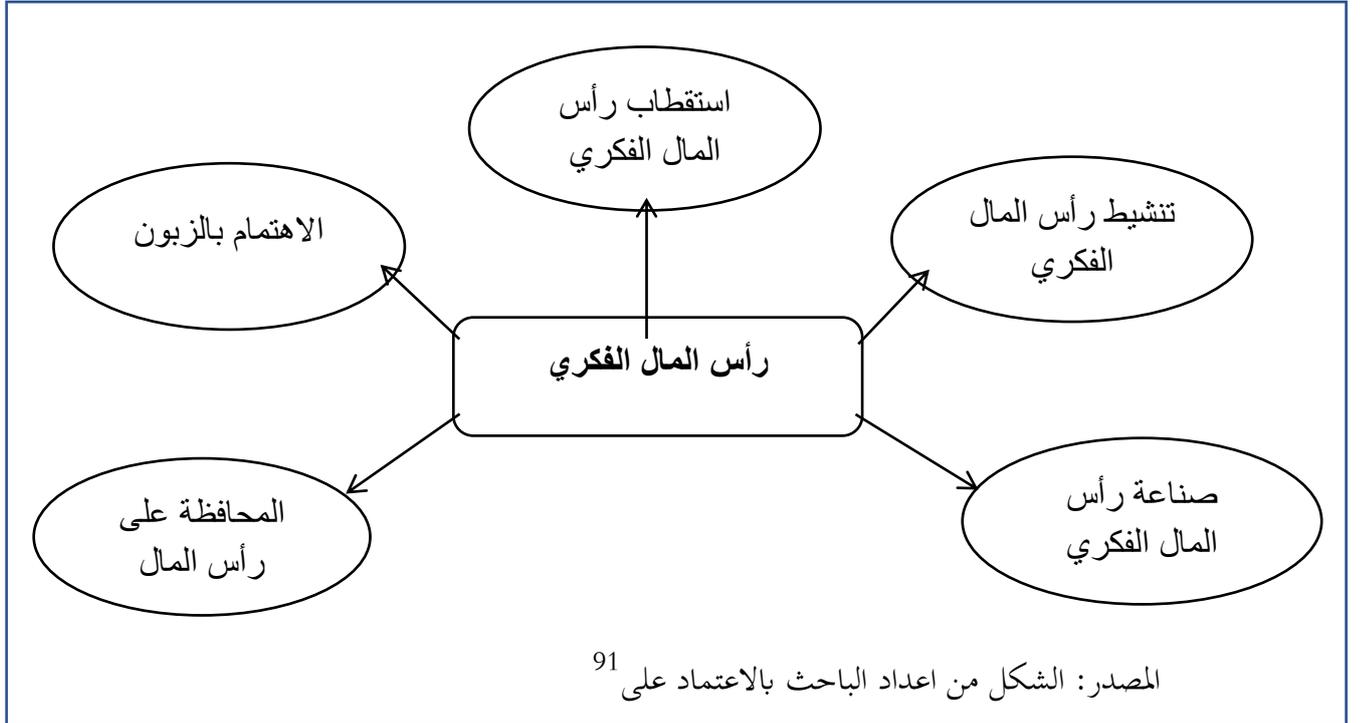
يعبّر مفهوم تنمية رأس المال الفكري عن النفقات والجهود المبذولة من قبل المؤسسة بهدف تنمية وتطوير الأصول غير الملموسة فيها، عن طريق تطوير المعارف ووضعها في المواضيع الصحيحة واستغلالها بالشكل الأمثل وعلى السياق نفسه يمكن عدّ تنمية رأس المال الفكري نتاجاً لمتابعة تحتاج إلى استثمارات كبيرة وتتم في فترات زمنية طويلة، ويمكن تنمية رأس المال الفكري عن طريق عدّة خطوات وعلى النحو الآتي⁸⁹:

- 1- استقطاب رأس المال الفكري: تتجلى أهمية هذا البعد في ضوء الجهود التي تبذلها المؤسسة في البحث والتحري لأصحاب الخبرات والمهارات العالية، بالإضافة إلى توفير الظروف الملائمة لجذب أصحاب المهارات والخبرات العالية في ضوء احتياجاتهم الاجتماعية والاقتصادية.
- 2- تنشيط رأس المال الفكري: يُعدّ امتلاك المؤسسة لمنظومة المعرفة غير كافية لكونها ميزة تنافسية استراتيجية لها القدرة على النمو والتأقلم مع المتغيرات في بيئة العمل، ما لم يتم تفعيل هذه المعارف والمهارات ووضعها مواضيع تنفيذية ذو طابع مرّن له القابلية على التدفق السلس للمعرفة بين المستويات التنظيمية المختلفة في المؤسسة، بما يتماشى مع متغيرات ومستجدات البيئة الداخلية والخارجية.
- 3- صناعة رأس المال الفكري: يتضمّن هذا البعد السياسات والإجراءات التي تتّخذها المؤسسة لصناعة رأس مالها الفكري الخاص، وذلك عن طريق إتباع بعض الإجراءات المنهجية مثل الدورات التدريبية والبرامج وتنمية قدرات العاملين وبرامج العلاقات الاجتماعية بين الأفراد العاملين بما يساعد في خلق نسيج معرفي خاص بالمنظمة.
- 4- المحافظة على رأس المال الفكري: يشير هذا البعد إلى السياسات والإجراءات التي تتّخذها إدارة المؤسسة بغية المحافظة على مخزونها من رأس مالها الفكري من خلال عدّة أساليب أبرزها هو التحفيز المادي والمعنوي والتدريب وتنمية العلاقات الاجتماعية والتعليم التنظيمي بين أفراد المؤسسة بما يتماشى مع مصالح العمل داخل المؤسسة.

⁸⁹ أفكار سعيد خميس، "نموذج مقترح لإدارة رأس المال الفكري"، مجلة الإدارة التربوية، العدد (18)، يونيو (2018)، ص338.

5- الاهتمام بالزبون: يعكس هذا البعد الأساليب والطرق التي تتبعها المؤسسة في المحافظة على رأس مالها العلائقي عن طريق الإهتمام بالزبائن وتطلعاتهم وحاجاتهم والنظر إلى مقترحاتهم بعين الاعتبار⁹⁰.

الشكل رقم (2) تنمية رأس المال الفكري



المطلب الثالث: أدوار رأس المال الفكري

يُعَدُّ موضوع الدور من المواضيع المستمدة من علم الاجتماع، فهو بمعناه العام يعني ذلك النمط من الأفعال التي يتوقع حدوثها من شخصٍ معينٍ أثناء ما يقومُ به من أعمالٍ وأنشطةٍ تتضمَّنُ الآخرين، فالمنشأ الأساسي للدور هو نتيجة للمكانة التي يشغلها الشخص في البناء الاجتماعي إذ يتفاعل مع الأشخاص في محيطه، ولكي يتمكَّنُ الشخص من تنسيق أعماله مع الآخرين في المؤسسة، فإنَّه سوف

⁹⁰ Kim, T, Yoo, J. J. E., & Lee, G. "The HOINCAP scale: measuring intellectual capital in the hotel industry". *The Service Industries Journal*, **First published on:** 28 September (2010) (I First).

⁹¹ Martin, W. J. (2000). "Approaches to the measurement of the impact of knowledge management programmes". *Journal of Information Science*, 26(21),(2007), 21-27.

يحتاج طريقةً يستطيع عن طريقها استكشاف سلوكهم للتفاعل معهم⁹². وبناءً على ما سبق يمكن تحديد دورين رئيسيين لرأس المال الفكري وعلى النحو الآتي⁹³:

1- أدوار دفاعية: وتضمُّ الممارسات الآتية:

أ. حماية الخدمات والمنتجات المتولدة من الابداع في رأس المال الفكري للمؤسسة.

ب. حماية حرية الابداع والتصميم.

ج. تقليل الصراع وتجنب رفع الدعاوى

2- الأدوار الهجومية: وتشمل الممارسات الآتية:

أ. انتاج العائد، وذلك عن طريق: ابداعات رأس المال الفكري التي تؤدي إلى انتاج منتجات وخدمات جديدة، والملكية الفكرية للمؤسسة.

ب- ابتكار مقاييس جديدة للأسواق ومنتجات والخدمات.

ج- تهيئة الإمكانيات المناسبة لاختراق تكنولوجيا المنافسين في السوق.

د- تحديد اليات فعالة للدخول إلى الأسواق الجديدة.

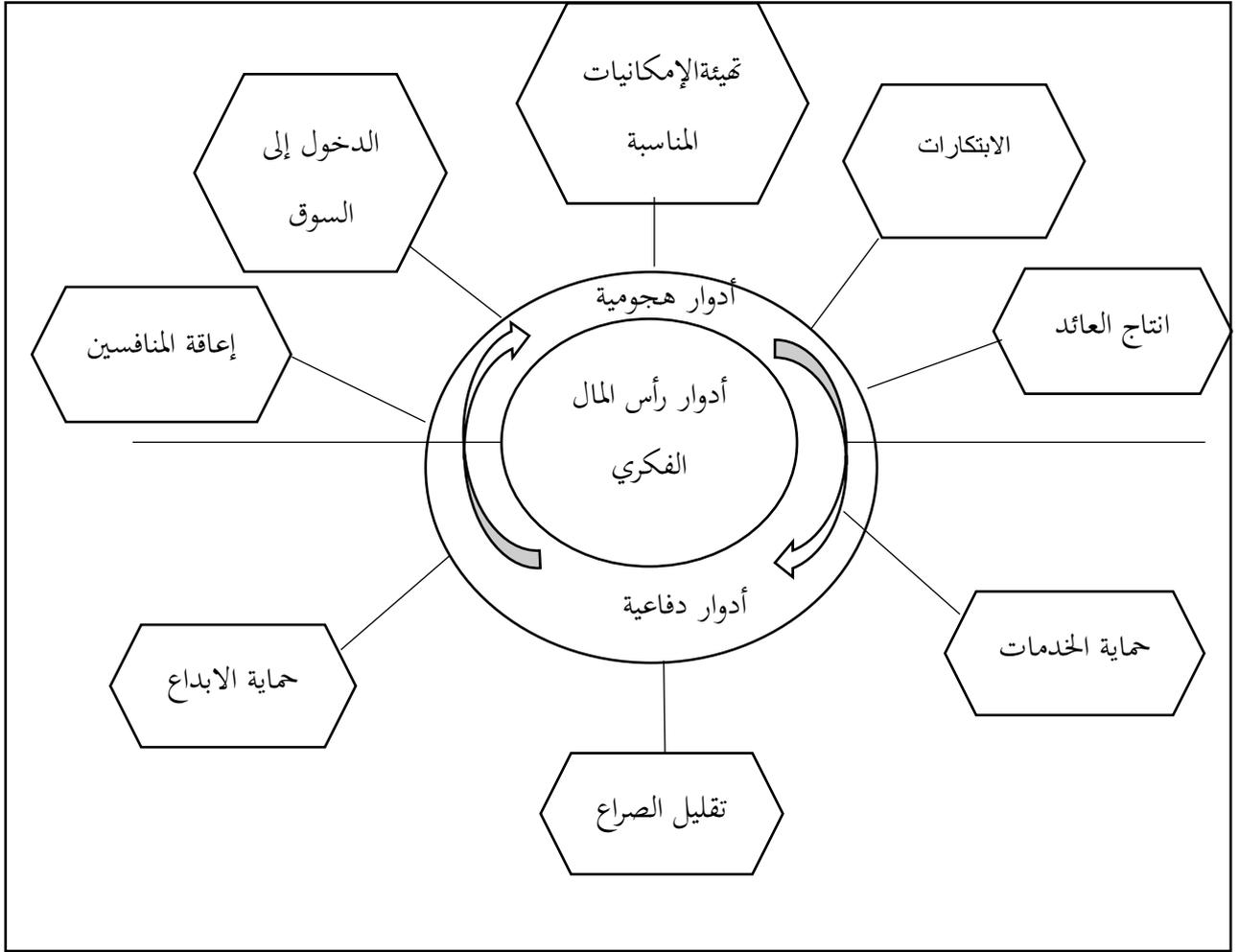
هـ- بناء استراتيجيات جديدة تعيق دخول المنافسين الجدد⁹⁴.

⁹² شعبان، "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية"، مصدر سابق، ص57.

⁹³ العنزي، صالح، "إدارة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال"، مصدر سابق، ص157.

⁹⁴ Luo, X. R., Koput, K. W., & Powell, W. W. "Intellectual capital or signal? The effects of scientists on alliance formation in knowledge-intensive industries". Research Policy, 38, (2009), 1313–1325.

الشكل رقم (3) يبين أدوار رأس المال الفكري في المؤسسة



المصدر: العنزي، صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، ص 157.

المبحث الرابع: الإستثمار في رأس المال الفكري وقياسه

يحاول مديرو المنظمات أن يجدوا طُرقاً معتمدة لقياس قيم المعرفة لفهم كيف يقيم الأداء المستقبلي ولاستثمار في المعرفة ليواكب عصر إقتصاد المعرفة ويدخل في سرب الإستثمارات الإستراتيجية، إذ إنَّ هذين المتغيرين في رأس المال الفكري يساعدان المديرين لإدارة أفضل للموارد غير الملموسة والتي تقرر نجاح المنظمات أو فشلها.

المطلب الأول: الإستثمار في رأس المال الفكري

يمثل الإستثمار في رأس المال الفكري أحد أهم المفاهيم الحديثة التي دخلت الى بيئة الاعمال، إذ تتجلى أهميته في أنه المحرك الرئيسي لجميع العمليات داخل بيئة العمل بشكل عام وداخل المؤسسة بشكل خاص، وهو ما أصبح من الضروريات الحتمية للمؤسسة لكي تعمل على إكتشاف مخزونها المعرفي ورأس مالها الفكري والعمل على استثماره بأشكال وطرق مختلفة تتوافق مع بيئتها، وكذلك العمل على إيجاد الحلول اما العوائق التي تحول دون استثماره، ويعتقد (Stewart) أن المؤسسات بذلت جهود حثيثة لكي تستثمر في المعرفة فلقد كانت تستنسخ وتؤشر أفضل الممارسات، ومن اجل الوصول الى مرحلة الاستثمار الحقيقي في رأس المال الفكري يتوجب البدء بتحديد المشاكل وطرح الأسئلة بشأن مخزون المعرفة في المؤسسة ويرى ان المؤسسات التي تتصف بالنجاح هي تلك التي تستثمر بما تعرفه وتنقل تلك المعرفة عبر قنوات المؤسسة وتستعمل هذه المعرفة للاستفادة في العملية الإنتاجية وفي الخدمات والسلع وتحديد المنظمة نفسها⁹⁵.

أولاً: مفهوم الإستثمار في رأس المال

يُعرّف الإستثمار بشكل عام على أنه الموارد المالية التي يتم تخصيصها من قبل المؤسسة لإنشاء مشروع استثماري مقترح يتم تنفيذه في مدّة زمنية محددة، أي أنه الحجز على أرصدة حاضرة بهدف الحصول على عائد مستقبلي في قيمة رأس المال الفكري بصورة أوفر أو زيادة⁹⁶، أمّا الإستثمار في رأس المال الفكري يُعرّف على أنه تشغيل الأموال من قبل المؤسسة لغرض الحصول على موارد فكرية وتمثل في حصول المؤسسة على موارد بشرية ذات معرفة فكرية عالية، بغية الحصول على المعلومات والبيانات

⁹⁵ عبد المطلب البصار، "دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال: دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة"، أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، (2017)، ص142.

⁹⁶ محمد الزبير وشوقي جدي، "الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة"، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 14-13 ديسمبر (2011)، ص09.

وتحديثها وتخزينها واسترجاعها⁹⁷، ويُعدُّ الاستثمار في رأس المال الفكري هو الطريقة المثلى في توظيف الأموال من قبل المؤسسة في أصولها المتحركة أو الثابتة، لغرض الحصول على موارد فكرية ومعرفية امتلاك المؤسسة موارد بشرية عالية التخصص في المجالات المعرفية وإعادة تدريب العاملين وتأهيلهم في مجال تكوين الخبرات المعرفية⁹⁸، وممَّا سبق يرى الباحث أنَّ الهدف الرئيسي للإستثمار في رأس المال الفكري هو الحصول على حجمٍ كبير من الإيرادات يفوق التكاليف وذلك عن طريق زيادة قدرة وكفاءة ومهارة العاملين بغية تحقيق أهداف المؤسسة وجعلها قادرة على البقاء في بيئة السوق التنافسية.

ثانياً: نموذج الإستثمار في رأس المال الفكري

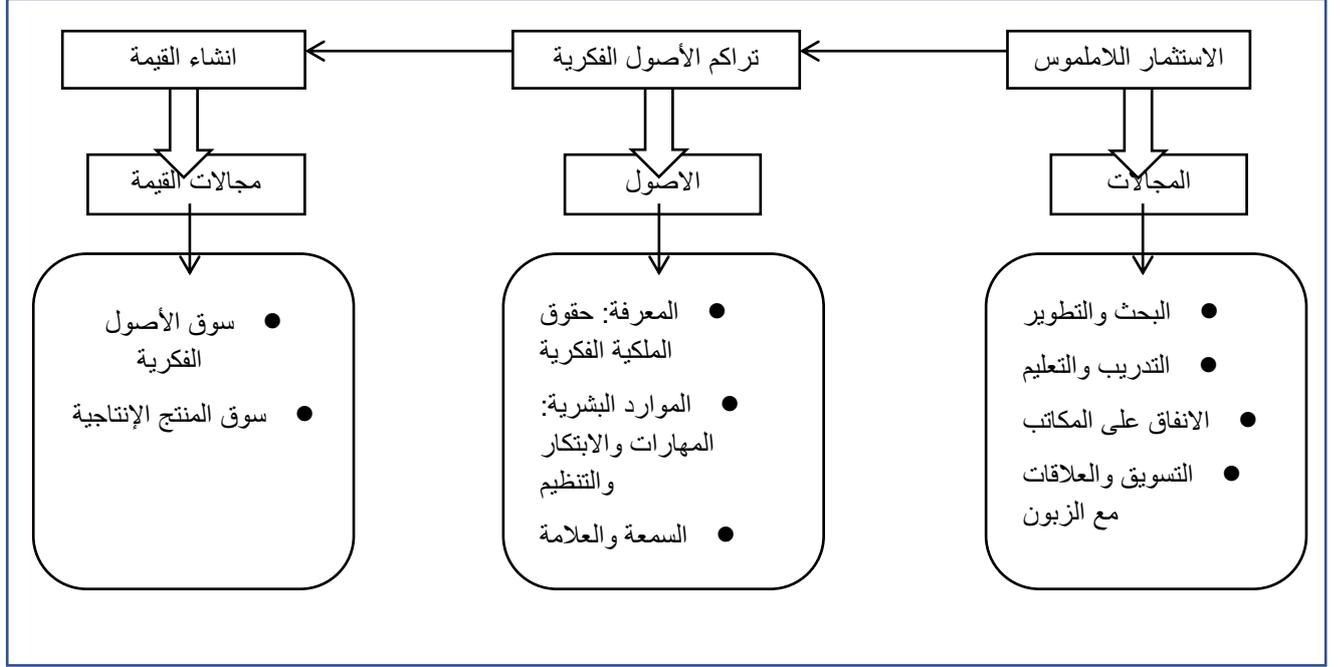
إنَّ الأساس في نموذج الإستثمار في رأس المال الفكري يقوم على تركيز الإهتمام نحو إنشاء الأصول المعرفية عن طريق تحديد مجالات الاستثمار التي تؤدِّي في المحصلة الى بناء قواعد الأصول المعرفية وتراكمها سواءً على مستوى المؤسسة أم البلد، ممَّا يؤدِّي بالضرورة في المراحل اللاحقة إلى تنامي القدرات على بناء القيمة، ويتكوّن من ثلاث مراحل يبينها الشكل الآتي⁹⁹:

⁹⁷ Tatiana Andreeva & Tatiana Garanina, "Do all elements of intellectual capital matter for organizational performance? Evidence from Russian context," *Journal of Intellectual Capital*, (2019).

⁹⁸ حسين عجلان حسين، "استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال"، (إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008)، ص159.

⁹⁹ نجم، عبود نجم، إدارة اللاملموسات: إدارة ما لا يقاس، (دار اليازوري العلمية، عمان، 2010)، ص271.

في الشكل رقم (4) نموذج منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)



المصدر: نجم عبود نجم، إدارة اللاملموسات: إدارة مالايقاس، (دار البازوري العلمية، عمان، 2010)، ص 271.

1- الإستثمار اللاملموس: يتطلب توفير موارد للاستثمار في مجالات مهمة وفعالة وتتمثل في التعليم والتدريب (بناء راس المال البشري، والتطوير والبحث (بناء القاعدة التكنولوجية والعلمية)، والانفاق على المكاتب (العلاقات العامة)، والتسويق والعلاقات مع الزبون.

2- تراكم الأصول الفكرية: تُعدُّ هذه المرحلة من مراحل استمرار في الاستثمار والتعلم ورفع مستوى الخبرة والمهارات بما يجعل الأصول المعرفية والتسويقية والتنظيمية والعلاقات على المستوى الذي يجعل المؤسسة مميزة.

3- انشاء القيمة: وتسمى هذه المرحلة بمرحلة جني الثمار ففي هذه المرحلة يمكن بناء معرفة جديدة في سوق الأصول المعرفية أو ادخال خدمات أو منتجات جديدة نتيجة للتميز في الأصول الفكرية (المعارف والخبرات).

ثالثاً: أهمية الإستثمار في رأس المال الفكري

لا جدال في أنّ هناك دوراً متنامي لأهمية الاستثمار في رأس المال الفكري في المؤسسات والمجتمعات ولذلك أهتم الباحثون والمختصون وميرو المؤسسات والمنظّمات في هذا الجانب، إذ تتجسد أهمية الإستثمار في رأس المال الفكري فيما يأتي¹⁰⁰:

1- يعزز الإستثمار في الجوانب المعرفية لدى العاملين وخاصة رأس المال الفكري من مستوى أداء المؤسسة.

2- يُعدّ كثرة الإستثمار في الموارد المعرفية مؤشراً مهماً لربحية المؤسسة، ويساهم بصورة فعالة بزيادة ربحية المؤسسة.

3- الإستثمار في رأس المال الفكري من أهم العناصر التي تشجع العاملين في المؤسسة على الإبداع والإبتكار، وأثبتت الكثير من الدراسات على وجود علاقة طردية بين الإستثمار في الموارد المعرفية والإبداع والإبتكار من قبل العاملين في المؤسسة.

4- الإستثمار في رأس المال الفكري يمكن أن يلعب دوراً مهماً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة وذلك عن طريق تخفيض تكلفة الاعمال الإدارية.

5- الإستثمار في رأس المال الفكري يعزز من الموقف التنافسي للمؤسسة وذلك في ضوء الإستثمار في الأصول المعرفية غير الملموسة ك(الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والمهارات المعرفية المتقدمة واستعمال الحاسوب).

6- الإستثمار في الموارد المعرفية يساعد في تعزيز العملية الإنتاجية، فمثلاً أصبحت المهارات المتقدّمة وتكنولوجيا المعلومات التي يمتلكها العاملون في المؤسسة ضرورة حتمية في تقدّم العملية الإنتاجية إلى الأمام.

فيما أشار كل من (صالح والعنزي) وآخرون على أهمية الإستثمار في رأس المال الفكري للمجتمع وللمنظّمات وكالاتي¹⁰¹:

¹⁰⁰ عبد الرزاق مولاي الخضر وآخرون، إشكالية الاستثمار في رأس المال المعرفي بالمنظمات الاقتصادية، الملتقى الدولي حول إدارة وقياس رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 03 ديسمبر 2008، ص10.

- المنزلة الرفيعة: لقد فضَّلَ اللهُ سبحانه وتعالى بني البشر على سائر المخلوقات الأخرى وأنعم عليهم بنعمة العقل، ويُعدُّ العقل والتفكير السلاح الأقوى في تقرير تقدُّم المجتمعات والمنظَّمات أو تأخُّرها، ويؤكِّد ما سبق (ماو تسي تونغ) إذ يرى أنَّه لا توجد بلدان غير منتجة بل توجد عقول غير صالحة للإنتاج.
- تأسيس المنظمات الذكية: تمتاز المنظمات الذكية في الاستثمار في العقول وتكنولوجيا المعلومات الموجودة لديها، عن طريق نظم رقمية متطورة تعتمد الشفافية والافصاح ولا تعتمد على النظم الهرمية والمراكز الوظيفية كمبادئ أساسي لها.
- إذ عبَّرت شركة (Skandia) عن المنظمات الذكية بالمعادلة الآتية:
المنظمة الذكية = رأس المال الفكري + تكنولوجيا المعلومات + القيم
- استثمارات ناجحة وعوائد عالية: بعد ظهور ما يسمى باقتصاد المعرفة تعيَّرت النظم الإدارية من التركيز الى القابليات البشرية الى التركيز على القابليات الذهنية، ففي عصر المعرفة يُعدُّ رأس مال الفكري هو القيمة الحقيقية للمؤسسة وكنزها المدفون الذي يحتاج إلى من يستخرجه وينشره في أرجاء المؤسسة للوصول إلى مرحلة الاستفادة منه في مرحلة الإنتاج والإنتاجية.
- مورد استراتيجي وسلاح تنافسي: في ظلِّ إقتصاد المعرفة أصبح رأس المال المعرفي أحد أهم الموارد الإستراتيجية للمؤسسة إذ يُمثِّلُ القوة الفاعلة للمؤسسة والمصدر الرئيسي لثروتها وآزدهاها.

المطلب الثاني: قياس رأس المال الفكري

في ظلِّ عصر المعرفة والتطور التكنولوجي تتجلى أهمية قياس رأس المال الفكري في المؤسسات وذلك لإقناع المالكين والإداريين في استعمال رأس المال الفكري لقياس المعرفة وبيان دوره الفعّال في خلق القيمة والثروة¹⁰²، إنَّ أساس الإشكالية في قياس رأس المال الفكري هي وجود صعوبات في وضع مكوناته على شكل أرقام وجعلها قابلة للقياس، وبعد ذلك تزيد الخط الأخير في الميزانية، إنَّ السبب في

¹⁰¹ العنزي، صالح، 'إدارة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال'، مصدر سابق، ص171.

¹⁰² أشرف حمد رزق الخلايلة، أثر رأس المال الفكري على الأداء المالي في البنوك المدرجة في بورصة عمان، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة الشرق الأوسط الأردن، كلية الاعمال، (2020)، ص23.

ذلك يرجع إلى أنّ رأس المال الفكري من الموجودات غير الملموس وغير المرئية، فعلى سبيل المثال كيف نستطيع قياس المعرفة الضمنية المكنونة في العقول وبما انه غير ممكن لهذا تقوم المؤسسات بالاستمرار في عملية تحويل هذه المعارف من رأس المال البشري الى رأس المال الهيكلي وتضعها في قواعد المعرفة لكي يستفيد منها عند رفعها أو حتى بيعها لتكون مورداً جديداً للتدفق النقدي للمؤسسة.¹⁰³ فعند دراسة قياس رأس المال الفكري لا بدّ لنا من معرفة الدوافع التي تدفع المؤسسات إلى قياس رأس مالها الفكري وهي كالآتي¹⁰⁴:

- 1- توفير أسس لتقييم الوحدات وذلك عن طريق التركيز على أصولها الفكرية.
 - 2- حث وتحفيز إدارة الوحدات للتركيز على ما هو مهم.
 - 3- البحث عن طرق سليمة لتبرير عملية الاستثمار في إدارة المعرفة وذلك من خلال التركيز على المنافع.
- إنّ عملية قياس رأس المال الفكري يعكس القيمة الفعلية للمؤسسة اذ يمثل الفرق بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية للمؤسسة فكلما كان هذا الفرق كبيراً كلما كانت المؤسسة أكثر ثراءً بذكائها وبفكرها، كما أنّهُ يدعم اهداف حاملي الأسهم ويوفر معلومات أكثر فائدة للمستثمرين المحتملين والحاليين، وعلى الرغم من استحداث مدراء المؤسسات والباحثين منظومات جديدة لقياس رأس المال الفكري، إلاّ إنّهُ لم يتمّ قبول أيّ منها على الصعيد المتعلق بالاستعمال الشائع أو الإعتيادي.
- أولاً: مؤشرات قياس رأس المال الفكري¹⁰⁵:**

- 1- مؤشرات مركز النشاط الزبائني: ويتضمّن مؤشرات الزبون، عدد الزيارات للزبائن، عدد الزبائن، رغبات الزبون، عدد الاتفاقيات.
- 2- مؤشرات مركز النشاط البشري: وتضم تحفيز العاملين، رغبات العاملين، مؤشر القيادة، تعلم تكنولوجيا المعلومات.

¹⁰³ شهناز فتح الله احمد النجار، رأس المال الفكري وأثره في التغيير التنظيمي دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، (2006)، ص61.

¹⁰⁴ منهل مجيد احمد، عبدالله وانتصار عبدالرضا، "التحديات التي تواجه المحاسبين العاملين بالوحدات الصناعية في قياس رأس المال الفكري: استطلاع آراء عينة مختارة من المحاسبين في محافظة نينوى"، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد(1)، العدد(1)، (2011)، ص115.

¹⁰⁵ النجار، "رأس المال الفكري وأثره في التغيير التنظيمي"، مصدر سابق، ص31.

3- مؤشرات مركز التجديد والتطوير: وتضم النفقات الإدارية، تطوير المدراء، مؤشر رضا الموظفين، التدريب لكل موظف، نفقات البحث والتطوير.

4- مؤشرات مركز العمليات الهيكلية: وتضم معدل الخطأ الإداري، نفقات تكنولوجيا المعلومات لكل موظف، وقت العملية.

ثانياً: نماذج المستخدمة في قياس رأس المال الفكري¹⁰⁶:

1- النماذج الوصفية: وهي مجموعة من النماذج التي تُصنّف خصائص وسمات رأس المال الفكري، وتركّز هذه النماذج على استطلاع الآراء والاتجاهات التي بدورها تُعدُّ مهمةً ولها تأثير غير مباشر على أداء عمليات المعرفة، ولها نتائج مرغوبة وذلك بالاعتماد على الخبرة الشخصية. وتتضمن هذه النماذج ما يأتي:

● أداء تقييم معرفة الإدارة.

● التقييم الذاتي لإنتاجية المهن المعرفية.

● بطاقة الدرجات الموزونة لقياس وإدارة أصول المعرفة.

2- النماذج المرتبطة بالملكية الفكرية ورأس المال الفكري: تركّز هذه النماذج على قياس قيمة رأس المال الفكري ومكوناته الأساسية وهي رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال الزبائن. فيما تقوم هذه النماذج بتحويل الأصول غير الملموسة (المعرفة) في مختلف أقسام المؤسسة إلى أشكالٍ مختلفة من الملكية الفكرية لتصبح أسهل استعمالاً وأكثر تحديداً.

3- نماذج القيمة السوقية: تركّز هذه النماذج على قياس الفرق بين القيمة السوقية والقيمة الدفترية للأصول غير الملموسة في المؤسسة، أو بين قيمة المؤسسة في السوق وحقوق ملكية الأسهم. إنّ هذه النماذج تعتمد على المبادئ والاسس المحاسبية والمالية ومن أمثلتها:

● القيمة السوقية

● القيمة الدفترية

● القيمة غير الملموسة المحسوبة.

¹⁰⁶ البريش، "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة"، مصدر سابق، ص50.

4- نماذج العائد على المعرفة: يتم العمل في هذه النماذج على أساس احتساب قيمة العائد على الأصول المحسوبة وعلى النحو الآتي:

العائد على الموجودات = صافي الدخل / الموجودات الملموسة للمؤسسة
ومن ثم مقارنة الناتج مع متوسط الصناعة، وأن الفرق الناتج يمكن أن يكون بمثابة عائد على المعرفة، ومن أمثلتها¹⁰⁷:

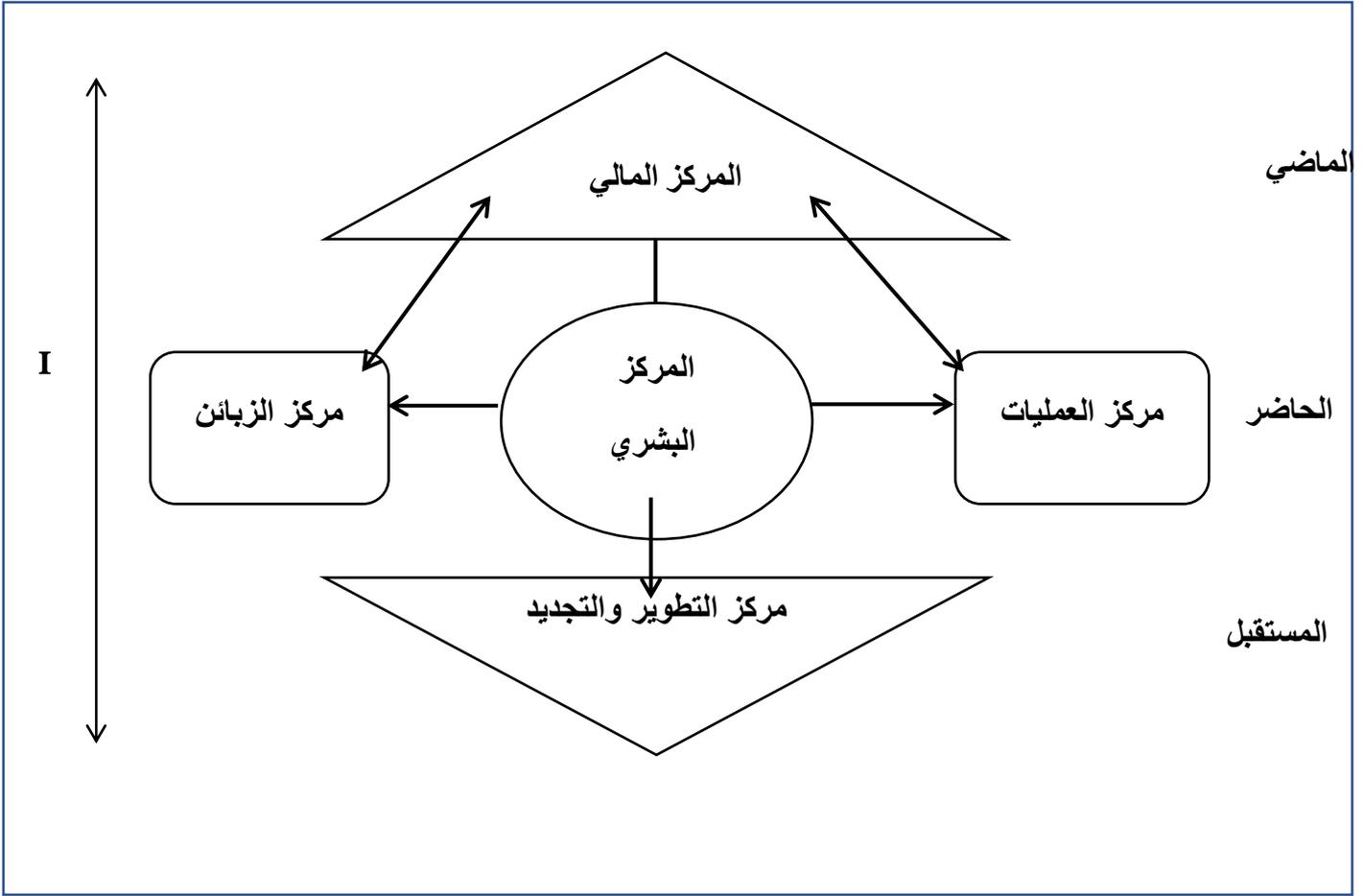
- القيمة غير الملموسة المحسوبة لمكاسب رأس المال الفكري.
- نموذج القيمة المضافة.
- العائد على المعرفة.

وقدم كلٌّ من (Edvinsson & Malon) عام 1997 نموذجاً لقياس رأس المال الفكري يعتمد من قبل شركة (Skandia) السويدية وباتت هي الشركة الأكثر شهرة بجهودها لقياس موجودات المعرفة، إذ يغطّي هذا النموذج خمسة مراكز، هي كلٌّ من: مركز النشاط المالي مركز النشاط الزبائني، مركز التركيز على العمليات، مركز التجديد والتطوير والمركز والبشري، ويُعدُّ المركز البشري الأكثر أهمية إذ وُضِعَ في الوسط دلالةً على التفاعل مع المكونات الأخرى، كما يمثّل كلٌّ من مركز العمليات الهيكلية والمركز البشري ومركز الزبائني زمن الحاضر فيما يمثّل كل من مركز التجديد والتطوير زمن المستقبل¹⁰⁸. أما زمن المركز المالي يمثّل زمن الماضي والشكل الآتي يوضح نموذج سكانديا:

¹⁰⁷ علي نصيف صبري، "زينب شلال عكار، نائر خلف خشان، دور القيمة الاقتصادية المضافة في قياس رأس المال الفكري واثره في خلق قيمة للمؤسسة: دراسة تطبيقية في شركة الاتصالات الأردنية"، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد (43)، آذار 2020، ص 20.

¹⁰⁸ النجار، "راس المال الفكري وأثره في التغيير التنظيمي"، مصدر سابق، ص 31.

الشكل (5) نموذج قياس رأس المال الفكري لشركة (Skaindna) السويدية



المصدر: النجار، رأس المال الفكري وتأثيره على التغيير التنظيمي رسالة ماجستير، 2006.

وعلى ذلك فقد أشار العديد من الباحثين على إن قياس رس المال الفكري أصبح من القضايا ذات الأهمية الكبرى في المنظمات في ظل التغييرات الجوهرية والتحويلات الهيكلية التي تشهدها البنى التحتية التقليدية بل أن كثيراً من منظمات الأعمال أصبحت ترسم استراتيجيتها الأساسية في ضوء واقع رأسمالها الفكري ومخرجات المعرفة، وهو ما دفع تلك المنظمات إلى تعزيز وترسيخ جميع مكوناته سعياً لتحقيق أهدافها¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Dimitrios Maditinos, Dimitrios Chatzoudes, Charalampos Tsairidis, Georgios Theriou, The impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance, *Journal of Intellectual Capital*, (2017).

الخلاصة:

لقد تزايد إهتمام الكُتَّابِ والباحثين والمديرين في الأونة الأخيرة بموضوع رأس المال الفكري ممَّا ساعد إلى ظهور العديد من الدراسات والكتابات والآراء التي تبحث في كيفية التعامل مع رأس المال الفكري وادارته وتنميته وقياسه والاستثمار فيه، وهو ما تمَّ التطرق إليه ضمن هذا الفصل.

في ضوء إبراز أهم مؤشِّرات تطور رأس المال الفكري أثناء الحقب الزمنية، أصبح مصطلح رأس المال الفكري هو ذلك المصطلح الذي يعبِّر بصورةٍ أساسية عن الأصول المعرفية والأصول غير الملموسة للمؤسسة، ويعكس تأثيرات الخبرات المتراكمة، كما أنَّ هناك مجموعةً من النماذج التحليلية التي تفسر طبيعة مكونات رأس المال الفكري، والتي تشترك في أغلبها حول ثلاثة مكونات رئيسية هي: رأس المال البشري، رأس المال هيكلِي، رأس المال الزبوني وأتضح أنَّ هناك عمليات تتم وخطوات توضع ونماذج تدرِّس من أجل التحكُّم أكثر في رأس المال الفكري داخل المؤسسة عن طريق ما يسمى بإدارة رأس المال الفكري، في ضوء التعمق في الدراسة وجدنا طرق وأساليب لتنمية رأس المال الفكري الذي بدوه يملك أدواراً يستطيع عن طريقها الدفاع عن المؤسسة أو الهجوم الى السوق المنافسة. إضافةً إلى أنَّه توجد العديد من الطرق والنماذج التي تسهم في محاولة لقياس والإستثمار والتي تمَّ التطرق إليها وعرضنا أهم ما تتصف به مع محاولة إبراز مدى جدواها مع الواقع.

الفصل الثالث

جودة الخدمات المصرفية الإسلامية

التمهيد

إمتازت السنوات الماضية بتطوراتٍ وتحدياتٍ عديدة كان لها تأثيرٌ مباشر على جودة السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات، ومن أهمها تطوُّر تكنولوجيا المعلومات والاتصال والانفتاح الإقتصادي وتحرير تجارة الخدمات، ولكي تتمكَّن المنظمات بشكلٍ عام والمصارف التي هي موضوع دراستنا بشكلٍ خاصٍ من مواجهة تلك المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، ينبغي ان تتبنى أساليب إدارية حديثة تتلاءم مع المعطيات الجديدة.

وقد عُرفَت المصارف كغيرها من المؤسسات بتقديم خدمات متنوعة، متشابهة من حيث الشكل والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يكمن في الجودة، التي تحقق لها ميزة تنافسية تفرد بها عن بقية المصارف الأخرى، إذ تكسب حصةً سوقية تعزز من مكانتها في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركزت المصارف على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في ظل تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

ولأجل التعرُّف على جودة الخدمات المصرفية تم تقسيم الفصل على ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية الإسلامية.

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإسلامية.

المبحث الثالث: قياس جودة الخدمات المصرفية، أبعاده وأساليب تحسينه.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية الإسلامية.

تُعَرَّفُ المصارف على أنها المؤسسات المالية المرخَّصة التي تعمل على استقبال الودائع ومنح القروض وتقوم بتقديم العديد من الخدمات المصرفية الأخرى مثل صرف العملات وتحويل الأموال وخدمات التأمين وخدمات التمويل وغيرها من الخدمات، وتُعدُّ الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية واحدةً من المكونات الأساسية في أنشطة المصرف واعماله، وتزداد أهميتها بكونها العنوان الأساسي عند الزبائن إذ يُقيسون جودة المصرف في ضوء جودة الخدمة المقدَّمة لهم، وتُعَرَّفُ الخدمات المصرفية على أنَّها

التعاملات المالية والخدمات التي تقدمها المصارف للمؤسسات والأفراد، والهدف الأساسي للمصارف في جميع أنحاء العالم هي تقديم الخدمات والتسهيلات المالية للأفراد والمؤسسات على حدٍ سواء¹¹⁰.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإسلامية ونشأتها

إنَّ مفهوم الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية هي أوسع وأشمل مما هي في المصارف التجارية والتقليدية، ففي المصارف الإسلامية تضاف إلى الاعمال والخدمات المصرفية داخل البنك خدمات اجتماعية وتكافلية وكلُّ عمل يكون له أثر اجتماعي، وتعد الخدمات المصرفية واحدة من أهم الأعمال التي تركزُ عليها البنوك الإسلامية لأنها أحد الوسائل الأساسية لتحقيق أهداف المصرف في الحصول على إيرادات مقابل تقديم الخدمات، وتمثل الخدمة المصرفية الجيدة نقطة الارتكاز التي تعتمد عليها المصارف في تحقيق أهدافها الاستراتيجية¹¹¹.

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية الإسلامية

إنَّ مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكلٍ عامٍ، إذ أن مفهوم الخدمة بشكلٍ عام هو "أداء أو عمل غير ملموس يقدمه طرف إلى طرفٍ آخر دون ان ينتج عن تقديم هذه الخدمة ملكية شيء ما، ويمكن ان تكون الخدمة مرتبطة بمنتجٍ مادي أو لا تكون"¹¹². كذلك يمكن تعريف الخدمة على "أنها منتج غير ملموس يقدم منافع وفوائد للزبون نتيجة استعمال جهد بشري أو تطبيق الكتروني على أشياء معينة أو اشخاص ولا يمكن استهلاكها مادياً أو حيازتها"¹¹³، اما الخدمة المصرفية، فيمكن تعريفها على "أنها مجموعة من العمليات والفعاليات والأنشطة التي تحمل في طياتها مضامين نفعية كامنة في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل المصرف للزبائن في ضوء قيمتها المنفعية والتي تشكلُ مصدراً لإشباع رغباتهم وحاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته

¹¹⁰ Abbad, J. and Al-Hawary, S.I.S. 'Measuring banking service quality in Jordan: a case study of Arab Bank,' *Abhath Al-Yarmouk*, Vol. 27, No. 3, (2014), pp.2179-2198.

¹¹¹ ابتسام بولخوة، تأثير جودة الخدمات المصرفية على أداء البنوك الإسلامية، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة العربية بن مهدي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، ص25، عام 2013.

¹¹² Alwadi, M. H. & Mohamed Samhan, H. "The extent of total quality management in Jordanian banks," *Arab Journal of Economic and Administrative Sciences*, (3), (2009) 213.

¹¹³ عمر علي بابكر الطاهر، "أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب"، المملكة العربية السعودية، جامعة جازان، *المجلة العربية للنشر العلمي*، العدد (14)، ص83، (2019).

تشكل مصداً هاماً من مصادر ربح المصرف عن طريق العلاقة بين الزبون والمصرف¹¹⁴. وتُعرَّف الخدمات المصرفية الإسلامية "بأنها مجموعة من المنافع والأنشطة والعمليات غير الملموسة، التي يقوم المصرف الإسلامي بتقديمها لزبائنه المختلفين (افراد ومؤسسات) بهدف اشباع حاجاتهم ورغباتهم، وقد يكون انتاج هذه الخدمة مرتبط بمنتج مادي أو قد لا يكون، وذلك مقابل عمولة أو اجر مع مراعاة ان لا يشمل ذلك مخالفة شرعية أو ربا"¹¹⁵.

وتشير هذه التعريفات إلى أن مفهوم الخدمة المصرفية يتضمَّن مجموعة من الأبعاد الأساسية وهي¹¹⁶:

- 1- **البعد المنفعي:** يسمى هذا البعد بالبعد الخاص بالزبون، ويُعرَّف على أنه مجموعة المنافع التي يحققها الزبون نتيجة استعماله للخدمة المصرفية.
 - 2- **البعد السيماتي (الخصائصي):** وتتضمَّن مجموعة الخصائص التي تتصف بها الخدمة المصرفية. أي ان هذا البعد يرتبط بشكل مباشر في الخدمة المصرفية.
 - 3- **البعد التسويقي:** يعتبر مصدراً لإشباع رغبات ومتطلبات الزبائن¹¹⁷.
 - 4- **البعد الشرعي:** ان الخدمة المصرفية في المصارف الإسلامية لا يمكن تقديمها الا إذا كانت توافق احكام الشريعة الإسلامية، وخالية من المخالفات الشرعية أو الشبه أو الربا، وتقديمها حسب ضوابط الشرع، احكاماً وقيماً واخلاقاً¹¹⁸.
- بناءً على ماتقدم يرى الباحث أن مفهوم الخدمات المصرفية الإسلامية هي أوسع واشمل من الخدمات المصرفية التقليدية وذلك لان الخدمات المصرفية الإسلامية تضيف الى اعمالها المصرفية خدمات اجتماعية وتكافلية، ويمكن تعريفها على أنها مجموعة من العمليات والأنشطة غير الملموسة التي يقوم بها

¹¹⁴ تيسير العجاردة، *التسويق المصرفي*، الطبعة الأولى، (دار الحامد للشر والتوزيع، الأردن، عمان، (2005)، ص32.

¹¹⁵ أبو عزوز إبراهيم علي أبو عزوز، سياسات التوظيف الإسلامي في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة على قطاع الصيرفة الإسلامية بمصرف الجمهورية ليبيا، أطروحة دكتوراة منشورة على الانترنت، جامعة سونان أمبيل الإسلامية الحكومية سورابايا، (2021)، ص93.

¹¹⁶ فاضل مجَّد إبراهيم المحمودي، "التسويق المصرفي"، (صنعا: جامعة العلوم والتكنولوجيا للكتاب الجامعي، (2013)، ص17.

¹¹⁷ رائد أبو مؤنس مجدي غيث، "ماهية الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية: أبعادها، وعناصرها، وخصائصها- دراسة تحليلية"، *المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية*، المجلد (16)، العدد (1)، (2020)، ص354.

¹¹⁸ غيث، "ماهية الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية"، مصدر سابق، ص354.

المصرف بهدف اشباع حاجات ورغبات الزبائن مع مراعاة احكام الشريعة الاسلامية، مقابل مبلغ من المال وفي الوقت ذاته يُعدُّ أحد اهم مصادر الربح في المصرف.

اولاً: نشأة الخدمات المصرفية الاسلامية

المرحلة الأولى: هي مرحلة نشأة المصارف الإسلامية وتعود إلى عام 1963 في مصر وكانت على يد الدكتور أحمد النجار (رحمه الله تعالى)، وسميت آن ذاك ببنك الادخار المحلي، واستمرت التجربة لمدة ثلاثة أعوام فقد قامت الخدمة المصرفية الإسلامية ببنك الادخار المحلي على أساس تجربة المضاربة الشرعية، وذلك عن طريق جمع المدخرات من الناس واستثمارها وتوزيع الأرباح حسب الاتفاق المبرم، ثم أنشأ بعد ذلك بنك ناصر الاجتماعي كأول مصرف إسلامي لا يتعامل بالربا في نص قانوني، وكانت طبيعة الخدمات المقدمة في هذا المصرف هي اجتماعية بالدرجة الأولى وليست مصرفية¹¹⁹.

المرحلة الثانية: وهي المرحلة التي باتت التطورات في الخدمة المصرفية ملحوظة اذ جاءت هذه التطورات تلبية لحاجة المؤسسات المالية في الفترة من عام 1974 إذ وقَّع وزراء مالية الدول الإسلامية اتفاقية تأسيس المصرف الإسلامي للتنمية وباشرا اعماله بشكل رسمي عام 1977 بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية¹²⁰، وقد استطاعت المصارف الإسلامية أثناء هذه المرحلة من التغلُّب على خدمات المصارف الكلاسيكية، ومع التطور الزمني تطورت الخدمات من مجرد أمَّا سوق للأفراد (الإدخار) إلى خدمات مصرفية أخرى أكثر جودة وأكثر منفعة للزبائن كما تطور معها التسويق المصرفي¹²¹.

المرحلة الثالثة: وبعدها مرة المصارف الإسلامية بمرحلة تطور جديدة تمثلها في تشكيلة الخدمات الجديدة وتنوع النشاطات المتعلقة بالقروض والانتشار بشكل مكثف، وكذلك توظيف الابتكارات مثل تلك التي

¹¹⁹ سمير الشاعر، *المصارف الإسلامية من الفكرة الى الاجتهاد*، (بيروت: دار العربية للعلوم ناشرون، الطبعة الثانية، 2011)، ص21.

¹²⁰ Abdullah, S. Measuring Customer Satisfaction for Business Services Quality to Islamic Financial Institutions in Kuwait, Unpublished Master Thesis, Faculty of Commerce, Ain Shams University, Egypt, (2012).

¹²¹ عبد الرحيم ناجي علي الهامل، *تسويق الخدمات المصرفية ودورها في جلب الزبون الى المصارف الإسلامية: دراسة حالة على مصرف مانديري الإسلامي ملانج- اندونيسيا*، أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة سونان امبيل الإسلامية الحكومية، (2019)، ص4.

شقت طريقها في البنوك الامريكية كخطط الادخار وشهادات الإيداع، والاقراض وتقديم الخدمات البنكية عن طريق البريد والمراسلة عبر المنزل¹²².

المرحلة الرابعة: وهي مرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا في الاعمال المصرفية وباتت التكنولوجيا هي التي تعطي ميزة وجودة للخدمات المصرفية المقدمة من قبل إدارات المصارف الإسلامية حول العالم، إذ بدأت هذه المرحلة مع حلول عام 1986 في فرنسا فقد قامت الحكومة الفرنسية بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقة الذكية، وفي عام 1992 أصبحت البطاقات البنكية تحمل البيانات الشخصية لحاملها وأثناء تسعينات القرن الماضي ظهر اول مصرف الكتروني في الولايات المتحدة الامريكية¹²³.

ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية

تباينت صفات وخصائص المصارف الإسلامية بحكم التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات واستعمل التقنية، ويرى الباحثون والمختصون ان الخدمات المصرفية لها خصوصية وحساسية تختلف عن غيرها، لأنها خاضعة للتغيرات المستمرة، لذلك تتسم الخدمات المصرفية الإسلامية بالخصائص الآتية:¹²⁴

1. الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية: ان مصطلح المصرف الإسلامي يعني التزام إدارة المصرف بأحكام وتعاليم الشريعة الإسلامية في جميع تعاملاته المالية، فلا تقدم إدارة المصرف أي خدمة محرمة وهي عاملة مجرمتها شرعاً¹²⁵.
2. اللاملموسية: تختلف الخدمة عن السلعة كونها غير ملموسة، فهذه الصفة تكمن في أن ما يقدمه المصرف الإسلامي من خدمة للزبائن غير ملموسة أي لا يمكن لمسها أو حملها أو تخزينها، هذه الصفة تبين ان الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك بصورة مباشرة، ولا يمكن للزبون الاستفادة منها أو بيعها الا عند حضوره للمصرف أو طلبه لها¹²⁶.

¹²² أحمد عماري، "التسويق في المؤسسات المصرفية الجزائرية"، (الجزائر: المنتدى المنظومة الاقتصادية التحولات المصرفية، 2008) ص31.

¹²³ جهيد العياطي ومحمد بن عزة، "تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية: تحليل احصائي حديث لواقع وافاق تطور الصيرفة الالكترونية في الجزائر"، *مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية*، العدد (2)، المجلد (3)، 2017، ص2.

¹²⁴ Al-Hawary, S.I.S. 'The roles of perceived quality, trust, and satisfaction in predicting brand loyalty: the empirical research on automobile brands in Jordan market,' *International Journal of Business Excellence*, Vol. 6, No. 6, (2013), pp.656-686.

¹²⁵ عبد الكريم احمد جميل، "التسويق المصرفي"، (الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015)، ص117.

¹²⁶ ابي سعيد احمد الديوه جي، "النوعية في الخدمة المصرفية وفق اعتبارات التجارة الالكترونية"، *مجلة تنمية الرفادين*، العدد (81) المجلد (28)، (2006)، ص11.

3. التلازمية (عدم تجزئة الخدمة): إنَّ الخدمات التي يقدمها المصرف الإسلامي حالها حال الخدمات الأخرى فأثماً تتصف بعدم التجزئة، إذا يفترض أن تستغل وأن تنجز بشكلٍ متكامل دون نقص في أيِّ طرفٍ من أطرافها، بغية تحقيق المنفعتين: المكانية والزمانية مما يتطلب الإستعانة بالبيع المباشر الأكثر تطوراً في العالم كمنطقات الائتمان أو التجارة الإلكترونية أو البريد¹²⁷.
4. الزوالية (الهلاك): في حال عدم استخدام الخدمة المصرفية تتعرض للزوال أو الهلاك مما يتسبب في خسائر كبيرة للمصرف، لان الخدمة المصرفية لا يمكن تخزينها، لا تشكل هذه الخاصية خطورة بالنسبة للمصرف في حال وجود طلب على الخدمة، إلاَّ إنَّ التباين والتذبذب في طلب الزبائن للخدمة يجعل المصرف يواجه بعض الصعوبات¹²⁸.
5. الملكية: إنَّ أهم خاصية تميز الخدمة عن السلعة أنَّه لا يمكن نقل ملكيتها، فالسلعة يمكن للمشتري ان يخزنها أو ينقل ملكيتها لشخص اخر عند استلام ثمنها¹²⁹.
6. التماثل والمعيارية: تتشابه الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية فيما بينها الى حد ما، أي أنها تحتوي نفس الجوهر، إذا أخذنا خدمةً من مجموعة من المصارف فأثُّه يصعب علينا التفريق والتميز فيما بين الخدمات المقدمة من قبل المصارف، وهذا يعني انه يوجد نوع من المعيارية والتماثل للخدمة بين المصرف مما يقلل من حدة المنافسة، لذا يتم التركيز وإعطاء الأهمية على رفع مستوى جودة الخدمة¹³⁰.

المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة المصرفية ومراحل تطويرها

تمتلك الخدمات المصرفية في جميع أنواع المصارف حول العالم دورة حياة تبدأ من تقديمها إلى السوق وتنتهي بمرحلة تدهورها وهلاكها، وهناك تباين في طول كلِّ دورةٍ وطول كلِّ مرحلة، فيما يُعدُّ

¹²⁷ Al-Hawary, S.I.S. "Health care services quality at private hospitals, from patients' perspective: a comparative study between Jordan and Saudi Arabia," *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 22, (2020), pp.6516–6529.

¹²⁸ اسعد غبيش الخفاجي وصفاء مُجَّد هادي الجزائري وعلي غباش مُجَّد، "قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية: بحث استطلاعي في مصرف الوركاء للاستثمار والتمويل - البصرة"، *المجلة العراقية للعلوم الإدارية*، المجلد (8)، العدد (32)، (2012)، ص170.

¹²⁹ Al-Hawary, S.I.S. "The role of perceived quality and satisfaction in explaining customer brand loyalty: mobile phone service in Jordan," *International Journal of Business Innovation and Research*, Vol. 7, No. 4, (2013), pp.393–413.

¹³⁰ حسين بن يحيى وعبد القادر بوي وعبد الله علي الصيفي، "حقيقة تسعير الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية: دراسة مقارنة بين السعر المعتمد في البنوك التقليدية والسعر في البنوك الإسلامية"، *مجلة البشائر الاقتصادية*، المجلد (6) العدد (2)، 2020، ص268.

التطور هو احد مقومات التوجه الرئيسي لأي مصرف من المصارف والهدف من التطوير هو عملية تحقيق مزيد من الاشباع لحاجات ورغبات الزبائن، ولذلك تعد الخدمات المصرفية من اهم المرتكزات التي تعتمد عليها إدارات المصارف حول العالم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية، وان اعتماد المصارف على خدماتها الحالية دون تطويرها تفقدها من ميزتها التنافسية، ذلك اذا لم تقم بتجديدها وتطويرها بما يلائم رغبات الجمهور وجدت نفسها خارج السوق ليحل محلها المنافسون¹³¹.

اولاً: دورة حياة الخدمات المصرفية

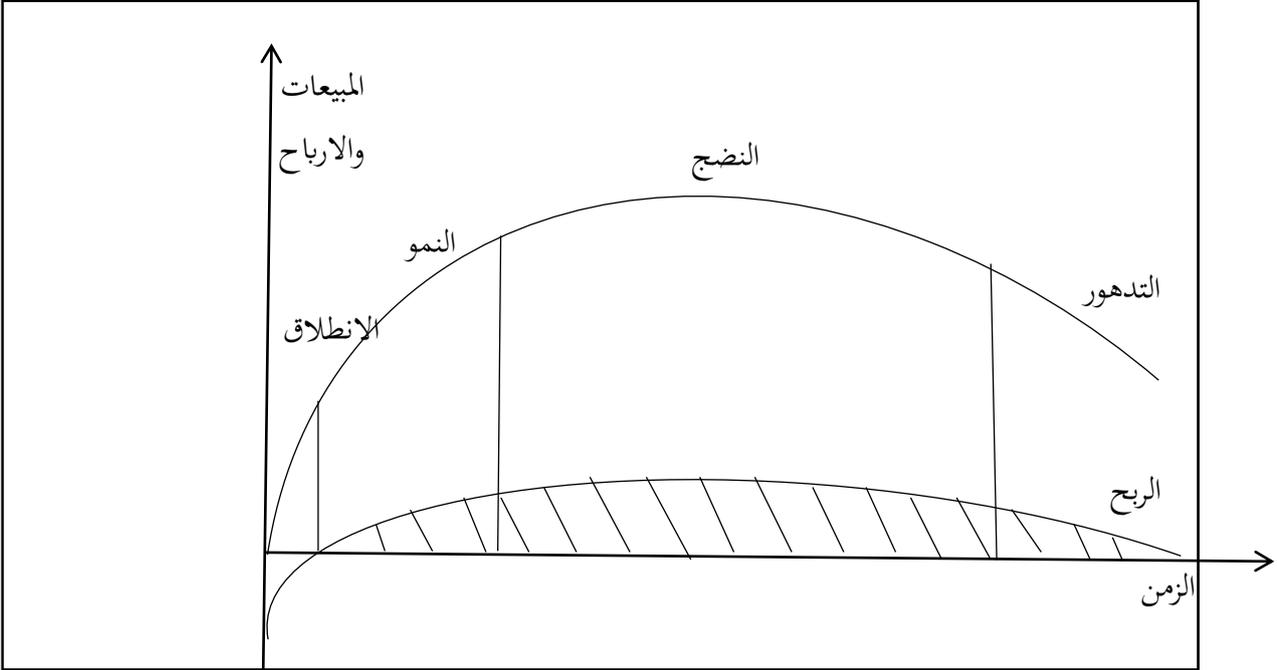
تشبه دورة حياة الخدمات المصرفية دورة حياة الكائن الحي، والتي تبدأ من الولادة مروراً بمراحل الحياة المختلفة ثم تنتهي الى الموت، وكذلك تمر الخدمات المصرفية بعدة مراحل تشكل عن طريقها دورة حياتها، ويمكن وصف دورة حياة الخدمة على أنها التطور الحاصل لحجم التعاملات عبر الزمن منذ مرحلة تقديمه الى السوق الى مرحلة حذفه من خط الخدمة¹³².

¹³¹ محسن مزرق، تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل: دراسة حالة مصرف التنمية المحلية BDL وكالة جيجل 363، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة جيجل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 214، ص72.

¹³² بتول عبد علي غالي، "دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية: دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية"، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (7)، العدد (4)، ص102، عام (2017).

ويمكن توضيح مراحل الخدمة المصرفية كما في الشكل البياني الآتي:

الشكل رقم (6) دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: الشكل من اعداد الباحث بالاعتماد على البحوث السابقة

من الشكل السابق يتبيّن لنا ان الخدمة المصرفية تمر بأربع مراحل رئيسة هي:

- 1- **مرحلة الانطلاق (تقدم):** أثناء هذه المرحلة يتم عرض الخدمة في السوق لأول مرة، تمتاز هذه المرحلة بطولها المدة وإمكانية فشل الخدمة بسبب قلة الطلب عليها لعدم معرفة العملاء بها، ويلعبُ حسنُ اختيار الخدم ووقت تنفيذها دوراً كبيراً في إنجاح تلك الخدمة واستمرارها، وبشكل عام يظهر المنحنى خسارة المصرف في هذه المرحلة نظراً لحجم النفقات التي يتكبدها المصرف في عرض الخدمة، كنفقات البحث والتطوير، والاعلانات والدعاية الكبيرة التي تجعل المستهلكين على علمٍ بالخدمة وتفاصيل استعمالها وتشجيعهم للإقبال عليها، وإنشاء نظام للتوزيع في السوق

لنشر الخدمة الجديدة¹³³. وتُعدُّ هذه المرحلة من المراحل المهمة والمكلفة للمصرف مما يجعلها تنتهج استراتيجية يضمن لها العبور الى المرحلة الآتية، وتمثل هذه الاستراتيجيات في:¹³⁴

- استراتيجيات القشط السريع: وفيها يتم تكثيف الجهود الترويجية لزيادة التغلغل في السوق، إذ يتم في هذه المرحلة طرح الخدمة في السوق بسعر مرتفع قصد استعادة ما يمكن من الأرباح¹³⁵.
- استراتيجية القشط البطيء: تتميز هذه الاستراتيجية بتقديم المصارف للخدمة بسعر مرتفع وبجهود ترويجية اقل بهدف تخفيض الكلفة، وتطبق هذه الاستراتيجية عندما يكون الجمهور مستعداً لدفع التكاليف المرتفعة للخدمة، ووجود معرفة مسبقة للمنتج من قبل الجمهور، وصغر حجم السوق، وانعدام المنافسة الشديدة¹³⁶.
- استراتيجية التغلغل السريع: تتمثل في تقديم الخدمة المصرفية بسعرٍ منخفضٍ مع تكثيف الجهود الترويجية، ويتم تطبيق هذه الاستراتيجية عندما لا يتم الشعور بدخول الخدمة الى السوق لكبر حجم السوق وشدة المنافسة فيها¹³⁷.
- استراتيجية التغلغل البطيء: تركزت هذه الإستراتيجية بدخول الخدمة الى السوق بسعر منخفض مع جهود ترويجية منخفضة، إذ تطبق هذه الإستراتيجية عندما يكون هناك إدراك للخدمة من الجمهور، ويكون حجم السوق كبير، مع وجود حساسية لسعر الخدمة في السوق، ايضاً إمكانية ظهور المنافسة¹³⁸.

2- **مرحلة النمو:** في هذه المرحلة يتعرَّف زبائن المصرف على الخدمة وعلى مدى تميُّزها عن الخدمات الأخرى، وتمتاز هذه المرحلة بزيادة الطلب على الخدمة وارتفاع مستوى الأرباح مع وثبات حجم التكاليف نتيجة تعرف الجمهور على الخدمة¹³⁹.

¹³³ عيشوش عبدو، "تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية: دراسة حالة، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت"، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (2009)، 140..

¹³⁴ Al-Hawary, S.I.S. and Al-Hamwan, A.M. "Environmental analysis and its impact on the competitive capabilities of the commercial banks operating in Jordan," *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 7, No. 1, (2017), pp.277–290.

¹³⁵ محمد جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، "التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي"، (عمان: دار المنهج، 2005)، ص244.

¹³⁶ عيشوش، "تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية"، مصدر سابق، 140.

¹³⁷ الصميدعي ويوسف، "التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي"، مصدر سابق، ص246.

¹³⁸ عيشوش، "تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية"، مصدر سابق، ص141.

¹³⁹ Al-Hawary, S.I.S. and Al-Menhaly, S.M, "the quality of e-government services and its role on achieving beneficiary's satisfaction," *Global Journal of Management and Business Research*": A Administration and Management, Vol. 1, No. 11, (2016), pp.1–11.

3- **مرحلة النضج:** في هذه المرحلة تحقّق الخدمة اعلى مستوى من الطلب وتزداد الأرباح وتصل الى حالة الازدهار، وتشجع الأرباح العالية التي يحققها المصرف المنافسين في الدخول الى السوق وتقديم خدمة مماثلة أو تقليدها ممّا يؤديّ إلى انخفاض وتباطؤ مبيعات الخدمة مع إرتفاع تكاليف الترويج ممّا يؤدي الى تراجع في الأرباح مع شدة المنافسة¹⁴⁰.

في هذه المرحلة يجب على إدارة المصرف تدارك الحالة والعمل على إطالة عمر هذه المرحلة إلى أطول مدّة ممكنة وذلك بإتخاذ التدابير الآتية¹⁴¹:

- تخفيض العمولات والاسعار لضمان استمرار تعامل الزبائن مع المصرف.
 - العمل على ربط بيع الخدمة المصرفية مع خدمات أخرى رواجاً ملموساً.
- 4- مرحلة الإنحدار:** تعرّف هذه المرحلة بمرحلة الهرم وذلك لثبات عنصر التكاليف وانخفاض العائد وتراجع المبيعات لدخول خدمات جديدة الى السوق وهي مرحلة حتمية بطبيعة حال السوق¹⁴²، وهنا يلجأ المصرف إلى إتباع إحدى الإستراتيجيات الآتية أو بعضها لتجنب الخسارة أو للمحافظة على الحد الأدنى من الأرباح¹⁴³:

- حذف الخدمة من قائمة الخدمات المقدمة من قبل المصرف.
- تخفيض الأسعار الى ادنى حدٍ ممكن بما يسمح للبنك تغطية تكاليف المتغير للوحدة الواحدة.
- تخفيض تكاليف الترويج والتوزيع.
- قد يستمر المصرف بتقديم الخدمة بسبب أهميتها لبعض الزبائن أو لأنّها مكملّة لبعض الخدمات الأخرى.

¹⁴⁰ غالي، "دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية"، مصدر سابق، ص103.

¹⁴¹ Al-Hawary, S.I.S. and Al-Smeran, W.F. "Impact of electronic service quality on customers satisfaction of Islamic banks in Jordan," *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 7, No. 1, (2017), pp.170-188.

¹⁴² Fullerton, G. and Taylor, S. Mediating, interactive, and non-linear effects in service quality and satisfaction with services research," *Canadian Journal of Administrative Sciences* , Vol. 19, No. 2, (2012), pp.124-36.

¹⁴³ العجارمة، *التسويق المصرفي*، مصدر سابق، ص190-191.

الجدول رقم (3) صفات مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

المرحلة الصفات	التقديم	النمو	النضج	الانحدار (التدهور)
المبيعات	منخفض	ارتفاع سريع	تبلغ ذروتها	تنخفض
التكاليف	مرتفع	متوسط	تبدأ بالانخفاض	منخفضة
الأرباح	سالبة	تبدأ بالارتفاع	مرتفعة	تبدأ في الانخفاض
المنافسون	مغامرون	المجددون الأوائل	غالبية	قليلون
المستهلكون	مغامرون	المجددون الأوائل	غالبية	قليلون

المصدر: فاضل مُجد إبراهيم الحمودي، التسويق المصرفي، (صنعاء: الطبعة الأولى، مركز جامعة العلوم والتكنولوجيا، 2014)، ص 158.

ثانياً: تطوير الخدمات المصرفية

يعرف مفهوم تطوير الخدمة المصرفية على أنه "تقديم خدمات مصرفية جديدة سواء كانت بإجراء عمليات تعديل أم تحسين على منافع وخصائص الخدمة الحالية، أو إضافة فوائد وخصائص جديدة لها، أو إضافة خدمة مصرفية جديدة كلياً"¹⁴⁴، وتُعرف أيضاً على أنها "مجموعة من الأساليب والتقنيات المستعملة لأجل تجديد وتطوير الخدمات المصرفية، وهذا ما يضمن للمصرف البقاء في السوق ومواصلة المنافسة وكسب شريحة مهمة وكبيرة من الزبائن"¹⁴⁵. وتنبع أهمية الابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية إلى مجموعة من الإعتبارات والتي أهمها ما يأتي:

1. المساعدة على التكيف مع التغيرات والتطورات التي تُحدث في رغبات وحاجات الزبائن مما يساعد في المحافظة عليهم وجذب المزيد منهم.

¹⁴⁴ فاضل مُجد إبراهيم الحمودي، "التسويق المصرفي"، (صنعاء: الطبعة الأولى، مركز جامعة العلوم والتكنولوجيا، 2014)، ص 148.

¹⁴⁵ احمد عمان، "دور التسويق المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية للبنوك التجارية": دراسة حالة مصرف الخليج الجزائر، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة الشهيد حمه الخضر بالوادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، (2015)، ص 55.

2. محاولة جذب واستمالة زبائن جدد للمصرف وزيادة حجم التعامل للخدمات المقدمة للسوق.

3. تخفيض تكلفة الخدمات المشابهة التي تقدّمها المصارف المنافسة في السوق.

4. خلق قاعدة تنافسية داخل السوق تمكن للمصرف من البقاء في الصمود امام المنافسين في السوق.

5. جعل الخدمة أكثر كفاءة وفاعلية من اجل تحقيق اهداف المصرف المستقبلية.

وتمرّ عملية تطوير وتقديم الخدمة المصرفية الجديدة إلى السوق بمجموعةٍ من المراحل وهي¹⁴⁶:

(1) **مرحلة توليد الفكرة:** تبدأ عملية تقديم الخدمة الجديدة بفكرة، يتمّ الحصول عليها من مصادر

داخلية كمقترحات العاملين في المصرف، أو مدراء المصرف التنفيذيين أصحاب الخبرة، إدارة

التسويق، إدارة البحث والتطوير، وهي أفضل المصادر، أو عن طريق المصادر الخارجية كالبحوث

والدراسات الأكاديمية، المنافسون، معرفة حاجات الحكومة، الموزعون وشركات ذات العلاقة

بالمصرف، فيما تلجأ الكثير من المصار الى سؤال عمالها عن أفكار جديدة وذلك بطريقةٍ رسميةٍ

أو بطريقة غير رسمية عن طريق الشكاوى.

(2) **مرحلة تصفية الأفكار:** لا يمكن للمصرف تجربة جميع الأفكار، إذ لابدّ من مراعاة الأهداف

التي يسعى المصرف الى تحقيقها ما يعني بالضرورة تصفية تلك الأفكار واختيار الملائم منها.

(3) **مرحلة الدراسة الاقتصادية:** إذ يتمّ عن طريقها دراسة وتحليل الجدوى الاقتصادية للفكرة،

تكلفتها والعائد الذي يمكن أن تحقّق عن طريقها، ومحاولة تأثيرها إيجاباً وسلباً على مجموع

الخدمات التي يقوم المصرف بتنفيذها لزبائنه.

(4) **مرحلة تحديد مواصفات الخدمة:** وفيها يتمّ تحديد النموذج الأولي للخدمة المصرفية الجديدة.

(5) **مرحلة الاختبار التسويقي للخدمة:** تُعدّ هذه المرحلة من أهم مراحل عملية تطوير الخدمة

المصرفية، وفيها يتمّ تجربة الخدمة، إذ عادة ما يتمّ تجربتها في الفروع الرئيسية للمصرف لمعرفة رد

فعل الزبائن وتسجيل ملاحظاتهم.

(6) **مرحلة تقديم الخدمة:** وهي المرحلة التي يتمّ فيها تعميم الخدمة على نطاقٍ واسع في السوق، وتُعدّ

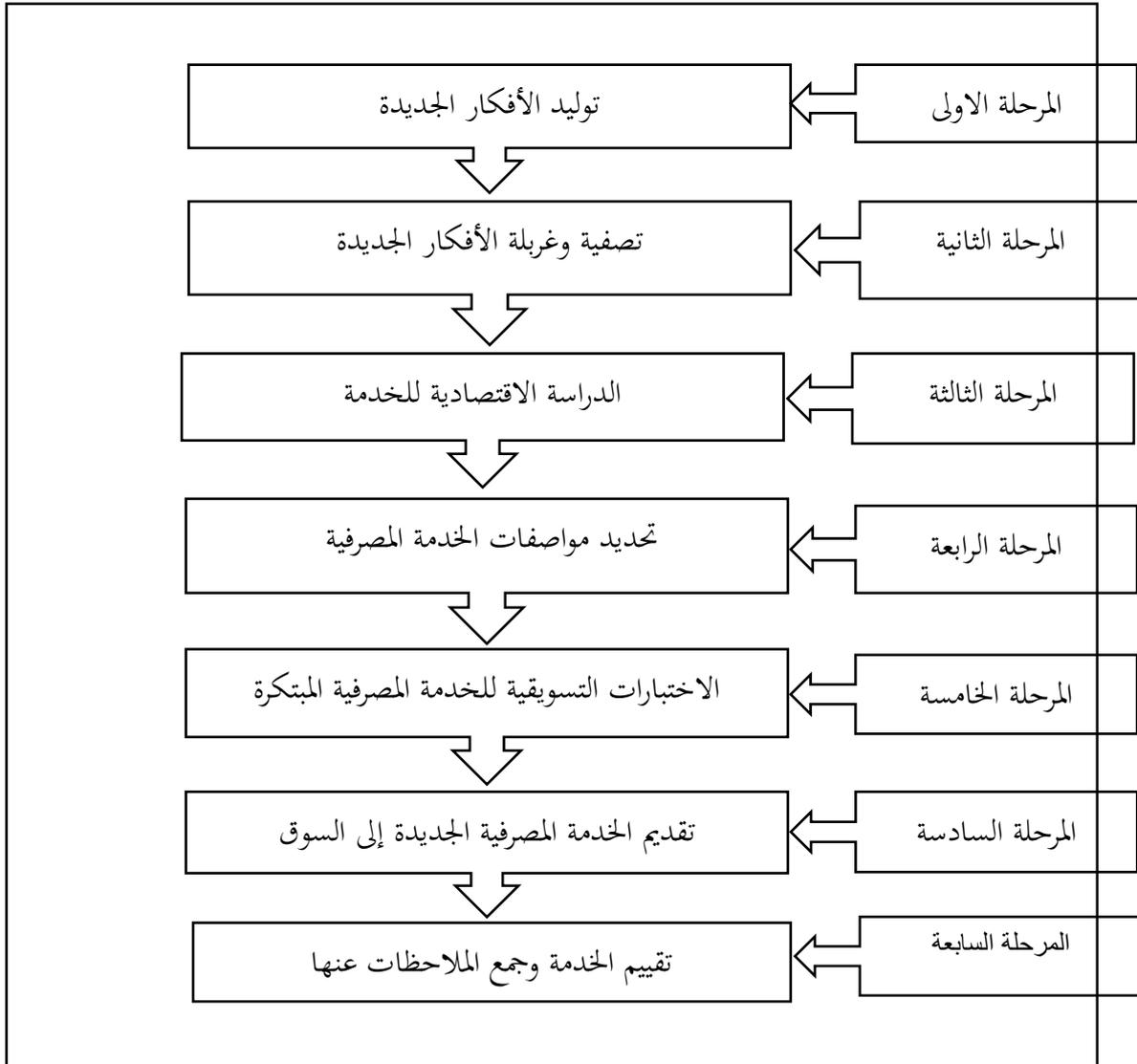
هذه المرحلة بداية دورة حياتها.

¹⁴⁶ المحمودي، "التسويق المصرفي"، مصدر سابق، ص148.

(7) **مرحلة تقييم الخدمة:** وهي المرحلة النهائية من مراحل تطوير الخدمة المصرفية، إذ يتم إعداد خطة كاملة لرصد النتائج عن تقديم الخدمة في السوق.

وتشير الدراسات والأبحاث إلى أن أكثر من 55% من أفكار الخدمات المصرفية الجديدة تأتي من المصادر الداخلية (العاملين، المدراء، إدارة التسويق)، بينما 28% تقريباً من أفكار المنتجات الجديدة تأتي من عملاء البنك، وحوالي 27% من الأفكار يتم الحصول عليها من المصارف المنافسة¹⁴⁷.

الشكل رقم (7) مراحل تطوير الخدمة المصرفية



المصدر: الشكل من اعداد الباحث بالاعتماد¹⁴⁸

¹⁴⁷ الحمودي، التسويق المصرفي، مصدر سابق، ص148.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الإسلامية

تُعَدُّ الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الواجهة الرئيسية لجمهور المصرف ووسيلة هامة لجذب المتعاملين الجدد والمحافظة على المتعاملين الحاليين، فهي بوابة العبور للتعامل في أنشطة المصرف المختلفة، كما تنشأ أهمية الخدمات المصرفية إلاَّ إنَّ الإيرادات الناشئة عنها إيرادات منخفضة المخاطر، فيما يقدم المصرف الإسلامي الخدمات كافةً التي يقدمها المصرف التقليدي عدا الخدمات التي تتعارض مع الشريعة الإسلامية، مثل تلك الخدمات التي تستخدم أسعار الفائدة في تنفيذ الخدمة. وتقسم الخدمات التي تقدمها المصارف الإسلامية الى ثلاث مجموعات كما موضَّح في الشكل (7):¹⁴⁹

المجموعة الأولى: الخدمات المصرفية الداخلية: تتضمَّن هذه المجموعة مزيج من الخدمات المصرفية التي تقدِّمها المصارف الإسلامية لربائنها لتنشط من العمليات المصرفية والمالية الداخلية ومن هذه الخدمات¹⁵⁰:

- 1- الحسابات الجارية: وهو عبارة عن المبالغ التي يودعها أصحابها في المصارف الإسلامية بشرط أن يردها عليهم المصرف متى ارادوا، وتتضمن اصدار الشيكات الشخصية وخدمات صناديق الإيداع والسحب والإيداع الآلي، تنفيذ تعليمات الدائمة والمؤقتة، بيان ارصدة الحسابات، إيقاف صرف الشيكات، وبيان حركة الحساب، وتعديل العمليات والعناوين... وغيرها¹⁵¹.
- 2- حسابات الادخار وحسابات التوفير:
- 3- حسابات الاستثمارية: وهي الحسابات التي يفوض أصحابها المصرف في استثمار الأموال على أساس مقيد أو مطلق. ففي حالة حسابات الاستثمار المقيدة يخول أصحاب الحسابات المصرفي في استثمار أموالهم على أساس عقد المضاربة أو الوكالة بالاستثمار ويقىدون المصرف ببعض

¹⁴⁸ Lau, M.M., Cheung, R., Lan, A.Y.C. and Chu, Y.T. Measuring service quality in the banking industry: a Hong Kong based study," *Contemporary Management Research* ", Vol. 9, No. 3, (2013), pp.263-282.

¹⁴⁹ Phan, C.A. and Nham, P.T. "Impact of service quality on customer satisfaction of automate teller machine service: case study of a private commercial joint stock bank in Vietnam, *Business: Theory and Practice*, Vol. 16, No. 3, (2016), pp.280-289.

¹⁵⁰ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، "الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية"، (جدة: الطبعة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، 2004)، ص196.

¹⁵¹ حسين بن معلومي الشهراني، الحسابات الجارية حقيقتها- تكييفها، مقال منشور على موقع صيد الفوائد.

الشروط والقيود كأن يستثمر المصرف في مشروعات معينة، اما في حالة حسابات الاستثمار المطلقة يخول أصحاب الحسابات المطلقة المصرف في استثمار أموالهم على أساس عقد المضاربة أو عقد الوكالة بشكلٍ مطلقٍ دون شروط أو قيود¹⁵².

4- تحصيل الشيكات: وهي بمثابة أوامر من العميل إلى المصرف ليدفع إلى آخر المبالغ المدونة في حسابه الجاري في المصرف، وتُعدُّ خدمة إصدار دفتر الشيكات للزبائن من الخدمات الرئيسية التي يقدمها المصرف الإسلامي لزبائنه من اجل تسهيل التعاملات المالية قصيرة الأجل وطويلة الاجل¹⁵³.

5- تحصيل الكمبيالات: يقوم المصرف الإسلامي بتحصيل الكمبيالات نيابةً عن زبائنه المحررة لصالحهم، وذلك بدون تحميل أي فائدة، والكمبيالة هي ورقة تجارية تتضمن أمر من شخص يسمى (الساحب) إلى شخص يسمى (المسحوب عليه)، بان يدفع مبلغ معين بمجرد الاطلاع في تاريخ معين، لأمر شخص ثالث وهو (المستفيد) حامل الكمبيالة¹⁵⁴.

6- تحويل الأموال في الداخل والخارج: وهي من المعاملات المستجدة نشأت بعد ظهور الأنظمة المصرفية الحديثة، وهي واحدة من الخدمات المصرفية واسعة الانتشار حول العالم، وتقدّمُ المصارف الإسلامية هذه الخدمة تلبية لاحتياجات زبائنها، كما يحقُّ للمصرف الإسلامي أن يتقاضى أجور لتقديم هذه الخدمة كسائر المصارف التقليدية¹⁵⁵.

7- الكفالات المصرفية (خطابات الضمان): وهو نوعٌ من أنواع التسهيلات الائتمانية غير المباشرة التي يقدمها المصرف الإسلامي لعملائه، وتتمثل بتعهد المصرف الإسلامي بالأداء بناءً على

¹⁵² إبراهيم الكراسنة، "البنوك الإسلامية: الاطار المفاهيمي والتحديات"، أبو ظبي - الامارات العربية المتحدة، صندوق النقد العربي، معهد الدراسات الاقتصادية، رقم 24، 2013، ص6.

¹⁵³ AIB موقع البنك الإسلامي العربي على شبكة الانترنت،

<https://aib.ps/product-and-services/bankcoreservices/cheques> 2021/11/10

¹⁵⁴ فيض الرحمن، التعامل بالأوراق التجارية في الشريعة الإسلامية، مجلة دراسات الجامعة الإسلامية شيتاغونغ بينغلاش، المجلد (3)، 2006، ص95.

¹⁵⁵ ARABNAK عربناك، المرجع في كل مايهم الصيرفة الإسلامية، موقع على شبكة الانترنت، <https://www.arabnak.com> 2021/11/10.

طلب العميل لصالح جهة حكومية أو أهلية مستفيدة من الكفالة، ويقدم المصرف هذه الخدمة على أساس الوكالة بالأجر¹⁵⁶.

8- حفظ الأوراق المالية: تقوم المصارف الإسلامية بخدمة حفظ الأوراق المالية وخدمتها في بعض الأحيان، بمعنى صرف المستهلك منها واستبدال الأوراق المجدد إصدارها، يقوم المصرف الإسلامي بهذا النشاط على أساس ان ربح الأوراق المالية ربح تجاري كرباح الأسهم خالي من الفوائد¹⁵⁷.

9- عمليات الاكتتاب في الأسهم دون سندات: تقوم المصارف الإسلامية بعملية الوساطة في عملية الاكتتاب في الأسهم الخاصة بالمشروعات الجديدة والشركات، الا ان دورها يتركز على تزكية الشركة من ناحية المشروعية والشرعية، النشاط الذي ستمارسه¹⁵⁸.

10- تأجير الخزانات الحديدية: يقوم المصرف الإسلامي بأعداد الخزانات الحديدية لحفظ مقتنيات ووثائق الزبائن ومستنداتهم السرية وأموالهم، ولكلّ خزنة مفتاحان يُسلّم أحدهما للزبون ويبقى الآخر لدى المصرف ولا يستعمل إلا في حال ضياع مفتاح الزبون¹⁵⁹.

11- الأعمال التابعة: يقوم المصرف الإسلامي بتقديم سائر الخدمات المكتملة التي يحتاج إليها عملاءه لتيسير تعاملاتهم في حياتهم الإجتماعية والإقتصادية بوجه عام مثل إدارة ممتلكاتهم شراء وبيع الشيكات السياحية، وإدارة اعلام وسداد فواتير المياه والانارة والتلفونات عنهم والقيام بدراسات خاصة بحساب المتعاملين معه، وغيرها من الخدمات وذلك على أساس الاجر¹⁶⁰.

المجموعة الثانية: الخدمات المصرفية الخارجية: تقدّم المصارف الإسلامية بهذا الصدد مجموعة من الخدمات المصرفية الخارجية وذلك بما يتوافق مع الشريعة الإسلامية وعلى النحو الآتي:

1- قبول تحويلات العاملين بالخارج بالعملات الأجنبية و اجراء التحويلات إلى الخارج أيضاً: يقوم المصرف الإسلامي بتقديم خدمة التحويلات المصرفية وشراء وبيع العملات الأجنبية على أساس

¹⁵⁶ وائل نورس هناوي، "دور الكفالات المصرفية في عملية المبادلات التجارية الخارجية وتنفيذ المشاريع الاقتصادية، دراسة تطبيقية في المصارف التجارية السورية"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، قسم المصارف والتأمين، 2016، ص2.

¹⁵⁷ المغربي، "الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية"، مصدر سابق، ص198.

¹⁵⁸ Mueyed, M.A. "Customer perception on service quality in retail banking in developing countries – a case study," *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4, No. 1, (2012), pp.116–122.

¹⁵⁹ Olorunniwo, F., Hsu, M.K. and Udo, G.J. "Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory," *Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No. 1, (2016), pp.59–72.

¹⁶⁰ Fullerton, G. and Taylor, S. "Mediating, interactive, and non-linear effects in service quality and satisfaction with services research," *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 19, No. 2, (2012), pp.124–36.

سعر الحاضر وذلك على أساس الأسعار الراضجة يوم اجراء العملية، ومن اهم الخدمات التي يقدمها المصرف الإسلامي في هذا الصدد هو¹⁶¹:

أ. قبول وإصدار الحوالات الخارجية بأغلب العملات الرئيسية من وإلى دول العالم كافة سواء كانت حوالات ورقية أم شيكات.

ب. بيع وشراء الشيكات السياحية.

ت. بيع وشراء العملات الأجنبية النقدية.

2- الإعتمادات المستندية: يُعدُّ الإعتماد المستندي أحد أهم التسهيلات المالية التي تقدّمها المصارف الإسلامية لزبائنه المستوردين فيمكنه من فتح إعتماد لحساب المصدرين في الخارج، وتُعدُّ الإعتمادات المستندية من أهم الخدمات التي تقدّمها المصارف الإسلامية بصورة عامة، إذ تُعدُّ الأساس في الحركة التجارية (الإستيراد والتصدير) في أنحاء العام كافة، والتي تُنفذ من شبكة مراسلين المصرف الإسلامي حول العالم¹⁶².

3- إعتمادات المراجعة الخارجية: وهي خدمة مناسبة للعملاء ذوي النشاطات التجارية المحلية والخارجية، إذ توفّر الطمأنينة وراحة البال لهم، بموجب هذا النوع من الإعتماد يقوم المصرف الإسلامي باستيراد البضاعة التي يرغب فيها العميل على حسابه، وعند وصول البضاعة يمكن للزبون أن يشتريها بربح معلوم، إذ تُسدّد قيمتها على أقساطٍ مرنة تتناسب مع التدفقات النقدية لكل زبون¹⁶³.

4- إعتمادات التصدير: وهي إعتمادات واردة من الخارج لإتمام عمليات التصدير، إذ يقوم المصرف الإسلامي بتبليغ العميل بوصول البرقية من الخارج بعد التأكد من صحتها وسلامتها، ويقوم البنك بالتسديد للمستفيد المحلي نظير تصدير البضاعة¹⁶⁴.

¹⁶¹ الهامل، "تسويق الخدمات المصرفية ودورها في جلب الزبون الى المصارف الإسلامية"، مصدر سابق، ص9.

¹⁶² عبد علي صالح، "الفوائد في الاعتمادات المستندية، مجلة العلوم الإسلامية"، المجلد(11)، العدد(7)، (2020)، ص62.

¹⁶³ بيت التمويل الكويتي، موقع الكتروني على الانترنت.

¹⁶⁴ <https://www.kfh.com/home/Private-Banking/Financial-Services/Murabaha-Credits.html> 2021/11/11

الاعتمادات المستندية، الموقع الالكتروني لبنك فيصل الإسلامي

<https://www.faisalbank.com.eg/fib/arabic/personal-services/documentary-credits.html> 2021/11/11

5- بولص التحصيل: تعدُّ البواصل إحدى وسائل الدفع في تسديد أثمان السلع أو الخدمات في التجارة الدولية، وتتمثل في أوراق ذات قيمة مالية تقدم للمصرف الإسلامي للتحصيل ولأداء تلك الخدمة يتمُّ ابلاغ الزبون أولاً بوصول المستندات، وعند استحقاق وقت الكمبيالة يتم الاتصال بالزبون لأخطاره بذلك، في حال اذا كان الدفع مؤجلاً، ويقوم المصرف بعد ذلك بتسليم المستند للزبون مقابل خصم من حسابه¹⁶⁵.

6- خطابات الضمان (الكفالات المصرفية الخارجية): وهي صورة من صور الضمان المصرفي وتمثّل تعهداً (دون قيد أو شرط) تصدر من المصرف الإسلامي بطلب من احد زبائنه يسمى "الامر" بدفع مبلغ معين أو قابل للتعين إلى شخص ثالث يسمى "المستفيد" بمجرد طلبه وذلك في مدّة زمنية تمّ الإتفاق عليها مسبقاً مكتوبة في خطاب الضمان¹⁶⁶.

7- بطاقات فيزا التمويل: وهي بطاقات ائتمانية يقدمها المصرف الإسلامي لزبائنه، وتعدُّ بطاقة فيزا التمويل نظام مدفوعات على مستوى عالمي ويستطيع حاملها استعمالها في الحصول على العديد من الخدمات¹⁶⁷.

المجموعة الثالثة: الخدمات الإستشارية المالية والإقتصادية والإدارية والتنظيمية كون المصارف الإسلامية من المؤسسات المالية والاستثمارية والاقتصادية التي تتميز بالجوانب الإيجابية في معاملاتها، ولكي تمارس أنشطتها الاستثمارية والتمويلية على الوجه الاكمل تقوم ببعض الخدمات المالية والاستثمارية والخدمية¹⁶⁸، ومن بينها¹⁶⁹

1- إعداد دراسات الجدوى للمشروعات الإستثمارية التي يقدهمها العملاء أو المساهمين في تقييم هذه المشروعات وإبداء الرأي بصدددها.

2- تزويد الزبائن بالإستشارات حول صيغ عمل المصارف الإسلامية والنقاط التي تميز معاملاتها دون غيرها من المصارف.

¹⁶⁵ بنك القدس، بوالص التحصيل، <https://www.qudsbank.ps/page/bills-for-collection>، 2021/11/11.

¹⁶⁶ كامل خير الله طراد، "خطابات الضمان وأهميتها في عقود المقاولات والتجهيز الحكومية"، مجلة كلية التراث الجامعة"، العدد (19)، المجلد (1)، 2015، ص85.

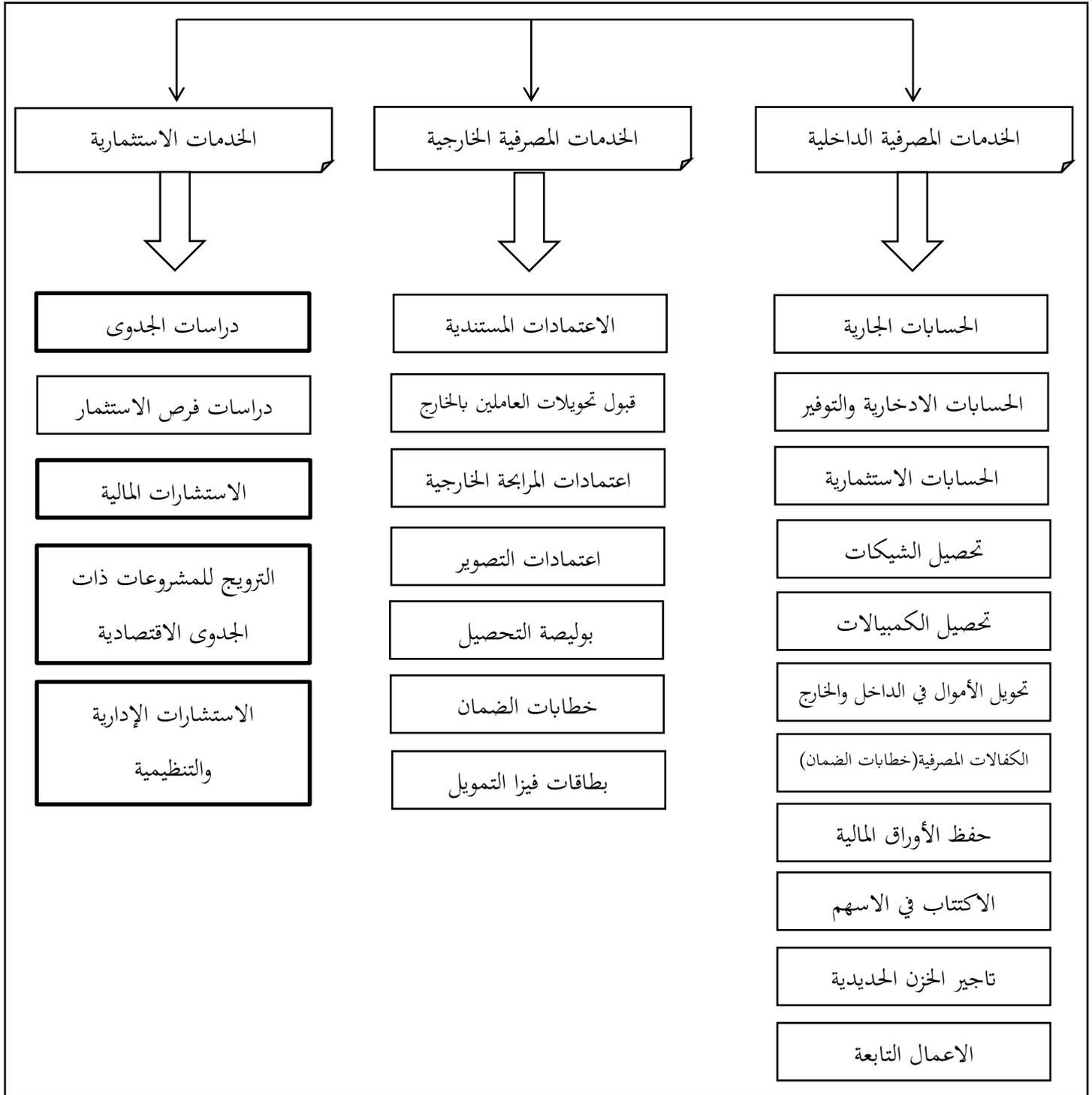
¹⁶⁷ عبد الله محمد الطيار، البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق، (الرياض: دار الوطن، الطبعة الأولى، 2001) ص122.

¹⁶⁸ الهامل، "تسويق الخدمات المصرفية ودورها في جلب الزبون الى المصارف الإسلامية"، مصدر سابق، ص10.

¹⁶⁹ المغربي، الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية، مصدر سابق، ص202.

- 3- دراسة فرص الاستثمار والتوظيف في البيئة التي يعمل بها المصرف الإسلامي، واعداد الخرائط الاستثمارية للمجالات التجارية والخدمية والصناعية والزراعية وغيرها.
- 4- السعي لابتكار الفرص الاستثمارية الجديدة والاعوية الادخارية التي تواكب تطلعات الزبائن وتشبع حاجاتهم المتجددة.
- 5- الترويج للمشروعات ذات الجدوى الاقتصادية، وامداد المتعاملين بالاستثمار حول افضل فرص الاستثمار.
- 6- اعداد وتدريب الكوادر البشرية لمختلف الزبائن لتهيئتهم للتعامل وفقاً للصيغ الإسلامية في اطار فقه المعاملات.
- 7- ابتكار صكوك التمويل الإسلامية وصناديق التمويل بالمشاركة التي تلائم احتياجات الزبائن بمختلف خصائصهم الديمغرافية وتباين قدراتهم الداخلية.

الشكل رقم (8) أنواع لخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية



المصدر: عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية، (جدة: الطبعة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، 2004)، ص 196.

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإسلامية.

تواجه المصارف حول العالم الكثير من الصعوبات في المحافظة على تعامل العملاء معها أكثر من جذب الزبائن الجدد، ويُعدُّ تطبيق مفهوم الجودة على الخدمات المقدّمة للزبائن واحدة من أهم العناصر التي تحقِّق عن طريقها المصارف أهدافها، وقبل التعرُّف على مفهوم جودة الخدمة المصرفية لابدَّ لنا من معرفة مفهوم الجود ثمَّ مفهوم الخدمة، في ضوء هذا المبحث سنتعرَّف على مفهوم الجودة ومفهوم الخدمة.

المطلب الأول: مفهوم الجودة والخدمة

أولاً: مفهوم الجودة

تعددت استعمالات مصطلح الجودة ومدلولاته في الحياة اليومية، فالجودة "نظام متكامل ومتصل يهدف الى تحقيق الميزة التنافسية والإحتفاظ به بشكلٍ مستمرٍ، يشير مفهوم الجودة لغَةً إلى الشيء الجيد، من جاد الشيء فهو يجود"، أمَّا اصطلاحاً فإنَّ كلمة (Quality) مشتقة من الكلمة اللاتينية (Qualities) التي يقصدُ بها "درجة صلاحية الشيء وطبيعته وهي لا تعني الاحسن والأفضل دوماً"، إنَّما هو مفهوم نسبي يختلف التعبير عنه باختلاف جهة الاستفادة منه سواء كان (المصمم، المؤسسة، الزبون... وغيرها)¹⁷⁰، ويُعدُّ مفهوم الجودة من المفاهيم متعددة المجالات والجوانب وتبعاً لذلك تعددت تعاريفه ومفاهيمه فالجودة هي "المعيار أو الهدف أو مجموعة متطلبات، وهو هدفٌ يمكن قياسه، فهو معيارٌ للكمال يمكن الحكم عليه بمعرفة، إذا ما كان الزبائن أو المستفيدون سعداء ويبدون الرضا عن الخدمة أو المنتج الذي قدَّمناه لهم فهذا يمكننا القول بأننا حقَّقنا أهداف الجودة"¹⁷¹، ويمكن تعريفها على أنَّها "قدرة المؤسسة على تحقيق متطلبات ورغبات الزبائن بالشكل الذي يتوافق مع متطلباتهم، ويحقِّق لهم الرضا التام عن الخدمة التي تمَّ تقديمها"¹⁷²، وبالتالي يمكن تعريف الجودة على أنَّها المدخل الشامل والفلسفة الإدارية التي تسعى الى تحقيق التحسين المستمر لجميع عمليات ووظائف المؤسسة من أجل تقديم الخدمات والمنتجات التي تلبي احتياجات ومتطلبات الزبائن من ناحية الكلفة الأقل والأكثر امان،

¹⁷⁰ أثار ناهض، "تأثير إدارة الجودة الشاملة في تسويق الخدمة المصرفية في عينة من المصارف الخاصة العاملة في العراق"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد(65)، (2021)، ص78.

¹⁷¹ جريجز، ديان جون، *الجودة في العمل دليلك الشخصي لتأسيس وتطبيق معايير الجودة الكلية*، (ترجمة سامي الفردوس وثامر العدلي، سلسلة افاق للإدارة والاعمال، دار افاق الابداع العالمية، الرياض، 1995)، ص9.

¹⁷² عطية، حسن علي، *الجودة الشاملة والمنهج*، (دار المنهج: عمان، عام 2007)، ص21.

وتهدف الى زيادة رضا الزبائن على المدى الطويل في ضوء تطوير الخدمات والمنتجات والعمليات لتكون أكثر فاعلية وكفاءة¹⁷³، من التعاريف السابقة للجودة يمكن تصنيف مداخل الجودة على خمسة مداخل وهي تعكس إلى حد ما المفاهيم التي اعتمدها رواد الجودة وممارسوها وهي كالآتي¹⁷⁴:

- 1- مدخل التميز: على وفق هذا المدخل فان الجودة تعني التفوق الطبيعي وهذا لا يمكن ادراكه الا عندما نراه ومشكلة هذا المدخل انه لا يقدم للمدراء الدليل والأسلوب العلمي للتميز والتفوق.
 - 2- المدخل المعتمد على المنتج: وتعني الجودة بالأسلوب المعتمد على الخصائص والسمات الكلية للجودة القابلة للقياس والتي تحقق رضا الزبائن.
 - 3- المدخل المعتمد على المستخدم: وتعني التطابق مع مفهوم الملائمة للاستخدام.
 - 4- المدخل المعتمد على التصنيع: وتعني مطابقة الجودة مقارنة بالمتطلبات أو قدرة الاستجابة لمواصفات التصميم.
 - 5- المدخل المعتمد على القيمة الاستراتيجية: وتعني قيمة الزبون الاجمالية وكلفة الزبون الاجمالية.
- استناداً إلى ما سبق يرى الباحث أن الجودة هو مجموعة من الخصائص والصفات التي تمتاز بها المنتجات سواء كانت سلعة أم خدمات، وفي المقابل تقوم هذه الخصائص تلبية حاجات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم وذلك بالوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة، مما يعود بالنفع إلى الزبون والمصرف.

ثانياً: مفهوم الخدمة

شهد القطاع الخدمي بعد الحرب العالمية الثانية نمواً كبيراً، إذ تحوّلت الكثير من إقتصاديات التصنيع الى القطاع الخدمي، إذ شكّل قطاع الخدمات 71% من الناتج القومي الإجمالي لبلدان الإتحاد الأوروبي، بينما شكّلت ما نسبته 84% من إقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية¹⁷⁵، وعلى هذا الأساس يُعدُّ مفهوم الجودة الخدمة من أكثر المفاهيم التي وردت بين المختصين في مجالات الأدب التسويقي إنسجاماً مع شيوع الرأي القائل أن هذا العصر هو عصر الخدمات، إذ عرّفت جمعية التسويق الأمريكية

¹⁷³ عالية عصام عباس، "الدور الوسيط لرأس المال البشري لتأثير التوجيه الريادي في إدارة الجودة الشاملة: دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من موظفي الشركة العامة للأنظمة الالكترونية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (66)، (2021)، ص343.

¹⁷⁴ رفل مؤيد عبد الحميد الطائي، دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن فرعين من مصرف الشمال للتمويل والاستثمار والرافدين في الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، (2013)، ص24-25.

¹⁷⁵ الطائي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص25.

الخدمات على أنّها "النشاطات والمنافع التي تعرض للبيع لإرتباطها بسلعة معينة، أو هي منفعة يمكن أن يقدمها احد الأطراف لأخر وليس بالضرورة ان تكون ملموسة أو ينتج عنها ملكية"¹⁷⁶، فيما عرفها آخرون على أنّها "أيُّ نشاطٍ أو سلسلة من الأنشطة التي تحمل طبيعة غير ملموسة في الغالب، ولكن ليس ضرورياً أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المادية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل"¹⁷⁷، وهي أيضاً تلك الدرجة من القبول والرضا التي يمكن تحقيقها في الخدمة المقدّمة للزبائن عن طريق إشباع رغباتهم وتلبية حاجاتهم وتوقعاتهم، فيما عرف آخرون جودة الخدمة على أنّها "موافقة الخدمة للاحتياجات المطلوبة أو تفوّقها عند التوافق من قبل الزبون"¹⁷⁸. ممّا سبق يتبيّن لنا أنّ مفهوم الخدمة مرتبط بمفهوم نفعي يتجسد في بعدين رئيسيين هما¹⁷⁹:

- 1- البعد النفعي: هذا البعد مرتبط بالزبون نفسه، ويتضمّن مجموعة من المنافع المادية المباشرة التي يسعى الزبون للحصول عليها عن طريق شراءه للخدمة المصرفية.
- 2- البعد السيمائي: هذا البعد يرتبط بشكل مباشر بالخدمة نفسها ويعبر عن مستوى جودتها، ويتمثل بمجموعة الخصائص والسمات التي يتّصف بها المضمون النفعي المباشر للخدمة.

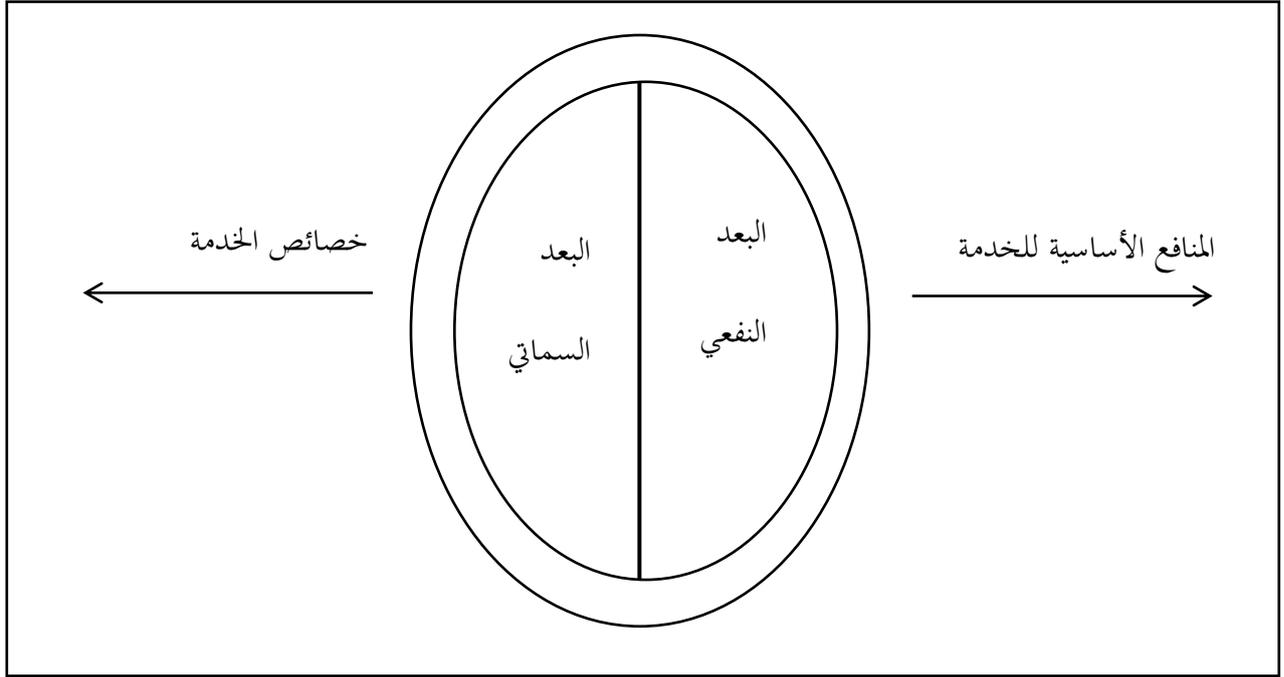
¹⁷⁶ حيدر سامي عبد الوهاب "واحد رعد ناظم، إثر جودة الخدمة على مستوى طلب الخدمة الجامعية بحث تطبيقي في كلية دجلة الجامعة الاهلية"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد (12)، العدد (40)، ف (3)، (2017)، ص284.

¹⁷⁷ ليازيد وهيبه، جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبون: دراسة ميدانية في بعض الفنادق بمدينة وهران، مجلة المنصور، العدد (23)، (2015)، ص15.

¹⁷⁸ رفل مؤيد عبد الحميد، دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون: دراسة استطلاعية لآراء عدد من الزبائن في مصرف الشمال للتمويل والاستثمار في محافظة نينوى، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تنمية الرافدين، العدد (119)، المجلد (37)، ص29، عام (2018).

¹⁷⁹ الطائي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص26.

الشكل رقم (9) مفهوم الخدمة ببعديه النفسي والسمائي



المصدر: رفل مؤيد عبد الحميد الطائي، دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون، دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن فرعين من مصرف الشمال للتمويل والاستثمار والرافدين في الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2013، ص26.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وخصائصه

في عصر المعرفة تعيش البيئة المصرفية حول العالم المنافسة الشديدة في مجال تقديم الخدمات بسبب التقدم التكنولوجي وعمولة المصارف والتطور المتواصل والمستمر للخدمات المصرفية والمالية التي تقدّم للزبائن، إذ تُعدُّ الجودة هي ثمن الوصول إلى السوق، أي أنّ القرار الذي يتّخذُه مديرو المؤسسات المالية والمصرفية هو تحديد مستوى جودة الخدمة التي يقدمها للسوق المستهدف. ويمكن عدُّ الجودة هي الشريان الحيوي الذي تعتمد عليه المصارف بالنمو والاستمرار والبقاء وذلك عن طريق المزيد من الزبائن المحتملين

والمزيد من الربحية فضلاً عن تحقيق الميزة التنافسية للمصرف¹⁸⁰، وفي ضوء هذا الدراسة سنتعرف على مفهوم جودة الخدمة المصرفية وأهميته.

أولاً مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تعددت الآراء وتباينت المفاهيم حول مفهوم جودة الخدمة المصرفية بناءً على إسهامات الكُتَّاب والباحثين في هذا المجال، إذ حدَّدها Schwartz عام 1989 في أربعة أبعاد رئيسة هي: (خدمة العميل، الامكانية المادية والالكترونية، أسلوب تقديمها والموارد)، وتشكل الجودة أحد العوامل المهمة في نجاح المؤسسات، إذ أنَّها تمتاز بقابليتها في استعمال الموارد المتاحة وتحقيق موقع تنافسي في السوق¹⁸¹، فجودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون هي "تلبية توقعات الزبون أو التوقف عليها" وهناك من يجد في جودة الخدمة المصرفية بأنَّها درجة جودة الخدمة أ المنتج بحيث تقابل أو تفوق متطلبات الزبون وتوقعاته¹⁸²، وتعرَّف جودة الخدمة المصرفية على بأنَّها قدرة المصرف على الإستجابة لتوقعات الزبائن ومتطلباتهم أو التفوق عليها عن طريق تقديم الخدمات المتميزة التي تعزز موقع المصرف ومكانته في السوق المستهدف، ويُعدُّ العنصر الحاسم للارتقاء بالخدمة المصرفية هو لكادر البشري المؤهل في المؤسسات المصرفية من حيث المؤهلات والقدرات على جذب الزبائن والإحتفاظ بهم¹⁸³، كما تعبّر جودة الخدمة المصرفية عن نوعية الخدمات المتوقعة أو المدركة والتي تمثل أهم المحددات لرضا الزبائن، إذاً فجودة الخدمات

¹⁸⁰ خير الدين مُحمَّد علي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا الزبون: دراسة تحليلية ميدانية للمصارف الإسلامية في محافظة نينوى"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (7)، العدد (23)، (2011)، ص32.

¹⁸¹ هدير خيون عاشور، "تأثير الذكاء التنافسي في تعزيز جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج SERVQUAR"، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد (10)، العدد (38)، 2021، ص131.

¹⁸² غازي عبد العزيز سليمان وحنلة غالب عبد الرحمن وعثمان عبد القادر حمه امي، "دور المعلومات الحاسوبية في قياس جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في عدد من المصارف التجارية في محافظة البصر"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (10)، العدد (32)، (2014)، ص244.

¹⁸³ عبد الله عبد الرحيم ادريس وثائر فارس عبد الله، "جودة الخدمات المصرفية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لمصرف اشور الدولي للاستثمار من وجهة نظر الزبائن"، مجلة الدنانير، العدد (17)، 2017، ص466.

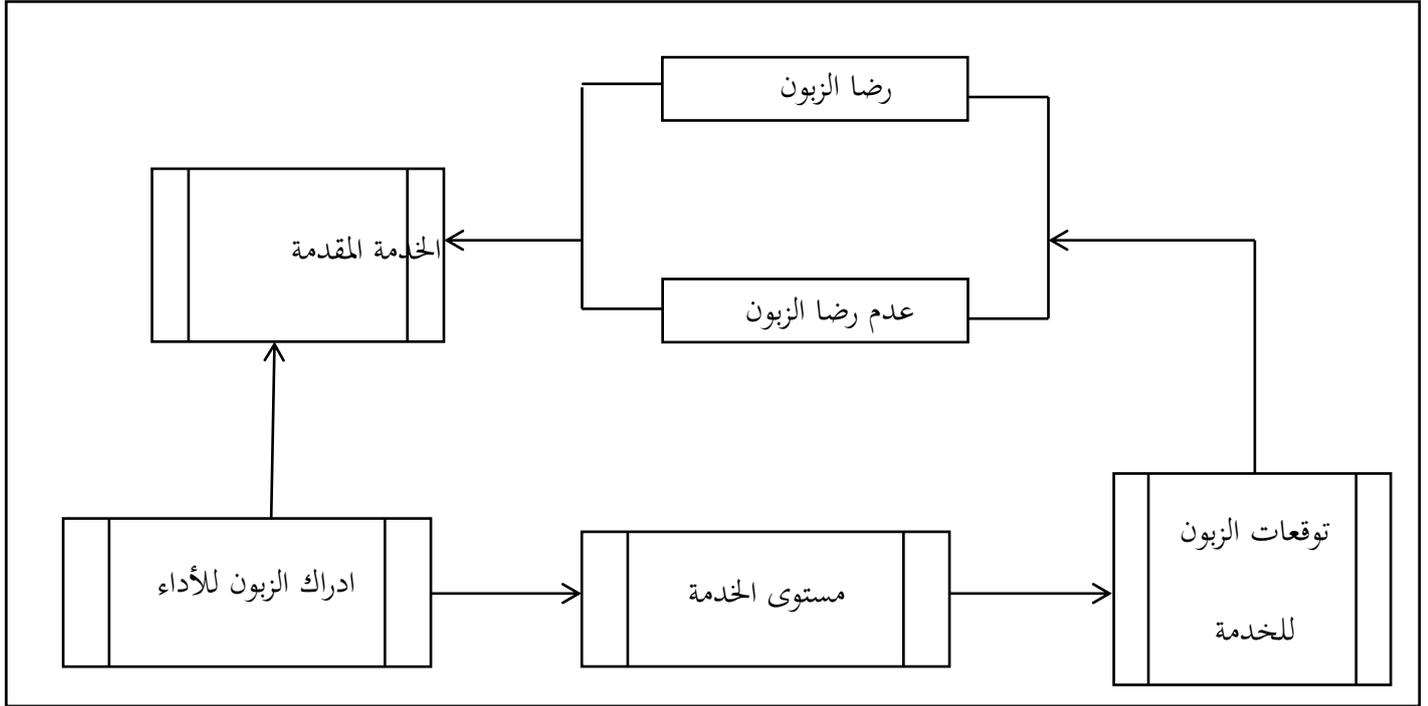
المصرفية تُعدُّ مقياس للدرجة التي يرتقي لها مستوى الخدمة المقدمة للزبائن ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع رغبات وتوقعات الزبائن، كذلك فإن جودة الخدمة المصرفية هي شرط أساسي لإشباع رغبات الزبائن والاحتفاظ بهم¹⁸⁴، وأشارت بعض الدراسات بأنه على مقدمي الخدمة ان يفهوا جودة الخدمة المصرفية على النحو الآتي¹⁸⁵:

- 1- جودة الخدمة تحدد من قبل الزبون وليس من قبل مقدم الخدمة
 - 2- تحدد في ضوء مقارنة توقعاته مع ملاحظته حول كيفية إنجاز الخدمة ولكن لا توجد معايير معقولة تضمن توقعات الزبون.
- استناداً إلى ما سبق يرى الباحث أنَّ مفهوم جودة الخدمة المصرفية هي محاولة تقليل الفجوة بين توقعات الزبائن إتجاه الخدمة والخدمة الفعلية المقدمة من قبل المصرف بهدف إرضاء الزبائن وتجسيد ولائهم للمصرف.

¹⁸⁴ هدى امين عليوي، دور سلوكيات المواطنة التنظيمية في ابعاد جودة الخدمات المصرفية: دراسة استطلاعية في مصرف الرشيد والرافدين، مجلة مركز دراسات الكوفة، المجلد (1)، العدد (56)، 2020، ص453.

¹⁸⁵ الطائي، دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون، مصدر سابق، ص29-30.

الشكل (10) يوضح مفهوم جودة الخدمات المصرفية



المصدر: بلال جاسم القيسي، تقييم جودة الخدمات المصرفية على وفق عمليات إدارة المعرفة وإدارة علاقات الزبون، دراسة استطلاعية لآراء عدد من مدراء شركة زين للاتصالات الخلوية العامة بالعراق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2008، ص133.

ثانياً: خصائص جودة الخدمات المصرفية

إنَّ الغاية الأساسية من دراسة جودة الخدمات المصرفية هي الوصول إلى إشباع حقيقي لحجات ورغبات الزبائن وبالتالي الوصول الى الرضا الحقيقي للزبائن وعلى هذا الأساس تقسّم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى قسمين رئيسيين هما¹⁸⁶:

1- الجودة الفنية: ويتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة في الخدمة المصرفية واجراءاتها المتنوعة، ويلائم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: المعاشات وخطط التقاعد، إذ تُعدُّ المعرفة الفنية متطلباً رئيسياً وواضحاً¹⁸⁷.

¹⁸⁶ رعد حسن الصرن، *عولمة جودة الخدمة المصرفية*، (دمشق: دار التوصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2007)، ص36.

¹⁸⁷ الباهي، "اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن"، مصدر سابق، ص34

2- يركّز هذا النوع على المصادفة الكيفية والخدمية التي تقدّم بها الخدمة للزبون، وهي تتطلب التفاعل النفسي بين الزبون والمصرف، ويجب أن تسعى إدارة المصرف على تعزيز جودة خدمتها المصرفية عن طريق تحديد الهدف الاستراتيجي لجودة الخدمات المصرفية ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن، وقياس الجودة ورضا الزبون باستمرار، وايضاً الجودة الفنية تشير إلى الجوانب الكمية للخدمة التي يمكن التعبير عنها بشكلٍ كمي، أمّا الجوانب الوظيفية تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيد¹⁸⁸.

المطلب الثالث: أهمية جودة الخدمات المصرفية واهدافه

اكتسب موضوع جودة الخدمات المصرفية أهمية كبيرة بالنسبة للزبائن والمصارف على حدٍ سواء، بل أصبح مطلباً حقيقياً تواجه المصارف التي تسعى الى البقاء والاستقرار في ظل التوقعات المتزايدة من قبل الزبائن حول موضوع الجودة، إذ تكمن أهمية جودة الخدمات المصرفية فيما يأتي:

1- جودة الخدمة المصرفية هي مدخل لتحقيق رضا الزبون: تسعى جميع المصارف الى تحقيق رضا الزبون من اجل البقاء والاستمرار في سوق العمل، وزيادة الحصة السوقية، والربحية المتميزة، والإنتاجية، وتمثل الجودة المدخل الرئيسي للوصول الى اشباع حاجات الزبائن وتحقيق رضاهم عن الخدمة المقدمة وذلك عن طريق الاخذ بفلسفة التوجُّه إلى الزبون، وتشير أغلب الدراسات المحلية والعالمية الى وجود علاقة موجبة بين جودة الخدمة المصرفية ورضا الزبون، وبالتالي فإنّ الجودة في تقديم الخدمة المصرفية يزيد من ولاء الزبون تجاه المصرف¹⁸⁹.

2- جودة الخدمة المصرفية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية: تُعدّ جودة الخدمة المصرفية المدخل الأساسي لتحسين أداء المصرف إتّجاه الزبائن وتحقيق ميزة تنافسية في السوق، ولقد أكّدت دراسة قام بها

¹⁸⁸ Al-Hawary. Health care services quality at private hospitals, from patients' perspective: a comparative study between Jordan and Saudi Arabia," *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 22, (2020), pp.6516–6529.

¹⁸⁹ وفاء علي عبد السلام السحاتي، "تمكين العاملين وأثره على جودة الخدمة المصرفية، دراسة ميدانية على عينة من العاملين في الإدارات الرئيسية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة بنغازي"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة بنغازي، كلية الإدارة والاقتصاد، (2019)، ص51.

(Pike & Barnes, 1996) إلى أن الاهتمام بجودة الخدمة أدى إلى زيادة النصيب السوقي، وزيادة رضا الزبائن، وتخفيض عدد الشكاوى، تقليل عدد الحوادث في بيئة العمل، وزيادة الربحية وجذب العملاء، كما توصلَ (Kline, 1993) إلى أن جودة الخدمة تُؤدِّي إلى زيادة الإنتاجية وخفض التكلفة¹⁹⁰.

3- الخدمة الجيدة تساهم في الحفاظ على العمالة: تشير تجارب المصارف الرائدة في جودة الخدمة المقدمة للزبائن تساعد في الحفاظ على الموارد البشرية، وتبدو ان العلاقة بين جودة الخدمة والحفاظ على العاملين هي علاقة طردية، إذ تساهم جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبائن ومن ثمَّ استمرارهم في التعامل مع المصرف وتوسيع نطاق تعاملاتهم معها، وهو ما يُؤدِّي إلى زيادة أعمال المصرف ومن ثمَّ توفر فرص الترقِّي والحوافز والاشباع الوظيفي للعاملين، الأمر الذي يُؤدِّي إلى الإستمرارية في تقديم الخدمة الجيدة¹⁹¹.

4- جودة الخدمة المصرفية طريق لجذب العملاء الجدد: تساعد جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن الى تناقل الإتصالات الإيجابية بين الزبائن من ثمَّ تحسين سمعة المصرف، ممَّا يُؤدِّي إلى جذب زبائن جدد، وتشير الكثير من الدراسات إلى أنَّ العميل الراضي يستطيع أن يجذب عملاء آخرون للتعامل مع المصرف¹⁹².

5- الفهم الأكبر للزبون: أن تتمَّ معاملة الزبائن بصورة جيدة، فتشير أغلب الدراسات إلى أنَّ أغلب زبائن المصرف يكرهون التعامل مع المصارف التي تركز على الخدمة فقط، فتكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة الى التعامل الحسن مع الزبون والفهم الأكبر له¹⁹³.

6- الآثار السلبية للخدمة الرديئة (الحالية من الجودة): يتمثل الجانب السلبي لعدم تحسين الجودة في فقد او تدني الصورة الذهنية للمصرف لدى زبائنه، والخسارة في النصيب السوقي للمصرف،

¹⁹⁰ Fullerton, G. and Taylor, S. Mediating, interactive, and non-linear effects in service quality and satisfaction with services research, " *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 19, No. 2, (2012), pp.124-36.

¹⁹¹ الخنساء حساني، "دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة سيدي عقبة - 390"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2020،

ص34

¹⁹² المصدر السابق، ص35.

¹⁹³ الطائي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص34.

وأنخفاض مقدرة المصرف على التنافسية، وشكاوى الزبائن ومطالبتهم بتعويضات، اهدار الموارد المالية والبشرية ومحاولتها تدارك القصور، وتناقص الربحية في الاجل الطويل بالإضافة لتناقص أو عدم رضا العميل¹⁹⁴.

ثانياً: أهداف جودة الخدمات المصرفية

إنَّ أهداف جودة الخدمات المصرفية تتمثل فيما يأتي¹⁹⁵:

- 1- خفض التكاليف: إنَّ الجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة، وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة.
- 2- تحقيق الجودة: وذلك بتطوير المنتجات حسب رغبة الزبون، وأنَّ عدم الإهتمام بالجودة يُؤدِّي إلى زيادة الوقت لأداء انجاز المهم وزيادة أعمال المراقبة، وبالتالي زيادة شكوى المستفيدين من هذه الخدمات.
- 3- تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهام للزبون: الإجراءات التي وُضِعَتْ من قبل المصرف لإنجاز الخدمات للزبون قد ركَّزت على تحقيق الأهداف ومراقبتها، وبالتالي جاءت هذه الإجراءات طويلة وجامدة في كثير من الأحيان ممَّا تُؤثِّرُ سلباً على الزبون.
- 4- تلبية توقعات الزبائن المتزايدة من خلال ادخال الخدمات الجديدة وتعزيز القائم منها.

المبحث الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية وقياسه وأساليب تحسينه

في ضوء هذا المبحث سنتعرَّفُ على أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية ومستوياته وقياسه وأساليب تحسبه.

المطلب الأوَّل: أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإسلامية ومستوياته

أولاً: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

إعتمد الباحثون مجموعة من الأبعاد التي يمكن عن طريقها قياس جودة الخدمة المصرفية مع الإقرار بحقيقة أنَّ قياس جودة الخدمة المصرفية يختلف تماماً على قياس جودة المنتج، فهناك مجموعة من الأبعاد لقياس جودة الخدمة المصرفية وهي على مستوى عالٍ من القبول، وعلى وفق خطة البحث يلاحظ

¹⁹⁴ حساني، "دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء"، مصدر سابق، ص34.

¹⁹⁵ الحميد، "دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص31.

الباحث وجود نسبة إتفاق كبيرة حول الابعاد الخمسة للجودة التي أعتمدت في نموذج (Servpual) والمتمثلة ب(الإستجابة، الملموسية، الإعتمادية، التعاطف، الضمان)¹⁹⁶، وسوف يعتمد الباحث على هذه الأبعاد الخمسة في الدراسة وللأسباب الآتية:

- 1- إنَّ أغلب الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الجودة إعتمدت على هذه الأبعاد.
 - 2- ملائمة هذه الأبعاد للدراسة الحالية وللمصارف في محل الدراسة.
 - 3- توافق أهداف الدراسة وتوجهاتها مع تلك الابعاد.
- ولتوضيح هذه الأبعاد سنتناولها بشيء من الإيجاز كما موضح في الجدول رقم (4) ادناه:

الجدولة رقم (4) ابعاد جودة الخدمة المصرفية الاسلامية

ت	البعد	المفهوم	الأهمية
1	الاعتمادية	وتعني قدرة مقدمي الخدمة على ادائها بشكل يمكن من الاعتماد عليها فضلاً عن تقديمها بدرجة عالية من الدقة	<ul style="list-style-type: none"> ➤ الدقة في الحسابات ➤ الحفاظ على سجلات صحيحة ➤ تقديم الخدمة في المواعيد المحددة
2	الملموسية	وتعني الجوانب المتعلقة بلمسوية الخدمة وهي المباني وتقانة المعلومات والاتصالات المستعملة فيه والتسهيلات والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة والمظهر الخارجي للعاملين	<ul style="list-style-type: none"> ➤ تحسين صورتها امام الزبائن ➤ تامين التواصل مع الزبائن ➤ مؤشر للجودة الملموسة
3	التعاطف	وتعني اهتمام العاملين في المصرف بالزبائن اهتماماً شخصياً وتفهمهم لحاجات الزبائن وحرصها على المصلحة العليا للزبائن	<ul style="list-style-type: none"> ➤ الدراية الكافية بحاجات الزبون ➤ اشعار الزبون باهتمام المصرف به شخصياً ➤ كسب ولاء الزبون
4	الاستجابة	وتعني قدرة المصرف على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن بسرعة وكفاءة بما يقنع الزبون بانه محل تقدير واحترام لدى المصرف	<ul style="list-style-type: none"> ➤ سرعة انجاز الخدمة ➤ كيفية التعامل مع متطلبات الزبون

¹⁹⁶ الطائي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص46.

➤ القضاء على حالة الشك الذي يتعرض له الزبون اثناء انتظار تقديم الخدمة			
➤ أداة لبناء الثقة بين موظفي المصرف والزبائن ➤ تعزيز سمعة المصرف من خلال ثقة زبائنها	وهو البعد الأهم بين ابعاد الخدمة المصرفية اذ يُعدُّ أداة لمطمئنة زبائن وكسب ثقتهم تجاه المصرف	الضمان	5

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على الأبحاث السابقة.

ثانياً: مستويات جودة الخدمة المصرفية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية التي تقدّم للزبائن هي¹⁹⁷:

- 1- الجودة المتوقعة من قبل الزبائن: والتي تمثل مستوى الجودة من الخدمات المصرفية التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من الشركة التي يتعاملون معها.
- 2- الجودة المدركة من قبل المصرف: وهي ما تدركه إدارة المصرف في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها للزبائن والتي تعتقد انها تشبع رغباتهم وحاجاتهم بمستوى عال.
- 3- الجودة الفنية للمصرف: وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل موظفي المصرف والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المقدمة.
- 4- الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة المصرفية: وهي التي تعبر عن مدى توافق وقدرة استعمال أساليب الخدمة المصرفية بشكل جيد يرضي الزبائن، أو بعبارة أخرى كيف يرفع موظفي المصرف من مستوى رضا الزبائن من الخدمة المصرفية التي يحصلون عليها.
- 5- الجودة المرجوة للزبائن: أي مدى الرضا والقبول التي يمكن ان يحصل عليها المصرف من زبائنه عند تلقيهم لتلك الخدمة.

¹⁹⁷ احمد خضر احمد، جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة: دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد 2019، "مجلة اقتصاد المال والاعمال (JFBE)", المجلد (3)، العدد (1)، 2019، 343.

المطلب الثاني: قياس جودة الخدمات المصرفية

هناك الكثير من الأساليب والنماذج لتقييم وقياس جودة الخدمات ولكن أغلب الكُتَّاب والباحثين إنفقوا على أسلوبين يتمُّ الإعتماد عليهما في قياس جودة الخدمات المصرفية، الأول هو مقياس (SERVQUAL) والذي يعتمد على توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وادراكهم لها، فأساس هذا المقياس يقوم على الفجوة بين إدراك الزبون لمستوى الخدمة وتوقعاته لها. اما المقياس الثاني هو (SERVPREF) والذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون¹⁹⁸، وفي نفس نفسه توصل الباحثون الى ان الاسلوبين قابلين للتعديل حسب نوع الخدمة المراد تقييم جودتها، وان الاسلوبين يستندان الى حجم الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من العملاء ويمكن شرح النموذجين كما يأتي¹⁹⁹:

الأوّل: نموذج الفجوة التقليدية (SERVQUAL):

من أبرز الدراسات التي أستهدفت قياس الجودة في قطاع الخدمات يعود الى كل من (Parasuraman, Zeinthal, Berry) عام 1985 فقد صمموا نموذجاً ليتم استعماله في قياس الجودة في قطاع الخدمات²⁰⁰، حيث قاموا بأجراء دراسة كمية على عملاء أربعة قطاعات خدمية وهي: بنوك التجزئة، خدمات التصليح والصيانة، خدمات الوساطة المالية وخدمات بطاقات الائتمان، وتوصّلوا إلى أنّ العوامل ذات الأهمية في تحديد جودة الخدمة هي تلك التي يحددها العميل، وهذا دفعهم الى استحداث نموذجاً لقياس الجودة يقوم على مقارنة توقعات العملاء للخدمة مع الأداء الفعلي لها ويمكن التعبير عنها رياضياً²⁰¹:

$$\text{جودة الخدمات} = \text{الأداء} - \text{التوقعات}$$

¹⁹⁸ محمد نادر العثمان ومحمد علي سليم ماوردي، "فجوة التوقع والادراك لجودة الخدمة المصرفية الإسلامية": دراسة ميدانية لعملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية، مجلة الجنان، المجلد (11)، العدد (11)، (2020)، ص310

¹⁹⁹ السحائي، تمكين العاملين واثرة على جودة الخدمة المصرفية، ص56.

²⁰⁰ الطائي، "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون"، مصدر سابق، ص41.

²⁰¹ محبوب مراد، "استخدام استراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، وكالة بسكرة، أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة محمد خضير- بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، 2014، ص89.

وبناءً عليه فإن الجودة الخدمة المصرفية تقاس على النحو الآتي²⁰²:

- 1- إذا كانت جودة الخدمة المصرفية اقل من توقعات الزبائن فإن جودة الخدمة تدرك على أنها ذات جودة متدنية.
- 2- إذا كانت جودة الخدمة المصرفية اعلى من توقعات الزبائن فإن جودة الخدمة تدرك على أنها ذات جودة عالية.
- 3- إذا كانت جودة الخدمة المصرفية مساوية لتوقعات الزبائن فإن جودة الخدمة تدرك على أنها ذات جودة عادية.

ويعتمد مقياس (servqual) في قياس جودة الخدمة المصرفية على تصميم استبيان مكون من 22 سؤال يعكس الابعاد الخمسة لجودة الخدمة المصرفية وهي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف) ويتم القياس عن طريق المقارنة بين نموذجين للاستبيان، يعمل الأول على قياس توقعات الزبائن المصرف وما يجب ان تقدمه من خدمات، ويعمل الثاني على قياس إدراك الزبائن لجودة الخدمات المقدمة لهم فعلياً، فاذا كانت النتيجة لصالح توقعات الزبائن تكون الجودة منخفضة والعكس صحيح²⁰³، وفيما يأتي الفجوات الخمسة التي يمكن ان تؤدي الى قصور في تحقيق جودة الخدمة المصرفية²⁰⁴:

- 1- الفجوة بين توقعات الزبائن وإدراك الإدارة لهذه التوقعات: تكمن هذه الفجوة في اعتقاد العاملين في إدارة المصارف أنهم يعرفون ماذا يتوقع الزبائن من خدمات ويستمترون في تقديمها، في حين ان الزبائن قد يتوقعون شيئاً مختلفاً تماماً.
- 2- الفجوة بين ادراك الإدارة لتوقعات الزبائن ومواصفات الخدمة: وهي فجوة بين تصور الإدارة ومواصفات جودة الخدمة، والإدارة قد لاتضع مواصفات الخدمة أو تضع مواصفات غير واضحة وفي حالات أخرى الإدارة تضع مواصفات خدمة واضحة ولكنها غير قابلة للتحقيق.

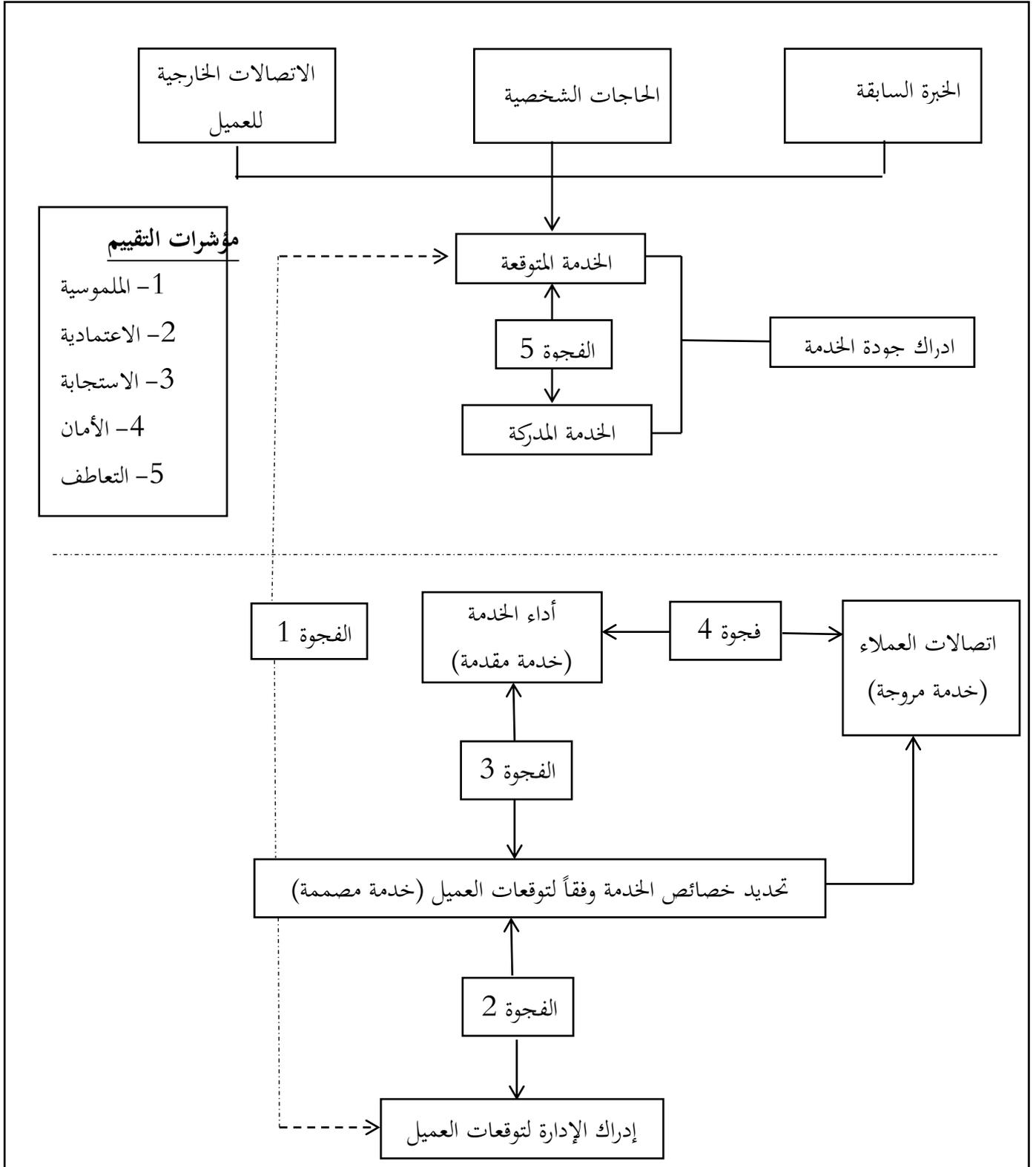
²⁰² محبوب مراد، المصدر السابق، ص90.

²⁰³ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، "اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على بنك الإسلامي الأردني في عمان"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعمال، 2016، ص38.

²⁰⁴ عاشور، "تأثير الذكاء التنافسي في تعزيز جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج SERVQUAR"، مصدر سابق، ص132.

- 3- الفجوة بين مواصفات جودة الخدمة وتسليم الخدمة: أي ان الإدارة الرديئة أو المشكلات غير المنظرة يمكن ان تقود الى اخفاق مقدم الخدمة في الإيفاء بمواصفات جودة الخدمة، وقد يكون ذلك بسبب الخطأ البشري أو العطل الميكانيكي للتسهيل.
- 4- الفجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للزبائن حول الخدمة: وهنا قد يكون عدم رضا للزبون عن الخدمة بسبب التوقعات العالية والزائدة بفعل اتصال مقدم الخدمة وووعوده، أو يرتبط بعدم رضا الزبون الذي يظهر عندما لا يفي التقديم الفعلي للخدمة بالتوقعات حسب اتصالات منظمة.
- 5- الفجوة بين الخدمة المدركة (الفعلية) والمتوقعة من قبل الزبون: في هذه الفجوة نجد ان الخدمة المدركة من الزبون لا تطابق الخدمات المتوقعة، فالتقييم الشخصي لجودة الخدمة على انها عالية أو منخفضة الجودة يعتمد على كيفية إدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة وما يتوقعه الزبون

الشكل (11) نموذج الفجوة (SERVQUAL)



المصدر: بوعدنان نور الدين، جودة الخدمات واثرها على رضا العملاء: دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2007، ص75.

النموذج الثاني: نموذج الفجوة المطورة (SERVPEREF)

أساس هذا النموذج لا يختلف جوهرياً عن النموذج السابق ويسمى أيضاً بنموذج الأداء الفعلي، وقد ظهر هذا النموذج في عام 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من (كرونين وتايلور)، وتأخذ الجودة من خلال هذا النموذج مفهوماً اتجاهياً يرتبط بادراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، كما حدد هذا النموذج سبع فجوات بدلاً من الخمس فجوات التي قدمها نموذج (SERVQUAL)²⁰⁵.

وهي كالآتي²⁰⁶:

- 1- فجوة المعرفة: وتتضمن الاختلاف بين ما يعتقد مزود الخدمة ان المستفيد حاصل عليه وحاجاته وتوقعاته الفعلية.
- 2- فجوة المعايير القياسية: تتمثل الاختلاف بين ادراك الإدارة لتوقعات الزبون ومعايير الجودة المعتمدة لتسليم الخدمة.
- 3- فجوة التسليم: تتضمن الاختلاف بين معايير المحددة من قبل المصرف لتسليم الخدمة والأداء الفعلي لتجهيز الخدمة ضمن هذه المعايير.
- 4- فجوة الاتصالات الداخلية: وتتمثل في اعلان المصرف عن خدماته وبين ما يعتقد المجهزون حول الخدمة الفعلية.
- 5- فجوة الأدراك: تمثل الاختلاف بينا ما يتسلم فعلاً وما يدركه الزبائن وهذا ناتج عن عدم قدرة الزبائن على تقييم نوعية الخدمة بدقة.
- 6- فجوة التفسير: وتمثل الاختلاف بين الوعود من قبل مجهزي الخدمة قبل تسليم الخدمة وأدراك الزبائن لها.
- 7- فجوة الخدمة: ويمثل الاختلاف بين ما يتوقع ان يحصل عليه الزبائن وادراكهم للخدمة المستلمة.

²⁰⁵ محمد سليم شوره، قياس جودة الخدمات الالكترونية باستخدام مدخل الفجوات: دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعمال، 2011، ص31.

²⁰⁶ نسرين عياشي عمر، "دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك: دراسة حالة وكالتي بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادي"، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2014، ص55.

نلاحظ ان الفجوة الأولى والخامسة والسادسة والسابعة تمثل فجوات خارجية ما بين الزبون والمصرف، اما الفجوات الثانية والثالثة والرابعة تمثل فجوات داخلية ما بين الوظائف والإدارات والمصرف²⁰⁷.

المطلب الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية

تعددت آراء الباحثين والكتاب حول أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية، واهم هذه الأساليب يمكن ايجازها كآتي²⁰⁸:

- 1- مواكبة احداث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي: تعد التكنولوجيا من اهم عوامل النمو والتطور في القطاع المصرفي فهو يساعد المصارف على تقديم خدمات أسرع وباقل التكاليف وهذا يدفع المصارف الى توفير الخدمات الالكترونية المتمثلة في خدمة المصرف الالي وخدمة الهاتف المنزلي، وخدمات عبير الانترنت. الخ، وتحفيزها على امتلاك التعرف على سلوك عملائها واحتياجاتهم لتوفير الخدمة المصرفية المطلوبة لهم²⁰⁹.
- 2- الاستعمال المستمر للدراسات والبحوث: تحرص العديد من المصارف على تطوير وتحسين مستوى جودة خدماتها إلا انها تفشل في ذلك، لأنها لا تمتلك فهماً واسعاً عن توقعات ورغبات الزبون، وهذا دفع المصارف إلى استعمال البحوث كوسيلة لتجميع المعلومات وتحقيق الفهم الصحيح عن توقعات الزبائن للخدمة المصرفية المقدمة وتقييماتهم للأداء الفعلي لها، وتساعد البحوث بصفة عامة في تحقيق الفوائد الآتية لمنظمي الخدمة المصرفية:²¹⁰
 - التعرف على معايير جودة الخدمة المصرفية.
 - مساعدة الإداريين في المفاضلة بين معايير الجودة.
 - قياس مدى رضا العملاء على الخدمة المقدمة.
 - تقييم الأداء الفعلي للخدمة قياساً بالمنافسين.

²⁰⁷ نسرين عياشي عمر، "دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك"، مصدر سابق، ص56.

²⁰⁸ حساني، "دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء"، مصدر سابق، ص47.

²⁰⁹ أحمد طرطار، "جودة الخدمة المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية في البنوك"، مدخل الملتقى الدولي حول الإدارة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، يومي 20-21 ماي، 2011، ص36.

²¹⁰ أيمن فتحي فضل الخالدي، قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في فلسطين، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية في غزة، 2006، ص50.

3- الارتقاء بالعنصر البشري لتحسين جودة الخدمات المصرفية: يُعدُّ العنصر البشري من أهم الركائز للارتقاء بالأداء المصرفي، فبالرغم من الجهود التي تبذلها المصارف في السنوات الأخيرة لتطوير خدماتها المصرفية بالاستفادة من أحدث ما توصل اليه العلم التقنية والمعرفة المصرفية، إلا أنَّ هذه الجهود سوف تظلُّ محدودة النتائج ما لم يوكبها تطور إمكانيات العاملين بالمصارف بما يتضمَّن رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف²¹¹. ويجب على المصارف تبني الاستراتيجيات المتكاملة الضرورية واللازمة لتطوير وتحسين أداء الموارد البشرية العاملة في المصرف سعياً منها للوصول الى نموذج المصرف الفعال ونذكر منها الآتي²¹²:

- تطوير اختصاصات القيادة الإدارية والاشرفية وتحديد مسؤولياتهم تجاه العاملين.
- الإستفادة من أحدث الخبرات العالمية أو المصارف الكبرى لتدريب الكوادر المصرفية على استعمال الأدوات الحديثة مثل الانترنت.
- تشجيع العاملين المتميزين والمجدين على بذل الجهد والابداع باستعمال أسلوب الحوافز والمكافأة.
- إرسال موظفي المصرف لدورات تدريبية بالداخل والخارج لإستيعاب الأدوات والأساليب الحديثة المستعملة في المصارف العالمية
- محاولة تطوير الخدمات المقدمة من قبل المصرف والسعي الى اكتساب العملاء الجدد، وتعامل الموظفين مع المفاهيم الحديثة التي تخصُّ الابتكار والتجديد ومتابعة التطورات التكنولوجية، مع العمل على التخلص من القيود القديمة والروتينية التي تعيق عملية تطوُّر المصرف.

4- تطوير التسويق المصرفي: يعد تبني مفهوم التسويق المصرفي الحديث أمراً مُلِحاً في ظلِّ التطورات المتلاحقة التي تشهدها الساحة المصرفية، والتي تبلورت أهم ملامحها في أحتدام التنافسية، إذ

²¹¹ حساني، " دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء"، مصدر سابق، ص48.

²¹² أمنة مؤيد عبدالله وغصون توفان مدلول، تحليل وقياس اثر جودة الخدمات المصرفية الخاصة على زيادة القدرة التنافسية، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية (HNSJ)، العدد(11)، المجلد(2)، 2021، رابط النشر <https://www.hnjournal.net/2-11-29>

يساهم هذا المفهوم بزيادة موارد المصرف ومن ثم تحقيق التوازن في هيكل موارد المصرف واستعمالته، ومن أهم ركائز ووظائف التسويق المصرفي الحديث والتي يجب التركيز عليها هي²¹³:

- صناعة أو خلق الزبون من خلال السعي نحو الزبون المرتقب.
 - المساهمة في اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجديدة، بما يكفل إيجاد زبون جديد.
 - تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يكفل إشباع حاجات ورغبات الزبائن بشكل مستمر، وذلك بعد القيام بدراسة وافية لإحتياجات الزبائن.
 - القيام ببحوث السوق وجمع وفحص وتحليل تطورات السوق وأتجاهاته.
 - مراقبة ومتابعة المعلومات المرتدة من السوق المصرفي والتي تتضمن قياس أنطباعات الزبائن عن مزيج الخدمات المقدمة ومدى تقبلهم لها ورضاهم عنها وتحديد الأوجه الإيجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها.
 - تهيئة بيئة مصرفية مناسبة للزبائن تمكّن البنك من الإحتفاظ بهم عن طريق الاهتمام بتحسين الانطباع المصرفي لدى الزبون عن طريق انتقاء من يتعامل مع الزبون ممن تتوفر فيهم بعض الصفات الشخصية مثل اللباقة والذكاء والثقة والكفاءة.
- 5- السعي لمواكبة المعايير المصرفية الدولية: على البنوك ان تواكب المعايير المصرفية الدولية والإقليمية والمحلية وان تراعي القواعد الواجب اتباعها وذلك لضمان تحقيق السلامة المصرفية والسعي لتنوع الخدمات المقدمة من قبلها والعمل على تحسين الخدمة المقدمة، ومن بين اهم المجالات التي ينبغي العمل على مواكبتها نذكر منها²¹⁴:
- دعم القواعد الرأسمالية.
 - تطوير السياسات الائتمانية للمصارف.
 - الاهتمام بإدارة المخاطر.

²¹³ بریش عبد القادر، "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، مجلة شمال افريقيا، العدد(3)، (2005)،

ص268.

²¹⁴ أمانة مؤيد عبدالله وغصون تلفان مدلول، تحليل وقياس اثر جودة الخدمات المصرفية الخاصة على زيادة القدرة التنافسية، مصدر

سابق، <https://www.hnjournal.net/2-11-29>

- وضع الية للإنذار المبكر في المصارف.
- تحديث نظم الإدارة والسياسات المصرفية.

الخلاصة:

أصبحت المصارف الإسلامية تعمل في محيط إقتصادي متغير يتسم بالمنافسة القوية، وهنا أخذت إدارة هذه المصارف على عاتقها قيادة سفينة المصرف نحو الاستعمال الفعال لنظم الإدارة الحديثة والتجديد المستمر في الخدمات المصرفية والإرتقاء بالعمل المصرفي وتحقيق التميز في تقديم الخدمة. إنَّ تطبيق النظم الحديثة في تقديم الخدمة لا يكفي بل يجب توفير مجموعة من الخصائص التي تساهم في تمييز خدمات المصارف عن بعضها، وتتمثل هذه الخصائص في تطبيق الجودة على هذه النظم، إذ أنَّ التمييز فيها مرهون بجودة الخدمة المقدمة والتي تقاس بمدخلين رئيسيين وهما المدخل الإيجابي والذي تعتمد بالأساس على تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة، ومدخل الفجوة الذي يعتمد على أساس الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة، حيث إنَّ الهدف النهائي من جودة الخدمات المصرفية هي إرضاء الزبون واشباع حاجاته.

الفصل الرابع

إجراءات الدراسة الميدانية

التمهيد

ينطوي الهدف الرئيس لأيّ دراسة على وصف المشكلة أو ظاهرة موضوع الدراسة ومن ثمّ محاولة فهمها وتفسيرها، وهذا ما يتطلب التعرفُ على مكانها والمجتمع الذي تنتمي إليه، وتحديد الأطر والأدبيات التي تفسّر أسبابها، وعليه تظهر أهمية المنهجية العلمية المعتمدة كونها الإطار التفسيري للدراسة وتُعنى بالطريقة التي تمّت بها معالجة مشكلة البحث، ومن ثمّ ينبغي اختبار وتصميم أداة الدراسة فهي خارطة الطريق للبحث ومسار الدارس وصولاً إلى حلول المشكلات، وشكل العينة وطرق جمع البيانات وتطوير أدوات البحث والوسائل الاحصائية المستعملة في التحليل، لأنّها تحدد للباحث الطريق الذي يجب أن يسير فيه بحثه وتُوجه محاوره.

وانطلاقاً من ذلك قُسم هذا الفصل على مبحثين، هما:

المبحث الأول: مجتمع الدراسة وعينته

المبحث الثاني: فحص واختبار أداة قياس البحث

المبحث الأول: مجتمع الدراسة والعينة

التمهيد

يُعدُّ تصميم الدراسة من الأمور بالغة الأهمية في نجاح العملية البحثية، إنّ تصميم الدراسة هو ترتيب الأوضاع لجمع وتحليل البيانات بطريقة تهدفُ إلى الجمع بين غرض الدراسة والإقتصاد في الإجراءات، إنّ تصميم الدراسة ينبغي ان تحتوي على مجتمع وعينة الدراسة والطرائق المستعملة في معالجة وتحليل البيانات وتحليل المعلومات المطلوبة، فضلاً عن التأكّد من دقة هذه المعلومات، وكذلك طريقة اختيار العينة، ومن أجل ذلك فإن هذا المبحث سوف يتضمّنُ مجتمع وعيّنة البحث وأسلوب المعاينة وأساليب تحليل البيانات، وكالاتي:

أولاً: مجتمع البحث

يمثل مجتمع العينة أساس البحث العلمي لأنه يقدم المعلومات الضرورية لتشكيل الإجابات حول الأسئلة البحثية، ومن أجل اختيار الفرضيات ميدانياً في بيئة عمل عراقية، فقد اختار الباحث جميع المصارف الإسلامية في محافظة كركوك وهي (المصرف العراقي الإسلامي للإستثمار والتنمية ، مصرف جيهان للإستثمار والتمويل الإسلامي، مصرف العربية الإسلامي)، إن النجاح الذي حققه رأس المال الفكري في منح المؤسسات المالية والمصرفية قيمة معتبرة في البيئة العالمية كان باعثاً من أجل تطبيق هذه الدراسة في ميدان حيوي ومهم وهو الميدان المصرفي الذي يمثل بعداً اقتصادياً في البناء الإقتصادي للبلد، إذ إنَّ الفلسفة الفكرية والمنطقية لمتغيرات الدراسة هي التركيز على الأدوات والأساليب المهمة وكيفية استعمالها بالطريقة المثلى، فضلاً عن رغبة الباحث في الولوج في الميدان المصرفي مجالاً متميزاً وللتفرد عن الدراسات السابقة.

وتأسيساً على ما تقدم تتحدد مبررات اختيار ميدان الدراسة بالآتي:

- ❖ الدور الذي تلعبه المصارف الإسلامية في محافظة كركوك في الإقتصاد المحلي، ودورها الكبير في البناء المعرفي والفكري والإجتماعي.
- ❖ إنَّ عمل المصارف الإسلامية في محافظة كركوك يرتبطُ بدرجةٍ كبيرةٍ بعلميات استباقية ومما يتطلب من قبل الإدارة العليا إتخاذ القرارات السريعة والمرنة وبما يتلاءم مع المستجدات البيئية.
- ❖ الأهمية التي تتميز بها المصارف الإسلامية في محافظة كركوك من الأداء التنظيمي ذات الأطر الإدارية والمالية والتي تنبع من محكم أعمالها المصرفية وبالشكل الذي يحدد أهدافها في الوصول إلى مستويات تضاهي به الشركات العالمية، مما يؤكِّد حاجتها بتطوير رأس المال الفكري، والتركيز على جودة الخدمة المصرفية التي تقدِّمها المصارف الإسلامية.

ثانياً: عينة البحث

تلعب العينة دوراً أساسياً في نجاح العملية البحثية، والعينة تتألف من الجزء الذي يمثل مجتمع البحث بالكامل، ما يجعل الهدف الأساس لها هو تمثيل المجتمع بأفضل شكل، فضلاً عن ذلك ينبغي تحديد أسلوب المعاينة من أجل الدقة في التمثيل للمجتمع والموثوقية في القياس، وهناك أسلوبان شائعان للمعاينة، هما أسلوب المعاينة الإحتمالية أو العشوائية التي تمنح عناصر المجتمع كافة فرصة متساوية ومعروفة

للظهور في عيّنة البحث وهي على أربعة أنواع، المعاينة البسيطة وهي أبسط أنواع العينات وأكثرها استعمالاً لسهولتها وهي تعتمد على طبيعة المجتمع ومدى تجانسها، المنتظمة التي يتم اختيارها بشكل منظم، والطبقية التي تستعمل عندما تكون وحدات المجتمع غير متجانسة، والعنقودية التي هي مشابهة للتي قبلها وفيها يتم تقسيم المجتمع إلى عناقيد متجانسة ومن ثم يتم السحب من هذه العناقيد أو المجموعات، وأسلوب المعاينة غير الإحصائية أو العرضية المقصودة (Nonprobability Sampling) الذي يلجأ إليها الباحث في الحالات التي يصعب فيها اختيار عينة عشوائية من هذا المجتمع، بمعنى اختيار العينة بشكلٍ متعمدٍ بغية الوصول إلى الهدف المنشود وتتنوع أساليب المعاينة غير الإحصائية بين ثلاثة تصنيفات واسعة هي المعاينة العرضية التي تخضع للصدفة أو المصادفة، والمعاينة الحصصية وهي مشابهة للطبقية لكن يتم الاختيار فيها بشكلٍ مقصود، والمعاينة العمدية (القصدية) التي تتطلب معرفة المجتمع ومعرفة الوحدات التي يرغب الدارس في توجيه أسئلة الاستبانة للأفراد أو أخذ آرائهم في موضوع معين.

لذا فإنّ دراستنا هذه تتبنّى أسلوب المعاينة العشوائية، وقد يتطلب البحث آراء المديرين في المستويات الإدارية المختلفة فضلاً عن المستشارين بوصفهم مورداً معرفياً له المقدرة في الكشف عن الاتجاهات التي تحقق هذه القيمة، وعليه ومن أجل إمكانية تعميم نتائج البحث والدقة في تمثيل عينته المختارة للمجتمع الذي سحبت منه، فقد تمثلت عينة البحث بـ (المديرين، والمديرين في الأقسام الإدارية كافة، المحاسبين، الإداريين، موظفي استقبال) ومجموعهم (92) فرد في المصارف الإسلامية بمحافظة كركوك²¹⁵.

ثالثاً: تحديد حجم العينة

يُعدُّ تحديد حجم العينة من أكثر الأمور أهمية في تصميم البحوث، ذلك أنّ جودة ودقة نتائج البحث تعتمد على دقة العينة في تمثيل المجتمع، وقد تنوعت أساليب اختيار العينة بشكلٍ كبيرٍ، إنّ حجم العينة يعتمد على ثلاثة معايير: حجم المجتمع وعدد المتغيرات المستقلة وحجم التأثير أو القوة الإحصائية المراد الحصول عليها. في ضوء مشكلة الدراسة وفرضيتها وتحقيقاً لأهداف الدراسة، قام الباحث باختيار عينة الدراسة من مجموعه من العاملين في المصارف الإسلامية، إذ قام الباحث بتوزيع (92) استمارة

²¹⁵ در، محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، "مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية"، العدد(9)، 2017، ص313-

استبانة على الأفراد المبحوثين، وتم استرجاع (84) استمارة أي أنّ عدد الإستمارات الصالحة ما يعادل (91%) تقريباً من المجتمع المبحوث.

رابعاً: خصائص عينة البحث

يُظهرُ الجدول (10) خصائص عيّنة الدراسة من حيث العمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة والمجال الوظيفي الحالي والجنس، وهي كالاتي:

الجدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسب المئوية لخصائص افراد العينة									
العمر									
أقل من 30 سنة		30-40 سنة		40-50 سنة		50 فأكثر			
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
17	20.2	31	36.9	20	23.8	16	19.1		
المؤهل العلمي									
دبلوم		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه			
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
8	9.5	47	55.9	22	26.2	7	8.4		
سنوات الخبرة									
اقل من 5 سنوات		5-10 سنة		10سنة فأكثر					
العدد	%	العدد	%	العدد	%				
16	19.1	31	36.9	37	44				
المجال الوظيفي الحالي									
مدير		رئيس قسم		محاسب		اداري		موظف استقبال	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
6	7.1	14	16.6	37	44	23	27.4	4	4.7
الجنس									
انثى					ذكر				
العدد		%		العدد		%			
63		75		21		25			

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على استمارة الاستبيان.

خامساً: لمحة عن الشركات عينة الدراسة

1. المصرف العراقي الإسلامي للتنمية والاستثمار

وهو مصرف عراقي خاص يقع في بغداد وله عدة فروع في محافظات مختلفة منها محافظة كركوك، تأسس المصرف في 19 ديسمبر 1992، تم رفع رأس المال ليصبح (250) مليار دينار عراقي، وبدأ مزاوله نشاطه بكامل صلاحياته من قبل البنك المركزي العراقي يوم 23 فبراير 1993، وعمل المصرف على مشاركة عجلة التنمية الإقتصادية والنمو في البلاد، والمصرف العراقي الاسلامي للإستثمار والتنمية (المعروف المصرف العراقي الإسلامي) هو شركة عامة مدرجة في سوق العراق للأوراق المالية منذ يوليو 2004. يعمل المصرف العراقي الإسلامي في القطاع المصرفي²¹⁶.

2. مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الإسلامي

تم تأسيس مصرف جيهان للاستثمار والتمويل الاسلامي في شباط 2008 وفقاً لقانون الشركات العراقي رقم 21-1997 وتعديلاته لعام 2004 إذ أفتتح المصرف بتاريخ 2009/4/1 في مقره الرئيسي في أربيل، ولديه عدة فروع من أهمها فرع كركوك، مصرف جيهان هو مصرف إسلامي كامل مدرج في السوق النظامي لسوق العراق للأوراق المالية (ISX) منذ عام 2017 تحت الاسم المختصر (BCIH) ورمز الشركة في الوكالة الدولية (ISIN (IQ000A2DN949) وخاضع لمعايير افصاح هيئة الاوراق المالية العراقية (ISC) وسوق العراق للأوراق المالية، يقدم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المصرفية الاسلامية، ويسعى لتقديم أفضل الخدمات المصرفية الدقيقة والفريدة من نوعها وتطويرها وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية لعملائنا من المصارف الحكومية للشركات والأفراد في العراق الجديد بما في ذلك المحافظات في اقليم كردستان²¹⁷.

3. مصرف العربية الإسلامي

²¹⁶ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف العربية الإسلامي، <https://www.iraqiislamicb.iq/%d9%86%d8%a8%d8%b0%d8%a9-%d8%b9%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b5%d8%b1%d9%81.html>.

²¹⁷ الموقع الإلكتروني الرسمي لمصرف جيهان، [. /https://www.cihanbank.com.iq/%d8%b9%d9%8e%d9%86%d8%a7](https://www.cihanbank.com.iq/%d8%b9%d9%8e%d9%86%d8%a7)

بدأ مصرف العربية الإسلامي ممارسة أعماله المصرفية وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية الغراء بتاريخ 2/ 10 / 2016، وقد تأسس المصرف ومارس نشاطه استناداً الى أحكام المادة (4) من قانون البنك المركزي العراقي رقم (56) لسنة 2004 والمادة (4) من قانون المصارف رقم (94) لسنة 2004 والمادة (3) من قانون المصرف الإسلامية رقم (43) لسنة 2015، وفق الاجازة المرقمة 9 / 3 / 9847 بتاريخ 20 / 6 / 2016، يسعى مصرف العربية الاسلامي الى رفع مستوى الأداء عن طريق تحسين كفاءة العمليات في كافة نواحي المصرف عن طريق تطوير وتحسين السياسات وإجراءات العمل وتحقيق رضى الزبائن عن طريق توفير الخدمات المصرفية المناسبة بالوقت المناسب وبجودة عالية²¹⁸.

المبحث الثاني: فحص واختبار أداة قياس البحث

أولاً: ترميز مقياس الدراسة

للتحقق من مستوى توافر المتغيرات قيد الدراسة والمتمثلة برأس المال الفكري كمتغيرٍ مستقلٍ بأبعاده الثلاثة المتضمنة لـ (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال الزبائن)، ومتغيرٍ جودة الخدمات المصرفية كمتغيرٍ تابعٍ بأبعاده الخمسة المتضمنة لـ (الإعتمادية، الإستجابة، الملموسية، التعاطف، الضمان)، وطبيعة العلاقة بينها في عينة من العاملين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك بطريقة أحصائية تتسم بالوضوح والدقة، تم ترميز مقياس الدراسة، كما موضح في الجدول (14).

جدول (6) ترميز مقياس الدراسة

عدد الفقرات	الرمز	البعء	المتغير
10	Q	رأس المال البشري	رأس المال الفكري
8	W		
11	R		
6	G	الاعتمادية	جودة الخدمات المصرفية
6	J		
5	K		
7	V		
5	C		

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

²¹⁸ الموقع الالكتروني الرسمي لمصرف العربية الإسلامي، -<https://ab.iq/ar/page/%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%81>.

ثانياً: معدّل الإستجابة Response Rate

لضمان تحقق متطلبات الدراسة فإنّ الباحث عمد إلى توزيع (92) استبانة على العينة المختارة التي تمثلت بعددٍ من المديرين ومديري الأقسام والمحاسبين والإداريين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تمّ إسترجع منها (8) غير صالحة للتحليل والصالحة للتحليل الاحصائي بلغت (84) أستمارة، كما موضح في الجدول (7).

جدول (7) معدل الإستجابة

النسبة المئوية	العدد	الحالة
100%	92	عدد الإستبانات الموزعة
9%	8	عدد الإستبانات غير المسترجعة
91%	84	عدد الإستبانات المسترجعة

المصدر: الجدول من إعداد الباحث.

رابعاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

إنّ الهدف من هذا الاختبار هو تحديد توزيع البيانات، فضلاً عن تحديد فيما إذا كانت الاختبارات التي تستعمل هي الإختبارات المعلمية، أو الاختبارات اللامعلمية، وإن تقييم التوزيع الطبيعي يتم في ضوء الطرائق الإحصائية، ولا سيما من خلال إجراء اختبار (Kolmogorov-Smirnov) أو معاملي الإلتواء والتفلطح (Kurtosis & Skewness). أن القيمة المعيارية للتأكد من إن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً هو أن تقع ضمن النطاق المسموح به وهو (± 1.96) ، إذ تمّ اختبار البيانات بالإعتماد اختبار (Kolmogorov-Smirnov) وكما هو مبين في الجدول (8).

جدول (8) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

Kolmogorov-Smirnov			نوع ومعالم الاختبار متغيرات البحث
معنوية الاختبار	قيمة المعنوية	إحصاء الاختبار	
معنوي	0.004	0.077	رأس المال الفكري
معنوي	0.001	0.086	الخدمات المصرفية

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V.23

يُتضح من قيمة مستوى الدلالة لاختبار Kolmogorov-Smirnov لمتغيرات الدراسة أنها كانت أصغر من مستوى الدلالة عند (0.05)، وهذا يشير إلى أن المتغيرات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وعالية سيتم معالجة المتغيرات التي لا تتبع التوزيع الطبيعي، وذلك بالاعتماد على الصيغة المعيارية عبر ما يعرف بأسلوب القيم المعيارية أو القياسية (Standardization)، بعد قسمة الفرق بين قيم المتغيرات عن أوساطها الحسابية على انحرافاتها المعيارية.

خامسا: اختبار وجود مشكلة التعدد الخطي

يقضي هذا الافتراض عدم وجود علاقة ارتباط عالية بين الأبعاد المستقلة أي فيما بينها، لأن في حال وجود علاقة ارتباط عالية بين الأبعاد المستقلة، سيكون لدينا مشكلة ما يسمى بالتعدد الخطي (Multicollinearity)، لذا فعندما يرتبط بُعدان مستقلان بمستوى عالٍ فيما بينها، ينبغي علينا التخلص من أحدهما عند التحليل، لأن الارتباط العالي بينهما يدل على أنهما يقيسان الشيء نفسه، إذ من المستحيل التمييز بين تأثير كل واحدٍ منهما في المتغيرات المعتمدة، ومن هنا يأتي الهدف الأساسي من إجراء هذا الاختبار لأنه سيبعدنا عن أي مشكلة عند اختبار الفرضيات، إذ يمكن الكشف عن هذه المشكلة عن طريق عامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor-VIF)، وقيمة التسامح (Tolerance)، أن قيمة التسامح (Tolerance) ينبغي أن تكون (0.10) أو أكبر ومعكوسها عامل تضخم التباين (VIF) ينبغي أن يكون (5) أو أقل كمؤشر لعدم وجود التعدد الخطي، ولغرض التأكد من وجود هذه المشكلة من عدمها فإن هذين الاختباران يمكن إجراؤهما عن طريق برنامج (SPSS V.23) وكما يظهر في الاختبار الآتي:

جدول (9) اختبار التعدد الخطي للأبعاد راس المال الفكري

Collinearity Statistics		ابعاد راس المال الفكري
VIF	Tolerance	
عامل تضخم التباين	قيمة التسامح	
1.349	0.741	راس المال البشري
1.383	0.723	راس المال الهيكلي
1.374	0.728	راس المال الزبائن

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V.23

يتضح من نتائج الجدول (9) أن عوامل تضخم التباين (VIF) للأبعاد راس المال الفكري كافة والتي تراوحت بين (1.349-1.383)، بأنها أقل من (5) وقيمة التسامح (Tolerance) للأبعاد المستقلة، التي تراوحت بين (0.723-0.741)، أي أنها أكبر من (0.10)، وهذا يدل على عدم وجود مشكلة التعدد الخطي على ضمن أبعاد البحث للمتغير المستقل راس المال الفكري.

سادساً: صدق أداة قياس البحث

يتضمنُ هذا الجانب خمسة محاور وهي (صدق المحتوى الظاهري، الثبات والتناسق بين مكونات للمقياس (Alpha Cronbach)، التناسق الداخلي الصدق البنائي لاختبار كفاية العينة (KMO)، وكما يأتي:

1. صدق المحتوى الظاهري للأداة (الاستبانة)

تمَّ عرض الاستبانة على مجموعةٍ من المحكمين، من ذوي الخبرة والاختصاصات المختلفة في جامعة كاربوك من اجل معرفة آراءهم بمدى وضوح فقرات الإستبانة، وتربطها ومقدار ملائمتها لقياس المتغيرات المطلوبة، وفي ضوء الآراء التي أبداهها المحكمون قام الباحث بأجراء التعديلات وصياغة بعض العبارات التي رأى المحكمون ضرورة إعادة صياغتها لتكون أكثر وضوحاً.

2. اختبار الثبات

إنَّ الثبات يشير إلى مدى الاتساق الداخلي للمقياس، والذي يعني أنَّ الأسئلة تصب جميعها في غرض عام يراد قياسه، واحتمالية الحصول على النتائج نفسها عند تكرار المقياس نفسه مرة أخرى، إذ إنَّ الثبات يستعمل لتحديد إلى أيِّ مدى يمكن تكرار استعمال المقياس وتبقى النتائج كما هي، واستقرار المقياس على مرور الوقت، وتشابه النتائج للمقياس بمدة زمنية مختلفة، ويستعمل معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient) لقياس الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، وأبعاده، ومتغيراته والمقياس ككل. إذ إن قيمة (Cronbach's Alpha) تتراوح بين (0-1)، وينبغي أن تكون مساوية أو أعلى من (0.70) لكي تكون ذات إتساق داخلي مقبول، أما إذا كانت أقل من ذلك تُعدَّ الإتساق الداخلي لها ضعيف ولا تحمل المستوى المقبول من الثبات، ويمكن توضيح اختبار ثبات أداة القياس (الاستبانة) كما هو مبين في الجدول (10):

جدول (10) نتائج التناسق بين مكونات للمقياس

المقياس	معامل ألفا كرونباخ الأبعاد	الصدق
راس المال البشري	0.931	0.965
راس المال الهيكلية	0.93	0.964
راس المال الزبائن	0.925	0.962
راس المال الفكري	0.925	0.962
الاعتمادية	0.922	0.960
الاستجابة	0.924	0.961
الملموسية	0.923	0.961
التعاطف	0.924	0.961

0.971	0.943	لضمان
0.959	0.92	جودة الخدمات المصرفية
0.964	0.93	الاستبيان بصورة عامة

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V.23

يوضح الجدول (10) أن قيم (Cronbach's Alpha) تراوحت بين (0.922-0.943) للمتغيرات والأبعاد، إذ تبين أنها أكبر من (0.70)، وهذا يشير إلى تمتع المتغيرات والأبعاد باتساق داخلي مناسب، أما معامل الإتساق الداخلي (Cronbach's Alpha) للمقياس بشكل إجمالي فقد كانت قيمته (0.93)، إذ تمتع بتقييم عالٍ، وهذه النتائج تشير إلى أن مقياس الدراسة (الاستبانة) تمتع بمستوى ثبات عالٍ، وهذا دليل على مدى الإتساق الداخلي له، وثبات فقراته، ودليل على مدى إمكانية تكرار المقياس وإعطاء النتائج نفسها، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات الإحصائية الأخرى بناءً على هذه النتائج، أما الصدق فهو الدرجة التي يقيس بها المقياس الغرض المصمم من أجله أو الذي وُضِعَ من أجله، إذ تشير النتائج في الجدول (10) أنها تراوحت بين (0.959-0.971) وهي نسبة جيدة.

3. التناسق الداخلي للمقياس (التجزئة النصفية) (Split-half Reliability Tests)

يُعدّ التناسق الداخلي للمقاييس مؤشراً على تجانس مكونات المقياس الذي يقيس مفهوماً أو نظرية معينة، أي أن الأسئلة ينبغي أن تكون مترابطة مع بعضها البعض كمجموعة تقيس مفهوماً معيناً، بمعنى أن يفهم المستقصي منه المعنى الإجمالي من المقياس ومن كلّ سؤالٍ من الأسئلة المكوّنة له، ويمكن التعرف على مدى التناسق الداخلي للمقياس عن طريق التعرف على الارتباط بين الأسئلة المكوّنة أو عن طريق اختبارات الثقة في نصفي المقياس (Split-half Reliability Tests) وهو ما اعتمده الباحث، والتي تتلخص بإيجاد معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية في الاستبانة ويتم تصحيح معامل الارتباط بمعادلة (Spearman-Brown)، وعند تطبيق هذه الطريقة وجد أن معامل الارتباط للاستبانة بلغ (0.770)، مما يعني أنها بمقاييسها المختلفة ذات ثبات عالٍ ويمكن اعتمادها في أوقات مختلفة و للأفراد أنفسهم و تعطي النتائج نفسها.

جدول (11) التناسق الداخلي للمقياس (التجزئة النصفية)

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	0.920
		N of Items	29 ^a
	Part 2	Value	0.945
		N of Items	29 ^b
	Total N of Items		58
Correlation Between Forms			0.770
		Equal Length	0.870
		Unequal Length	0.870
Guttman Split-Half Coefficient			0.862

المصدر: الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

4. الصدق البنائي لاختبار كفاية العينة

من أجل التأكد من شرط كفاية العينة سوف يستعمل معيار (Kaiser-Meyer-Olkin) الذي يجب أن تكون قيمته أكبر من (0.50) حتى تكون العينة كافية، وهذا شرط أساسي يجب تحقيقه، فضلاً عن أن اختبار (Bartlett) يعد مؤشر للعلاقة بين المتغيرات، إذ يجب أن يكون مستوى الدلالة لهذه العلاقة أقل من (0.05)، وذلك حتى نستطيع التأكيد من أن هذه العلاقة دالة إحصائياً، مع التأكد من وجود الإرتباطات المقبولة بين فقرات الأسئلة على شروط معنوية قيمة (Chi-Square) للدلالة إلى مقبولية معاملات الإرتباط المذكورة، وكما هو موضح في الجدول (12).

جدول (12) يبين اختبار KMO و Bartlett's لأبعاد البحث

Sig المعنوية	اختبار Bartlett Test بالاعتماد على قيمة Chi-Squar	اختبار KMO	عدد الفقرات	الأبعاد
0.000	1308.900	0.868	10	رأس المال البشري
			8	رأس المال الهيكلي
			11	رأس المال الزبائن
			29	رأس المال الفكري
0.000	6381.514	0.929	6	الإعتمادية
			6	الاستجابة
			5	الملموسية
			7	التعاطف
			5	لضمان
			29	جودة الخدمات المصرفية

الجدول: من اعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS V.23

يُظهرُ من الجدول (12) إنَّ قيمة (KMO) هي أكبر من (0.50)، وقد بلغت (0.839)،
 0.868, (0.929) على التوالي، ووفقاً لتصنيف (Kaiser) فأثماً تُعدُّ قيمة جيدة وتشير إلى أنَّ حجم
 العينة كافية لأجراء التحليلات الإحصائية، وكما يُظهرُ في جدول اختبار (Bartlett) إذ يشيرُ إلى وجود
 المعنوية إذ بلغت قيمة الاختبار (1259.513, 1308.900, 6381.514) على التوالي عند
 مستوى دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05)، إذ تُشير النتائج إلى أنَّ مصفوفة الارتباط هي ليست
 مصفوفة وحدة، تُشير النتائج السابقة إنَّ حجم العينة كان كافياً وهو مؤشِّرٌ جيد لإجراء التحليلات
 الإحصائية اللاحقة.

الفصل الخامس

وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها واختبار فرضياتها

التمهيد

يقدم هذا الفصل عرضاً لنتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد عينة الدراسة عن المتغيرات التي تمّ اعتمادها فيها، وذلك عبر عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم عن طريق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرٍ وبُعدٍ في الدراسة والأهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكلٍ منها، وتمّ تقسيم هذا الفصل على مبحثين، هما:

المبحث الأول: وصف أبعاد الدراسة ومتغيراتها وتشخيصها.

المبحث الثاني: تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها.

المبحث الأول: وصف وتشخيص أبعاد الدراسة ومتغيراتها

يتضمّنُ هذا المبحث التّعرّف على طبيعة الآراء والمواقف التي أبدتها المبحوثون في إجاباتهم حول المتغيرات الرئيسة للدراسة والمتمثلة ب: (رأس المال الفكري، جودة الخدمات المصرفية الاسلامية)، فضلاً عن العوامل المكونة لهذه الأبعاد، وعلى النحو الآتي:

أولاً: وصف وتشخيص أبعاد متغير رأس المال الفكري

1. بعد الأول: رأس المال البشري

تضمّنَ البُعد الأول في الاستبانة على (10) فقرات، تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، وكانت نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول هذا البُعد، كما مبينة في الجدول (13):

جدول رقم (13) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال البشري

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يملك الموظف في المصرف مهارات عالية متميزة ومبدعة.	3.84	0.923	24.0%	5	مرتفع
2	يملك الموظفون المعرفة التامة والمحدثة باستمرار عن الخدمات التي يقدمها المصرف.	4.01	0.905	22.4%	2	مرتفع
3	يملك الموظفون خبرة عالية في مجال أعمالهم المخصصة لهم.	4.02	0.744	18.5%	1	مرتفع
4	يوجد رضا لموظفي المصرف بطريقة إدارة الشركة وادائها وحوافزها لهم وطريقة استماعها وحلها لمشاكلهم.	3.78	1.030	27.2%	7	مرتفع
5	تشجع الإدارة موظفيها بالمشاركة في مؤتمرات ولقاءات على المستوى العربي والدولي.	3.93	0.805	20.4%	4	مرتفع
6	يُعدُّ متوسط سنوات الخدمة للموظف في المصرف مقبولة.	3.47	0.899	25.9%	10	متوسط
7	يتناسب عدد المديرين في المصرف مع حجم الموظفين وابعائهم.	3.80	0.922	24.2%	6	مرتفع
8	يجرض الموظفون على تنويع وتطوير مهاراتهم بشكل شخصي.	3.65	1.120	30.6%	8	متوسط
9	يتم شغل المناصب في المصرف بناء على القدرات الذهنية والقدرة على حل المشكلات.	3.97	0.971	24.4%	3	مرتفع
10	يُعدُّ عدد موظفين المصرف ملائم مع حجم أعباء المصرف.	3.63	0.935	25.7%	9	متوسط
	رأس المال البشري ككل	3.85				مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يُلاحظ من الجدول رقم (13) أن إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة برأس المال البشري، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.47 – 4.02)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.85) على مقياس (ليكرت) الخماسي، الذي يشير إلى واقع الممارسة المرتفع لرأس المال البشري في المصارف، إذ

جاءت الفقرة "يمتلك الموظفون خبرة عالية في مجال أعمالهم المخصصة لهم" في المرتبة الأولى بمتوسطٍ حسابي بلغ (4.02) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.85)، فيما حصلت الفقرة "يُعدُّ متوسط سنوات الخدمة للموظف في المصرف مقبولة" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.47) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.85)، ويفسر الباحث هذه النتائج إلى أن المصارف قيد الدراسة تهتم بمفهوم رأس المال البشري الذي يمثل الدور الأساسي والفعال في صناعة الأهداف الاستراتيجية ورصد وتحليل بيئة العمل الخارجية والإشراف على العمليات الداخلية وقياس الكفاءة والقدرة فضلاً عن دوره المباشر في زيادة الإنتاجية وبالتالي تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية لكسب ميزة تنافسية عالية للمؤسسة ضد المنافسين الآخرين في السوق، وما يؤيد ذلك معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع رأس المال البشري المرتفعة في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

2. البعد الثاني: رأس المال الهيكلي

تضمّن البعد الثاني في الاستبانة على (8) فقرات تمّ صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتمّ تحليل البيانات التي تمّ الحصول عليها، ويوضح الجدول (14) نتائج التحليل الإحصائي التي تمّ التوصل إليها.

جدول رقم (14) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال الهيكلي

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يتوفر لدى المصرف هيكلية واضحة تتناسب مع احتياجاتها.	3.95	0.963	24.3%	3	مرتفع
2	يعمل المصرف على تحديث وتطوير نظم المعلومات وقواعد البيانات بصفة مستمرة.	3.91	0.845	21.6%	4	مرتفع
3	تعمل إدارة المصرف على توفير البيانات والمعلومات كافة التي تساعد على إنجاز العمل.	3.73	0.764	20.4%	5	مرتفع
4	تضع إدارة المصرف خطة عمل وتنفيذها خلال العمل.	4.04	0.978	24.2%	2	مرتفع
5	يمتلك المصرف نظام معلومات محوسب يتسم بالدقة ويواكب التطور التكنولوجي.	3.60	0.877	34.3%	6	متوسط
6	تحدد المصرف سياساتها في مجالات العمل المختلفة بما يعزز قدرتها التنافسية.	3.17	0.933	29.4%	8	متوسط
7	توجد مستويات إدارية واضحة ومحددة في الهيكل التنظيمي للمصرف عن طريق وضع المصرف سياسات تجمع بين المستويات الإدارية.	4.19	0.827	19.7%	1	مرتفع
8	يوجد تواصل مستمر بين الموظفين على جميع المستويات بما فيها الإدارة العليا وباقي الأقسام في المصرف.	3.31	0.955	28.8%	7	متوسط
	رأس المال الهيكلي ككل			3.80		مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يُلاحظ من الجدول اعلاه، أنّ إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة برأس المال الهيكلي، قد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.17-4.19)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.80) على مقياس (ليكرت) الخماسي، والذي يشير إلى واقع الممارسة المرتفع برأس المال الهيكلي في المصارف

الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "توجد مستويات إدارية واضحة ومحددة في الهيكل التنظيمي للمصرف عن طريق وضع المصرف سياسات تجمع بين المستويات الإدارية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.19) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.80)، فيما حصلت الفقرة "تحدد المصرف سياساتها في مجالات العمل المختلفة بما يعزز قدرتها التنافسية" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.17) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.80)، ويفسّر الباحث هذه النتيجة بأن إدارة المصارف قيد الدراسة توظّف رأس المال الهيكلي لزيادة إمكانية المصرف على خلق إبداع تكنولوجي عام مستند إلى المعرفة ولها إمكانية على تقديم إبداع ودعم لعدد كبير من الخدمات والسلع التي لها القابلية على التطور في ظلّ المعرفة، وهي من المصادر الرئيسية في تكوين ميزة تنافسية مستدامة التنافسية على وجه الخصوص والمعرفة على وجه العموم، إذ يتمتع بعدّة خصائص متمثلة في سرعة الزوال وعدم التجسيد والتزايد بالاستعمال، وما يؤيّد ذلك معامل الاختلاف لجميع الأبعاد أنّها أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع رأس المال الهيكلي في المصارف.

3. البعد الثالث: رأس المال الزبائن

تضمّن البعد الثالث في الاستبانة على (11) فقرة تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، ويوضح الجدول (15) النتائج التي تمّ التوصل إليها حول بُعد رأس المال الزبائن.

جدول رقم (15) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال الزبائن

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	تغطي مراكز تقديم الخدمات التابعة للمصرف جميع المحافظات.	3.58	0.830	23.1%	4	متوسط
2	يقوم المصرف بدراسة استطلاعية مستمرة للتعرف على احتياجات العملاء.	3.35	0.855	25.5%	6	متوسط
3	يستعمل المصرف أنظمة معلومات حديثة لخدمة العملاء.	3.64	0.856	23.5%	3	متوسط
4	يمنح المصرف عملائه الدائمين مزايا إضافية تميزهم عن عملائها العاديين.	3.17	0.855	26.9%	8	متوسط
5	يهتم المصرف بتطوير العلاقات مع الموردين والتجار.	3.09	0.836	27.0%	11	متوسط
6	يتواصل المصرف عبر الرسائل القصيرة ومواقع التواصل الاجتماعي.	3.72	0.837	22.5%	1	مرتفع
7	يساهم قسم العلاقات العامة في المصرف على تعزيز وتطوير العلاقات مع الآخرين.	3.24	0.996	30.7%	7	متوسط
8	يملك المصرف فروع في مواقع سهل الوصول إليها من قبل العملاء.	3.15	0.995	31.5%	10	متوسط
9	يحرص المصرف على مراعاة الظروف الاقتصادية للمجتمع عند تقديم خدماته.	3.16	1.000	31.6%	9	متوسط
10	ينفذ المصرف فعاليات مشتركة مع الجمهور لتوطيد العلاقات.	3.40	0.847	24.9%	5	متوسط
11	يقوم المصرف بمسح دوري للبيئة التنافسية للتعرف على الخدمات التي يقدمها المصارف الأخرى.	3.69	0.907	24.5%	2	مرتفع
	رأس المال الزبائن ككل			3.37		متوسط

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يلاحظ من الجدول رقم (15) أن المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة عن فقرات رأس المال الزبائن تراوحت ما بين (3.72 – 3.09)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.37) على مقياس (ليكرت) الخماسي، والذي يشير إلى واقع الممارسة المتوسط لرأس المال الزبائن في المصارف الإسلامية، إذ جاءت الفقرة "يتواصل المصرف عبر الرسائل القصيرة ومواقع التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.37)، فيما حصلت الفقرة "يهتم المصرف بتطوير العلاقات مع الموردين والتجار" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.09) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.37)، ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن إدارة المصارف تعمل على تعزيز العلاقات بين المصرف المحيطين به بهدف تحقيق التميز والتفوق عن طريق التطوير والابداع مثل الدخول الى أسواق جديدة وإيجاد منتجات حديثة. وما يؤيد ذلك أن معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع رأس المال الزبائن المتوسط في المصارف الإسلامية.

إما وصف المتغير بشكل كلي فقد شمل الجدول (15) ابعاد رأس المال الفكري والتي تتضمن ثلاث ابعاد تم قياسها لتتناسب مع متطلبات الدراسة، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها لمعرفة أي من الأبعاد الأكثر من حيث مستوى الأهمية.

جدول رقم (16) نتائج آراء أفراد العينة حول مجال رأس المال الفكري

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	ترتيب الأهمية	المستوى التقييم
1	راس المال البشري	3.85	1	مرتفع
2	راس المال الهيكلي	3.80	2	مرتفع
3	راس المال الزبائن	3.37	3	متوسط
	رأس المال الفكري ككل	3.67	-	مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يظهر الجدول رقم (16) إجابات عينة الدراسة عن الأبعاد المتعلقة برأس المال الفكري، قد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.85 – 3.37)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.67) على مقياس (ليكرت) الخماسي، إذ جاء بُعد (رأس المال البشري) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.85) وهو

أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.67)، فيما حصل بُعد (رأس المال الزبائن) على المرتبة الأخيرة من ناحية المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.37) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.67)، ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن المصارف تهتم برأس المال الفكري كونه من أهم مصادر الثروة ودعائم القوة في المصرف، ولذلك يجب على الإدارة العليا في المصرف ان تدرك كيفية استغلال هذه الخصائص الهامة من اجل بناء قاعدة معرفية قوية تستطيع عن طريقها مواجهة المنافسة القوية والبقاء في بيئة الاعمال. وما يؤيد ذلك أن معامل الاختلاف أقل من (50%) لجميع الأبعاد، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع رأس المال الفكري في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

ثانياً: وصف وتشخيص أبعاد متغير جودة الخدمات المصرفية

1. البعد الأول: الاعتمادية

يضمّن بُعد الاعتمادية في الاستبانة (6) فقرات تمّ صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، ويوضح الجدول (17) نتائج التحليل الإحصائي التي تمّ التوصل إليها.

جدول رقم (17) نتائج آراء أفراد العينة حول الإعتمادية

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يلتزم المصرف بتنفيذ الاعمال في الأوقات المحدد.	3.15	0.952	30.2%	6	متوسط
2	يهتم المصرف بحل المشكلات التي تواجه زبائنه.	3.34	0.885	26.4%	5	متوسط
3	يقدم المصرف الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها.	3.47	0.867	24.9%	2	متوسط
4	يوفر المصرف سبل حماية للأموال عن طريق الدخول في مشاريع استثمارية ناجحة.	3.57	1.104	30.9%	1	متوسط
5	الموظف على دراية بعمله وقادر على الإجابة عن الاستفسارات كافةً.	3.43	0.912	26.5%	4	متوسط
6	الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات ورضائهم.	3.46	1.225	35.4%	3	متوسط
	الاعتمادية ككل	3.40				متوسط

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يُلاحظ من الجدول رقم (17) أنّ إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالاعتمادية، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.15 – 3.57)، بمتوسطٍ حسابي كلي مقداره (3.40) على مقياس ليكرت الخماسي، والذي يُشيرُ إلى الواقع المتوسط للاعتمادية في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "يوفر المصرف سبل حماية للأموال عن طريق الدخول في مشاريع استثمارية ناجحة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.57) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.40)، فيما حصلت الفقرة "يلتزم المصرف بتنفيذ الأعمال في الأوقات المحدد" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.15) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.40). ويفسر الباحث ذلك بأن إدارة المصارف قيد الدراسة قادرة على تقديم خدمة بشكل يمكن من الاعتماد عليها فضلاً عن تقديمها بدرجة عالية من الدقة. وما يؤيد ذلك أن معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع بُعد الإعتمادية في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

2. البعد الثاني: الاستجابة

يضمّن بُعد الاستجابة في الاستبانة (6) فقرات تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، ويوضح الجدول (18) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (18) نتائج آراء أفراد العينة حول الاستجابة

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يستجيب مدير المصرف / الفرع لمقابلة العملاء.	3.68	1.091	29.6%	3	مرتفع
2	يقوم المصرف بإضافة خدمات مصرفية جديدة للسوق كل فترة استجابة لحاجة العملاء.	3.60	1.163	32.3%	4	متوسط
3	تخضع عمليات تقديم الخدمات المصرفية الى ضبط وتحسين مستمرين.	3.75	0.924	24.6%	1	مرتفع
4	يحدد المصرف وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن.	3.73	0.763	20.3%	2	مرتفع
5	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري.	3.41	1.164	34.1%	5	متوسط
6	موظفو المصرف مستعدون دائما لمساعدة الزبائن.	3.36	1.241	36.9%	6	متوسط
	بعد الاستجابة ككل	3.58				متوسط

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يلاحظ من الجدول رقم (18) أن إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالاستجابة، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.75 - 3.36)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.58) على مقياس ليكرت الخماسي، والذي يشير إلى الواقع الجيد للاستجابة في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "تخضع عمليات تقديم الخدمات المصرفية الى ضبط وتحسين مستمرين" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.75) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.58)، فيما حصلت الفقرة "موظفو المصرف مستعدون دائما لمساعدة الزبائن" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ

بلغ (3.36) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.58). ويفسر الباحث ذلك بأن إدارة المصارف قيد الدراسة قادرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن بسرعة وكفاءة بما يقنع الزبون بأنه محل تقدير واحترام لدى المصرف، وما يؤيد ذلك أن معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع بعد الاستجابة الجيدة في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

3. البعد الثالث: الملموسية

تضمن بُعد الملموسية في الاستبانة على (5) فقرات تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، ويوضح الجدول (19) نتائج التحليل الإحصائي التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (19) نتائج آراء أفراد العينة حول الملموسية

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	مبنى المصرف جذاب ويحتوي على كل وسائل الراحة.	3.67	1.093	29.7%	4	مرتفع
2	يتميز العاملون بحسن المظهر واناقة الملابس.	3.73	1.080	28.9%	2	مرتفع
3	يتوافر لدى المصرف معدات تساير التكنولوجيا الحديثة.	3.86	1.031	26.7%	1	مرتفع
4	يمكن السحب والايداع من أي فرع من فروع المصرف.	3.52	1.119	31.7%	5	متوسط
5	يوجد للبنك مطبوعات ومنشورات توضح آلية الحصول على الخدمة.	3.72	1.003	26.9%	3	مرتفع
	الملموسية ككل	3.69				مرتفع

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يلاحظ من الجدول رقم (19) أن إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالتجديد الإستراتيجي الاستثمائي، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.52 - 3.86)، بمتوسط حسابي

كلي مقداره (3.69) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى الواقع المرتفع للموسمية في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "يتوافر لدى المصرف معدات تساير التكنولوجيا الحديثة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.86) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.69)، فيما حصلت الفقرة "يمكن السحب والايذاع من أي فرع من فروع المصرف" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية إذ بلغ (3.52) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.69)، مما يؤكد الأولوية لهذه الفقرة من بين فقرات الموسمية. ويفسر الباحث تلك النتيجة إلى أن المصارف الإسلامية تمتلك الجوانب المتعلقة بلموسمية الخدمة وهي المباني وتقنية المعلومات والاتصالات المستعملة فيه والتسهيلات والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة والمظهر الخارجي للعاملين. وما يؤيد ذلك أن معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع الموسمية المرتفع في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

4. البعد الرابع: التعاطف

تضمن البعد الأول في الاستبانة على (7) فقرات تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، وكانت نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول هذا البعد، كما مبينة في الجدول (20):

جدول رقم (20) نتائج آراء أفراد العينة حول التعاطف

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يوفر المصرف ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن.	3.18	0.932	29.4%	6	متوسط
2	يضع البنك مصلحة العملاء في مقدمة اهتماماته.	3.92	0.844	21.6%	3	مرتفع
3	يعرف العاملون في البنك احتياجات العملاء ويسعون الى تحقيقها.	4.03	0.743	18.5%	1	مرتفع
4	يستطيع العملاء سحب ارصدهم متى شاءوا دون قيود وشروط.	3.64	0.855	23.5%	4	متوسط
5	يتفهم المصرف وضع العملاء في حالة مرورهم بظروف صعبة.	3.94	0.804	20.4%	2	مرتفع
6	يُشرك المصرف عملاءه في مشاريعه الاقتصادية ويمنحهم نسبة أرباح مرضية.	3.17	1.000	31.4%	7	متوسط
7	يمنح المصرف القروض للعملاء بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالمصارف الأخرى.	3.64	0.934	25.7%	5	متوسط
	التعاطف ككل			3.64		مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يلاحظ من الجدول رقم (20) أن إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالتعاطف، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.17 – 4.03)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.64) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى واقع الممارسة المرتفع للتعاطف في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "يعرف العاملون في البنك احتياجات العملاء ويسعون الى تحقيقها" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.64)، فيما حصلت الفقرة "يُشرك المصرف عملاءه في مشاريعه الاقتصادية ويمنحهم نسبة أرباح مرضية" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.17) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.64)،

ما يعني أن لهذه الفقرة الأولوية من بين فقرات التعاطف. ويفسر الباحث هذه النتائج إلى أن الشركة تهتم بالعاملين في المصرف والزبائن اهتماماً شخصياً وتفهمهم لحاجات الزبائن وحرصها على المصلحة العليا للزبائن. مما أسهم في البقظة التكنولوجية لدى الشركة على نحو عام، وما يؤكد ذلك معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع التعاطف المرتفعة في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

5. البعد الخامس: الضمان (الأمان والثقة)

تضمن البعد الأول في الاستبانة على (7) فقرات تم صياغتها على نحو يتناسب مع ما يجب أن يكون في الواقع العملي، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها، وكانت نتائج التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة حول هذا البعد، كما مبينة في الجدول (21):

جدول رقم (21) نتائج آراء أفراد العينة حول الضمان (الأمان والثقة)

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى التقييم
1	يتعامل المصرف مع المعلومات الخاصة بالعملاء بسرية تامة.	3.81	0.691	17.8%	1	مرتفع
2	يتصف العاملون في المصرف باللطف وحسن المعاملة	3.80	0.685	18.0%	2	مرتفع
3	اشعر بالاطمئنان عند التعامل مع موظفي المصرف.	3.41	0.685	20.1%	5	متوسط
4	يوفر المصرف لزبائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع المصرف.	3.51	0.826	23.6%	4	متوسط
5	يبلغ المصرف زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف.	3.65	0.646	17.7%	3	متوسط
	الضمان (الأمان والثقة) ككل			3.64		مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يلاحظ من الجدول رقم (21) أن إجابات عينة الدراسة عن الفقرات المتعلقة بالضمان (الأمان والثقة)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.81 – 3.41)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.64) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى واقع الممارسة المرتفع للضمان في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، إذ جاءت الفقرة "يتعامل المصرف مع المعلومات الخاصة بالعملاء بسرية تامة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.81) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.64)، فيما حصلت الفقرة "اشعر بالاطمئنان عند التعامل مع موظفي المصرف" على المرتبة الأخيرة من حيث المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.41) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.64)، ما يعني أن لهذه الفقرة الأولوية من بين فقرات الضمان. ويفسر الباحث هذه النتائج إلى أن المصارف قيد الدراسة تعمل على تلبية توقعات الزبائن المتزايدة عن طريق ادخال الخدمات الجديدة وتعزيز القائم منها، وما يؤيد ذلك معامل الاختلاف أقل من (50%)، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع الضمان (الأمان والثقة) المرتفعة في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

أما وصف المتغير بشكل كلي فقد شمل الجدول (21) ابعاد جودة الخدمات المصرفية والتي تتضمن خمسة ابعاد تم قياسها لتناسب مع متطلبات الدراسة، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها لمعرفة أي من الأبعاد الأكثر من حيث مستوى الأهمية.

جدول رقم (22) نتائج آراء أفراد العينة حول مجال جودة الخدمات المصرفية

الرقم	البُعد	المتوسط الحسابي	ترتيب الأهمية	المستوى التقييم
1	الاعتمادية	3.40	5	متوسط
2	الاستجابة	3.58	4	متوسط
3	المللموسية	3.69	1	مرتفع
4	التعاطف	3.64	2	مرتفع
5	لضمان	3.64	3	مرتفع
	جودة الخدمات المصرفية ككل	3.59	---	متوسط

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

إذ يوضح الجدول رقم (22) أن إجابات عينة الدراسة عن الأبعاد المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية، فقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.40-3.69)، بمتوسط حسابي كلي مقداره (3.59) على مقياس ليكرت الخماسي، إذ جاء بُعد (الملموسية) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.69) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.59)، فيما حصل بُعد (الاعتمادية) على المرتبة الأخيرة من ناحية المتوسطات الحسابية، إذ بلغ (3.40) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.59). ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن المصارف تهتم بتقديم خدمات متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يمكن في الجودة، التي يحقق لها ميزة تنافسية ينفرد بها عن بقية المصارف الأخرى إذ تكسبه حصّةً سوقيةً تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركّزت المصارف على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في ظلّ تحرير تجارة الخدمات المصرفية. وما يُؤيّد ذلك أنّ معامل الاختلاف أقلّ من (50%) لجميع الأبعاد، وهو ما يعكس التقارب والتجانس في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية قيد الدراسة.

المبحث الثاني: تحليل علاقات الارتباط والتأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها

يعرض هذا المبحث علاقات الارتباط بين المتغيرات المبحوثة باعتماد الأساليب الإحصائية التحليلية، وقياس علاقات التأثير للمتغير المستقل في المتغير المعتمد، باستعمال نموذج الانحدار الخطي البسيط، ولأغراض تحقيق ذلك تمّ تقسيم هذا المبحث على محورين، وعلى وفق الآتي:

أولاً: تحليل علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة

يتضمّن هذا المحور تشخيص علاقة الارتباط بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها عن طريق اختبار صحة الفرضية الرئيسية الأولى التي تشير إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية على المستوى الإجمالي وعلى مستوى الأبعاد الفرعية" ثم اختبار فرضياتها باستعمال معامل الارتباط البسيط، واستعمال اختبار (t) لاختبار معنوية الارتباط.

أ. علاقة الارتباط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية على المستوى الكلي

يمثل مضمون هذه العلاقة التحقق من صحة الفرضية الرئيسة الأولى، إذ تشير معطيات الجدول (23) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين ابعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية في المنظمة عينة الدراسة على المستوى الكلي وبمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.812) عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (23) نتائج علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة

جودة الخدمات المصرفية	المتغير المستقل المتغير المعتمد
0.812**	رأس المال الفكري

عند مستوى معنوية 0.05

ب. علاقة الارتباط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية في المصارف الاسلامية على مستوى المؤشرات الفرعية:

في ضوء الجدول (24)، ومن متابعة معاملات الارتباط البسيط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية يتضح ما يأتي:

1. وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين رأس المال البشري وجودة الخدمات المصرفية، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.668) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الأولى.

2. وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين رأس المال الهيكلي وجودة الخدمات المصرفية، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.716) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسة الأولى.

3. وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين رأس المال الزبائن وجودة الخدمات المصرفية، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.674) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسة الأولى.

الجدول (24) نتائج علاقة الارتباط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية

أبعاد رأس المال الفكري			المتغير المستقل
رأس المال الزبائن	رأس المال الهيكلي	رأس المال البشري	المتغير المعتمد
0.674**	0.716**	0.668**	جودة الخدمات المصرفية

عند مستوى معنوية 0.05

وتشير هذه العلاقات إلى أنه كلما توفرت أبعاد رأس المال الفكري لدى القيادات الإدارية في المصارف الإسلامية بدرجة أكبر كلما تحسنت نتائج جودة الخدمات المصرفية في ضوء الأفكار والمقترحات الجديدة، وتقديم الأساليب وطرائق العمل الجديدة، والمنتجات الجديدة، والعمليات الجديدة، وتحسين كفاءة العمل المصرفي.

بناءً على ما تقدم من نتائج علاقات الارتباط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية، نتوصل إلى قبول الفرضية الرئيسة الأولى والفرضيات المنبثقة عنها.

ثانياً: تحليل علاقات التأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها:

يستكمل هذا المحور مهمة اختبار مدى سريان مخطط الدراسة الفرضي عبر توضيح وتحديد علاقات التأثير بين أبعاد الدراسة ومتغيراتها، فضلاً عن التأكد من مدى معنوياتها عبر التحقق من صحة الفرضية الرئيسة الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، التي تشير إلى وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية على مستوى المصارف الإسلامية قيد الدراسة (إجمالاً وبإبعادها)، وباستعمال نموذج الانحدار الخطي البسيط، وسيتم عرض نتائج الاختبار وكالاتي:

أ. اختبار الفرضية الرئيسة الثانية على المستوى الكلي والفرعي:

يمثل مضمون هذه العلاقة اختباراً لفرضية الدراسة الرئيسة الثانية التي تشير إلى وجود تأثير معنوي لأبعاد رأس المال الفكري في جودة الخدمات المصرفية (على المستوى الكلي).

ويوضح الجدول (25) نتائج تحليل الانحدار، الذي يشير إلى وجود تأثير معنوي للمتغير التفسيري (رأس المال الفكري) في (جودة الخدمات المصرفية) ، وذلك وفقاً لقيمة (t) البالغة (10.704) وهي قيمة عالية المعنوية عند مستوى معنوية (0.05)، ويدعم ذلك قيمة (F) والبالغة (114.575) والتي تعد قيمة عالية المعنوية عند مستوى معنوية (0.05)، كما إن القدرة التفسيرية لهذا النموذج جاءت متوسطة نسبياً وفقاً لقيمة (R^2) والبالغة (66%) ، وهذا يشير إلى أن أبعاد رأس المال الفكري يفسر ما قيمته (66%) من المتغير المستجيب والمتمثل بجودة الخدمات المصرفية، ولا توجد مشكلة ارتباط ذاتي إذ بلغت نسبة (D.W) (2.3).

وتوضح هذه النتائج أهمية أبعاد رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الاسلامية، وهذا يؤكد قبول الفرضية الرئيسة الثانية والتي نصت بوجود علاقة تأثير لرأس المال الفكري في جودة الخدمات المصرفية في الميدان المبحوث.

جدول رقم (25) تحليل العلاقة التآثرية لمتغيرات الدراسة

جودة الخدمات المصرفية	Unstandard Coefficient		Standard Coefficient	T	F	R ²	D.W	Sig
	B	Std Error	Beta					
(Constant)	19.606	8.118	-	10.704*	114.575*	0.66	2.3	.000
رأس المال الفكري	1.056	0.099	0.812					

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية نظام (SPSS) $P \leq 0.05$ df(1.82)

أما اختبار علاقات التأثير بين أبعاد رأس المال الفكري في جودة الخدمات المصرفية على مستوى المؤشرات الفرعية فكانت على النحو الآتي:

1. تأثير رأس المال البشري في جودة الخدمات المصرفية:

تشير نتائج الجدول (26) إلى وجود تأثير معنوي للمتغير التفسيري والمتمثل بالرأس المال البشري في جودة الخدمات المصرفية وذلك وفقاً لقيمة (T) والبالغة (6.901) عند مستوى معنوية (0.05)، إذ

يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) إن (0.44) من جودة الخدمات المصرفية تؤثر فيه رأس المال البشري في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، ويعزز ذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي يدل على أن الزيادة في رأس المال البشري بمقدار وحدة واحدة تزداد جودة الخدمات المصرفية بمقدار (36.486)، ويدعم ذلك قيمة (F) البالغة (47.626) عند مستوى معنوية (0.05)، ولا توجد مشكلة ارتباط ذاتي، إذ بلغت نسبة (D.W) (2.4)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية.

الجدول (26) تأثير رأس المال البشري في جودة الخدمات المصرفية

جودة الخدمات المصرفية	Unstandard Coefficient		Standard Coefficient	T	F	R^2	D.W	Sig
	B	Std Error	Beta					
(Constant)	36.486	10.112	-	6.901*	47.626*	0.447	2.4	.000
رأس المال البشري	3.266	0.473	0.668					

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية نظام (SPSS) $P^* = \leq 0.05$

df(1.82)

2. تأثير رأس المال الهيكلية في جودة الخدمات المصرفية:

تشير نتائج الجدول (27) إلى وجود تأثير معنوي للمتغير التفسيري والمتمثل برأس المال الهيكلية في جودة الخدمات المصرفية، وذلك وفقاً لقيمة (T) والبالغة (7.875) عند مستوى معنوية (0.05)، إذ يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) إن (0.512) من جودة الخدمات المصرفية تؤثر فيه رأس المال الهيكلية في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، ويعزز ذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي يدل على أن الزيادة في رأس المال الهيكلية بمقدار وحدة واحدة تزيد من جودة الخدمات المصرفية بمقدار (3.937)، ويدعم ذلك قيمة (F) والبالغة (62.017) عند مستوى معنوية (0.05)، ولا توجد مشكلة ارتباط

ذاتي، إذ بلغت نسبة (D.W) (2.27)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية.

الجدول (27) تأثير رأس المال الهيكلي في جودة الخدمات المصرفية

جودة الخدمات المصرفية	Unstandard Coefficient		Standard Coefficient	T	F	R ²	D.W	Sig
	B	Std Error	Beta					
(Constant)	23.551	10.499	-	* 7.875	62.017*	0.512	2.27	.000
راس المال الهيكلي	3.937	0.500	0.716					

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية نظام (SPSS) $P^* = \leq 0.05$

df(1.82)

3. تأثير رأس المال الزبائن في جودة الخدمات المصرفية:

تشير نتائج الجدول (28) إلى وجود تأثير معنوي للمتغير التفسيري والمتمثل برأس المال الزبائن في نتائج جودة الخدمات المصرفية وذلك وفقاً لقيمة (T) والبالغة (7.010) عند مستوى معنوية (0.05)، إذ يتضح من قيمة معامل التحديد (R²) إن (0.454) من جودة الخدمات المصرفية تؤثر فيها رأس المال الزبائن في المصارف الإسلامية قيد الدراسة، ويعزز ذلك قيمة معامل الانحدار (B) والذي يدل على إن الزيادة في رأس المال الزبائن بمقدار وحدة واحدة تزيد من جودة الخدمات المصرفية بمقدار (2.884)، ويدعم ذلك قيمة (F) البالغة (49.140) عند مستوى معنوية (0.05)، ولا توجد مشكلة ارتباط

ذاتي إذ بلغت نسبة (D.W) (2.34)، وهذا يعني تحقق الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية.

الجدول (28) تأثير رأس المال الزبائن في جودة الخدمات المصرفية

جودة الخدمات المصرفية	Unstandar d Coefficient		Standar d Coeffici ent	T	F	R ²	D. W	Sig
	B	Std Erro r	Beta					
(Consta nt)	46.153	8.607	-	7.01 0*	49.14 0*	0.454	2.34	.00 0
رأس المال الزبائن	2.884	0.411	0.674					

$P^* = \leq 0.05$

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية نظام (SPSS)

df(1.82)

الخاتمة والنتائج

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك، وذلك عبر اختبار مجموعة من الفرضيات، وفي ضوء التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك لتحقيق أهداف وأسئلة الدراسة، وبناء على ما أسفر عليه التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة واختيار الفرضيات الرئيسة للدراسة والمتفرع منها الفرضيات، ويمكن القول بأن استنتاجات الدراسة هي على النحو الآتي:

المحور الأول: الاستنتاجات

المحور الثاني: التوصيات

المحور الأول: الاستنتاجات

عرض البحث بدءاً التأطير النظري الذي قام على طروحات الرواد في الفكر الإداري وحقل إدارة الموارد البشرية وما ينطوي عليها من مفاهيم فكرية وفلسفية، وظفت في سياق عملي وعلمي لتكون نموذجاً فكرياً، ونقطة انطلاق للدراسات اللاحقة، ولذلك بيّنت الدراسة في معطياتها الفكرية والفلسفية مجموعة من الاستنتاجات:

أولاً: استنتاجات الإطار النظري

1. يُعدُّ مفهوم رأس المال الفكري من المفاهيم التي حُظيتْ باهتمام الباحثين والإقتصاديين ومديري الشركات منذ ثمانينيات القرن العشرين حتّى يومنا هذا، وذلك لكونه أحد أهم الأدوات التي تُحقق للمؤسسة المالية التفوق والتميز والتنافسية لكونها غير قابلة للتقليد.
2. يُعدُّ رأس المال الفكري الثروة الحقيقية في المصارف الإسلامية، إذ تكمن أهمية رأس المال الفكري بوصفه موضوعاً مهماً يتعلّقُ بأعمال المصرف من جهة بنائها وتطويرها، إذ إنّ نشوء الإدراك المعرفي والمهارات هو من أكثر الموجودات أهمية بالنسبة للمؤسسة متضمّنة عمق التفكير للإدارة وكفاءة المقاييس.

3. وتُعدُّ الموجودات والأصول غير الملموسة المتمثلة برأس المال الفكري هي العناصر الأساسي التي تمنح المصارف الإسلامية ميزة للتجديد والابتكار والتنافس ونمو وتنمية مستدامة وقوة اقتصادية والبقاء في بيئة الأعمال.

4. ويُعدُّ رأس المال البشري الذي يمتلك المهارة والخبرة والمعرفة أحد أهم عناصر رأس المال الفكري في المصرف الإسلامية إذ إنّ الخبرات والمهارات والمعرفة التي يتمتع بها الموارد البشرية في المصرف هي الأساس التي تحدد قيمة المصرف، لذلك تسعى المصارف الرائدة إلى بناء رأس مالها البشري على أسس علمية معتمدة على التحليل الموقفي للمصرف.

5. اختلف الباحثون في تفصيلات المكونات الرئيسة لرأس المال الفكري بالرغم من أنّ المضمون واحد لدى أغلب الكُتّاب، ولغرض تكوين فكرة واضحة ومتكاملة عن رأس المال الفكري لا بدّ من ذكر مكوناته لكي تتكامل الصورة لدى القارئ والباحث في هذا المجال، ويرى البعض أنّ رأس المال الفكري يتكون من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال الزبائني وغيرها من العناصر والمكونات التي تدخل في تركيب رأس المال الفكري.

6. عُرفت المصارف الإسلامية كغيرها من المؤسسات بتقديم خدمات متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يمكن في الجودة، التي يحقق لها ميزة تنافسية ينفرد بها عن بقية المصارف الأخرى حيث تكسبه حصة سوقية تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركّزت المصارف على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في ظلّ تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

7. إنّ مفهوم الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية أوسع وأشمل ممّا عليه في المصارف التجارية والتقليدية، ففي المصارف الإسلامية تضاف إلى الأعمال والخدمات المصرفية داخل البنك خدمات إجتماعية وتكافلية وكلُّ عملٍ يكون له أثرٌ إجتماعي، وتُعدُّ الخدمات المصرفية واحدة من أهم الأعمال التي تركز عليها البنوك الإسلامية لأنّها أحد الوسائل الأساسية لتحقيق اهداف المصرف في الحصول على إيرادات مقابل تقديم الخدمات، وتمثل الخدمة المصرفية الجيدة نقطة الارتكاز التي تعتمد عليها المصارف في تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

8. إنَّ مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكلٍ عامٍ، إذ إنَّ مفهوم الخدمة بشكلٍ عامٍ هو أي أداء أو عمل غير ملموس يقدِّمه طرفٌ إلى طرفٍ آخر دون أن ينتج عن تقديم هذه الخدمة ملكية شيء ما، ويمكن أن تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي أو لا تكون.
9. إعتد الباحثون مجموعةً من الأبعاد التي يمكن عن طريقها قياس جودة الخدمة المصرفية مع الإقرار بحقيقة أنَّ قياس جودة الخدمة المصرفية يختلف تماماً على قياس جودة المنتج، فهناك مجموعة من الأبعاد لقياس جودة الخدمة المصرفية وهي على مستوى عالٍ من القبول.

ثانياً: النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة

1. إنَّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تهتم بمفهوم البشري الذي يمثِّل الدور الأساسي والفعال في صناعة الأهداف الاستراتيجية ورصد وتحليل بيئة العمل الخارجية والإشراف على العمليات الداخلية وقياس الكفاءة والقدرة فضلاً عن دوره المباشر في زيادة الإنتاجية وبالتالي تحقيق الاستعمال الأمثل للموارد البشرية لكسب ميزة تنافسية عالية للمؤسسة ضد المنافسين الآخرين في السوق.
2. إنَّ إدارة المصارف الإسلامية في محافظة كركوك توظِّف رأس المال الهيكلي لزيادة إمكانية المصرف على خلق إبداع تكنولوجي عام مستند إلى المعرفة ولها الإمكانيات على تقديم إبداع ودعم لعددٍ كبيرٍ من الخدمات والسلع التي لها القابلية على التطور في ظلِّ المعرفة، وهي من المصادر الرئيسية في تكوين ميزة تنافسية مستدامة التنافسية على وجه الخصوص والمعرفة على وجه العموم، إذ يتمتَّع بعدة خصائص متمثلة في سرعة الزوال وعدم التجسيد والتزايد بالاستعمال.
3. إنَّ إدارة المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تعمل على تعزيز العلاقات بين المصرف والمحيطين به بهدف تحقيق التميز والتفوق عن طريق التطوير والإبداع مثل الدخول إلى أسواق جديدة وإيجاد منتجات حديثة.
4. إنَّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تهتم برأس المال الفكري كونه من أحد أهم مصادر الثروة ودعائم القوة في المصرف، ولذلك يجب على الإدارة العليا في المصرف أن تُدرِّك كيف استغلال هذه الخصائص الهامة من أجل بناء قاعدة معرفية قوية تستطيع عن طريقها مواجهة المنافسة القوية والبقاء في بيئة الأعمال.

5. إنَّ إدارة المصارف الإسلامية في محافظة كركوك قادرة على تقديم خدمة بشكلٍ يُمكنُ من الإعتماد عليها فضلاً عن تقديمها بدرجة عاليةٍ من الدقة.
6. إنَّ إدارة المصارف الإسلامية في محافظة كركوك قادرة على التعامل الفعَّال مع كلِّ متطلبات الزبائن بسرعة وكفاءة بما يقنع الزبون بأنَّه محل تقديرٍ وإحترام لدى المصرف.
7. إنَّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تمتلك الجوانب المتعلقة بلموسية الخدمة وهي المباني وتقانة المعلومات والاتصالات المستعملة فيه والتسهيلات والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة والمظهر الخارجي للعميلين.
8. إنَّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تعملُ على تلبية توقعات الزبائن المتزايدة عن طريق إدخال الخدمات الجديدة وتعزيز القائم منها.
9. إنَّ المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تهتمُّ بتقديم خدمات متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يمكن في الجودة، التي يحقق لها ميزة تنافسية ينفردُ بها عن بقية المصارف الأخرى إذ تكسبه حصَّةً سوقية تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركَّزت المصارف على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في ظلِّ تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

ثالثاً: نتائج اختبار الفرضيات

1. توصَّلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط إيجابية بين رأس المال الفكري بأبعادها وجودة الخدمة المصرفية بدرجةٍ عالية جداً، وتفسِّرُ تلك النتيجة بأنَّ القيمة الموجبة للارتباط تشير إلى التناسب الطردي للمتغيرات، أي كلما ارتفعت قيمة أبعاد رأس المال الفكري من قبل الموظفين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك كلما أدى إلى تعزيز جودة الخدمات المصرفية لديها.
2. توصَّلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط إيجابية بين رأس المال البشري وجودة الخدمة المصرفية بدرجة إرتباط عالية، وتفسر تلك النتيجة بأنَّ القيمة الموجبة للارتباط تشير إلى التناسب الطردي للمتغيرات، أي كلما ارتفع رأس المال البشري من قبل الموظفين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك كلما أدَّى إلى تعزيز جودة الخدمات المصرفية.

3. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط إيجابية بين رأس المال الهيكلية وجودة الخدمات المصرفية بدرجة إرتباط عالية جداً، وتفسر تلك النتيجة بأن القيمة الموجبة للارتباط تشير إلى التناسب الطردي للمتغيرات، أي كلما ارتفع رأس المال الهيكلية من قبل الموظفين العاملين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك، كلما أدى إلى تعزيز جودة الخدمات المصرفية.

4. توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط إيجابية بين رأس المال الزبائن وجودة الخدمات المصرفية بدرجة إرتباط عالية، وتفسر تلك النتيجة بأن القيمة الموجبة للارتباط تشير إلى التناسب الطردي للمتغيرات، أي كلما ارتفع رأس المال الزبائن من قبل الموظفين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك، كلما أدى إلى تعزيز جودة الخدمات المصرفية.

5. توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي لرأس المال الفكري في جودة الخدمات المصرفية، إذ يمكن أن تعود هذه النتيجة إلى اثار في جودة الخدمات المصرفية لإدارة المصارف الإسلامية ناتج عن زيادة رأس المال الفكري التي تعمل المصارف على توفيرها مما يساهم في تحفيز قدراتها ورغبتها في تحسين مستوى الابداع لديها، وتفسر هذه النتيجة بان المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تعمل على تحسين جودة خدماتها المصرفية باستمرار عن طريق الاعتماد على جوهر مفهوم رأس المال الفكري عن طريق توفير بيئة عمل مناسبة للعاملين ومنحهم الدوافع التي تحفزهم على زيادة رغبتهم في تقديم الأفضل في الأداء.

6. توصلت الدراسة على وجود تأثير إيجابي ومعنوي لرأس المال البشري في جودة الخدمات المصرفية، إذ إن تحسين جودة الخدمات المصرفية مرتبط معنوية برأس المال البشري، وتعد الإستراتيجيات التي تتبعها المصارف ذات أهمية في تقديم أفضل الخدمات للزبون، فكلما كان هناك تبني لرأس المال البشري وفرت فرصة لتحسين جودة الخدمات المصرفية.

7. توصلت الدراسة على وجود تأثير إيجابي ومعنوي لرأس المال الهيكلية في جودة الخدمات المصرفية، وقد يكون السبب في التأثير إلى أن المصارف الإسلامية في محافظة كركوك تنظر لرأس المال الهيكلية على أنه جزءاً مهماً في الاستغلال الأمثل لأموالها نظراً لأن طبيعة العمل في المصارف الإسلامية تحسن جودة الخدمات المصرفية.

8. توصلت الدراسة على وجود تأثير إيجابي ومعنوي لرأس المال الزبائن في جودة الخدمات المصرفية، إذ إن تحسين جودة الخدمات المصرفية مرتبط معنوية برأس المال الزبائن، وتعد الإستراتيجيات التي تتبعها

المصارف ذات أهمية في تقديم أفضل الخدمات للزبون، بحيث كلما كان هناك تبنى لرأس المال الزبائن وفرت فرصة لتحسين جودة الخدمات المصرفية.

المحور الثاني: التوصيات

توافقاً مع الإستنتاجات السابقة تضع الدراسة مجموعة من التوصيات بين أيدي المعنيين في المصارف الإسلامية في محافظة كركوك والباحثين، على أمل أن تجد الإهتمام المناسب والكافي تحقيقاً للهدف المرجو من هذه الدراسة، وتتضمن التوصيات:

1. إنَّ تطبيق النظم الحديثة في تقديم الخدمة لا يكفي بل يجب توفير مجموعة من الخصائص التي تساهم في تمييز خدمات المصارف عن بعضها، وتمثل هذه الخصائص في تطبيق الجودة على هذه النظم، إذ إنَّ التمييز فيها مرهون بجودة الخدمة المقدّمة والتي تقاس بمدخلين رئيسيين وهما المدخل الاتجاعي والذي تعتمد بالأساس على تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة، ومدخل الفجوة الذي يعتمد على أساس الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة، إذ إنَّ الهدف النهائي من جودة الخدمات المصرفية هي إرضاء الزبون واشباع حاجاته.
2. ينبغي وضع مجموعة من العمليات والخطوات والنماذج بهدف دراستها من أجل التحكم أكثر في رأس المال الفكري داخل المصرف عن طريق ما يسمى بإدارة رأس المال الفكري، في ضوء التعمُّق في الدراسة وجدنا طرق وأساليب لتنمية رأس المال الفكري الذي بدوه يملك ادواراً يستطيع عن طريقها الدفاع عن المصرف أو الهجوم الى السوق المنافسة، إضافةً إلى أنَّه توجد العديد من الطرق والنماذج التي تسهم في محاولة قياس والاستثمار والتي تمَّ التطرق إليها وعرضنا أهم ما تتصف به مع محاولة إبراز مدى جدواها مع الواقع.
3. إبراز أهم مؤشرات تطور رأس المال الفكري أثناء الحقب الزمنية، أصبح مصطلح رأس المال الفكري هو ذلك المصطلح الذي يعبر بصورة أساسية عن الأصول المعرفية والأصول غير الملموسة للمؤسسة، ويعكس تأثيرات الخبرات المتراكمة، كما أنَّ هناك مجموعةً من النماذج التحليلية التي تفسر طبيعة مكونات رأس المال الفكري، والتي تشترك في أغلبها حول ثلاثة مكونات رئيسية هي: رأس المال البشري، رأس المال هيكلية، رأس المال الزبوني.

4. يجب على المصارف تبني الإستراتيجيات المتكاملة الضرورية واللازمة لتطوير وتحسين أداء الموارد البشرية العاملة في المصرف سعياً منها للوصول إلى نموذج المصرف الفعّال.
5. الإرتقاء بالعنصر البشري لتحسين جودة الخدمات المصرفية، إذ يُعدُّ العنصر البشري من أهم الركائز للإرتقاء بالأداء المصرفي، فبالرغم من الجهود التي تبذلها المصارفُ في السنوات الأخيرة لتطوير خدماتها المصرفية بالاستفادة من أحدث ما توصلَ إليه العلم في التقنية والمعرفة المصرفية، إلاَّ إنَّ هذه الجهود سوف تظلُّ محدودة النتائج ما لم يوكبها تطور إمكانيات العاملين بالمصارف بما يتضمَّنُ رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف.
6. ضرورة مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي، إذ تُعدُّ التكنولوجيا من أهم عوامل النمو والتطور في القطاع المصرفي فهو يساعد المصارف على تقديم خدمات أسرع وبأقلِّ التكاليف وهذا يدفع المصارف إلى توفير الخدمات الألكترونية المتمثلة في خدمة الصراف الألي وخدمة الهاتف المنزلي، وخدمات عبير الانترنت.. الخ.
7. الإهتمام بمفهوم رأس المال الفكري كونه المحرك الأساسي للتنمية في مختلف القطاعات والمستويات الإدارية والإقتصادية والسياسية إذ إنَّ الأعمال في مختلف القطاعات لا يمكنُ إنجازها بدون وجود العنصر البشري ولهذا صنفوا رأس المال البشري على أنَّه المعرفة والخبرة والمهارة الموجودة لدى العاملين داخل المنظمة ومنها سواء كانوا مبدعين أو أفراد غير مبدعين أي أنَّ لكلَّ منهم مساحة من الخبرة والمعرفة تتناسب مع إمكانياته.

فهرست المصادر والمراجع

أولاً المصادر العربية

- أبو عزوز، إبراهيم علي أبو عزوز. "سياسات التوظيف الإسلامي في تطوير الخدمات المصرفية: دراسة على قطاع الصيرفة الإسلامية بمصرف الجمهورية ليبيا." أطروحة دكتوراة منشورة على الانترنت. جامعة سونان أمبيل الإسلامية الحكومية سورابايا، 2021، ص 93.
- احمد، احمد خضر، "جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة: دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد 2019." *مجلة اقتصاد المال والاعمال (JFBE)*، المجلد (3)، العدد (1)، 2019، ص 343.
- أحمد، منهل مجيد وانتصار عبدالرضا. "التحديات التي تواجه المحاسبين العاملين بالوحدات الصناعية في قياس رأس المال الفكري: استطلاع آراء عينة مختارة من المحاسبين في محافظة نينوى." *مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد (1)، العدد (1)، 2011.
- ادريس، عبد الله عبد الرحيم وثائر فارس عبد الله. "جودة الخدمات المصرفية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لمصرف اشور الدولي للاستثمار من وجهة نظر الزبائن." *مجلة الدنانير*، العدد (17)، 2017.
- إسماعيل، عواطف يونس. "إدارة الجودة الشاملة وأثرها في رأس المال الزبائني: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن شركة نينوى للصناعات الغذائية." *مجلة تنمية الرافدين*، العدد (101)، المجلد (32)، 2010.
- الاعتمادات المستندية، الموقع الإلكتروني لبنك فيصل الإسلامي
<https://www.faisalbank.com.eg/fib/arabic/personal-services/documentary-credits.html>
2021/11/11
- الأمين، فودي مُجّد، العلاقة بين رأس المال الزبائني والميزة التنافسية لمعاملتي الهاتف النقال من منظور عينة من أداري المتعاملين ببلدية المسيلة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة مُجّد بو ضياف: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، 2018.
- الباهي، صلاح الدين مفتاح سعد، اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على بنك الإسلامي الأردني في عمان. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة الشرق الأوسط: كلية الاعمال، 2016.
- البريش، زهرة. دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل - بسكرة، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة مُجّد بوضياف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، 2013.
- بسام، عبد الرحمن يوسف. أثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء التميزي: دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل، أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، 2005.
- بشير، حاوشين. الاستثمار في رأس المال البشري ودوره في تحقيق استراتيجية التميز: دراسة حالة اليابان. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة ام البواقي: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التيسير، 2014.
- بطاينة، منار تيسير وثامر علي النويران، "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الأردنية: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردن." *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة*، المجلد (5)، العدد (2)، 2020.
- بن يحيى واخرون. "حقيقة تسعير الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية: دراسة مقارنة بين السعر المعتمد في البنوك التقليدية والسعر في البنوك الإسلامية." *مجلة البشائر الاقتصادية*، المجلد (6) العدد (2)، 2020.
- بنا أحسن، أمل ونوال بو هاني. الاستثمار في رأس المال البشري ودوره في تحقيق التنمية، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة 8 ماي: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير والعلوم التجارية، 2012، ص 67.

البنك الإسلامي العربي. <https://aib.ps/product-and-services/bankcoreservices/cheques> 2021/11/10

بنك القدس، بوالص التحصيل، <https://www.qudsbank.ps/page/bills-for-collection> ، 2021/11/11 .
بولخوة، ابتسام، "تأثير جودة الخدمات المصرفية على أداء البنوك الإسلامية." رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة العربية بن
مهدي: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، عام 2013، ص 25.

بيت التمويل الكويتي. موقع الكتروني على الانترنت. [https://www.kfh.com/home/Private-](https://www.kfh.com/home/Private-Banking/Financial-Services/Murabaha-Credits.html)
2021/11/11 .[Banking/Financial-Services/Murabaha-Credits.html](https://www.kfh.com/home/Private-Banking/Financial-Services/Murabaha-Credits.html)

بيصار، عبد المطلب. "دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال: دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية
بولاية المسيلة." *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، العدد (17) 2017.

البيصار، عبد المطلب. دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال: دراسة عينة من المؤسسات
الاقتصادية بولاية المسيلة. أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت. جامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير، 2017.

جريجز، ديان جون، الجودة في العمل دليلك الشخصي لتأسيس وتطبيق معايير الجودة الكلية، ترجمة سامي الفردوس وثامر العدلي، سلسلة
افاق للإدارة والاعمال، دار افاق الابداع العلمية، الرياض، 1995.

جميل، عبد الكريم احمد. *التسويق المصرفي*. الأردن: الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015.
حساني، الخنساء. دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة سيدي عقبة -
390- رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2020.

حسين، حسين عجلان. *استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال*. الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
الخلامة، حمد عزات. "رأس المال المعرفي وأثره في أسباب النجاح الاستراتيجي لمنظمات الاعمال: دراسة استكشافية في شركة الاتصالات
الأردنية." *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية*، العدد 19، 2009.

الخالدي، أيمن فتحي. قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في فلسطين، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. الجامعة
الإسلامية في غزة: كلية التجارة، 2006.

خضر، أحمد إبراهيم. اعداد البحوث والرسائل العلمية من الفكرة وحتى الخاتمة. مصر: جامعة الازهر، 2013.
الخصير، عبد الرزاق مولاي وآخرون. إشكالية الاستثمار في رأس المال المعرفي بالمنظمات الاقتصادية. الملتقى الدولي حول إدارة وقياس رأس
المال الفكري في منظمات الأعمال العربية. جامعة البليدة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 03 ديسمبر 2008، ص 10.

الحنفاجي، اسعد غبيش، وصفاء محمد هادي، وعلي غباش محمد. "قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية: بحث استطلاعي في مصرف الوركاء
للاستثمار والتمويل - البصرة." *المجلة العراقية للعلوم الإدارية*، المجلد (8)، العدد (32)، 2012، ص 170.

الخليلة، أشرف حمد رزق. أثر رأس المال الفكري على الأداء المالي في البنوك المدرجة في بورصة عمان، رسالة ماجستير منشورة على
الانترنت. جامعة الشرق الأوسط الأردن: كلية الاعمال، 2020، ص 23.

خميس أفكار سعيد. "نموذج مقترح لإدارة رأس المال الفكري." *مجلة الإدارة التربوية*، العدد (18)، يونيو 2018، ص 338.
در، محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، "مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية"، العدد (9)، 2017، ص 313-316.
الديوه جي، إبي سعيد احمد. "النوعية في الخدمة المصرفية وفق اعتبارات التجارة الالكترونية." *مجلة تنمية الراقدين*، العدد (81) المجلد (28)،
(2006)، ص 11.

الراشدي، حامد هاشم محمد. *إدارة رأس المال الفكري بالمؤسسات التعميمية*. مكة المكرمة: دار طيبة الخضراء للنشر والتوزيع، 2017.

- الرحمن، فيض. "التعامل بالأوراق التجارية في الشريعة الإسلامية". مجلة دراسات الجامعة الإسلامية شيتاغونغ بنغلادش، المجلد (3)، 2006.
- الروسان، محمود علي وعجلوني محمود مُجَّد. أثر رأس المال الفكري في الابداع في المصارف الأردنية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 2، 2010.
- الزبير، مُجَّد، وشوقي جدي، الاستثمار في رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق ميزة تنافسية، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسبية بن بوعلی، الشلف، الجزائر، 14-13 ديسمبر 2011.
- السحاتي، وفاء علي عبد السلام. تمكين العاملين وأثره على جودة الخدمة المصرفية، دراسة ميدانية على عينة من العاملين في الإدارات الرئيسية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة بنغازي. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة بنغازي: كلية الإدارة والاقتصاد، 2019.
- سعد على العنزي واهمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الاعمال، عمان: دار يازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008.
- السعيد، يعرب عدنان وهديل سعدون معراج. "تطوير رأس المال البشري عبر ممارسات ادارته". مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، العدد (101)، المجلد (23)، 2017.
- سليمان، غازي عبد العزيز وآخرون. "دور المعلومات المحاسبية في قياس جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في عدد من المصارف التجارية في محافظة البصر" مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (10)، العدد (32)، 2014.
- سليمان، قيس حمد. إدارة المعرفة وأثرها في الفاعلية التنظيمية على وفق مدخل رأس المال الفكري: دراسة ميدانية في وزارة الكهرباء. أطروحة دكتوراة غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، 2005.
- السماك، بشار عز الدين. دور بعض مكونات رأس المال الفكري في إقامة مركات تقانة الايضاء الواسع: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في عدد من الشركات الصناعية في محافظة نينوى، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة الموصل، 2008.
- الشاعر، سمير. المصارف الإسلامية من الفكرة الى الاجتهاد. بيروت: دار العربية للعلوم ناشرون، ط1، 2011.
- شعبان، مصطفى رجب علي. رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال دراسة حالة. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. الجامعة الإسلامية في غزة: كلية التجارة، 2011.
- شمس الدين، فارس يونس. "أثر مكونات رأس المال الفكري في ابعاد المنظمة المتعلمة: دراسة ميدانية لآراء الملاكات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد جامعة دهوك". مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (17)، العدد (14) / ج 1، 2021.
- شمس الدين، فارس يونس. "أثر مكونات رأس المال الفكري في أبعاد المنظمة المتعلمة دراسة تحليلية لآراء الملكات التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة دهوك". مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية. المجلد (17)، العدد (54)، 2021.
- الشهراني، حسين بن معلومي. الحسابات الجارية حقيقتها- تكيفها، مقال منشور على موقع صيد الفوائد.
2021/11/10 <http://www.saaaid.net/fatwa/sahm/24.htm>
- شوره، مُجَّد سليم. قياس جودة الخدمات الالكترونية باستخدام مدخل الفجوات: دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعمال، 2011.
- صالح، عبد علي. "الفوائد في الاعتمادات المستندية". مجلة العلوم الإسلامية، المجلد(11)، العدد(7)، 2020.
- صبر، علي نصيف واخرون. "دور القيمة الاقتصادية المضاعفة في قياس رأس المال الفكري وأثره في خلق قيمة للمؤسسة دراسة تطبيقية في شركة الاتصالات الأردنية المجلة الاقتصادية الخليجية". مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد 43 ، 2020.
- صبري، علي نصيف واخرون. "دور القيمة الاقتصادية المضاعفة في قياس رأس المال الفكري واثره في خلق قيمة للمؤسسة: دراسة تطبيقية في شركة الاتصالات الأردنية". مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد (43)، آذار 2020.

- الصرن، رعد حسن. *عولمة جودة الخدمة المصرفية*. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2007.
- الصميدعي، مُجدد جاسم، وردينة عثمان يوسف. التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي. عمان: دار المنهج، 2005.
- الطاهر، عمر علي بابكر. "أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب." *المجلة العربية للنشر العلمي*، العدد (14)، 2019.
- الطائي، رفل مؤيد عبد الحميد. دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق قيمة الزبون: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن فرعين من مصرف الشمال للتمويل والاستثمار والرافدين في الموصل. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، 2013.
- طراد، كامل خير الله. "خطابات الضمان واهميتها في عقود المقاولات والتجهيز الحكومية، مجلة كلية التراث الجامعة." العدد (19)، المجلد (1)، 2015.
- طرطار، أحمد، جودة الخدمة المصرفية كألية لتنفيذ الميزة التنافسية في البنوك، مدخل الملتقى الدولي حول الإدارة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، يومي 20-21 ماي، 2011، ص36.
- الطيبار، عبد الله مُجدد. البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق. الرياض: دار الوطن، ط1، 2001.
- عاشور، احمد صقر، إدارة رأس المال المعرفي: إعادة اختراع منظومة الإدارة في القرن الواحد والعشرين. "ورقة بحثية مقدمة في اطار فعاليات مؤتمر الابداع والتجديد في الإدارة العربية في مواجهة تحديات قرن الواحد والعشرون"، القاهرة يومي 6-2 نوفمبر 2019، ص14-15.
- عاشور، هدير خيون. "تأثير الذكاء التنافسي في تعزيز جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج SERVQUAR." *مجلة الإدارة والاقتصاد*، المجلد (10)، العدد (38)، 2021.
- العبادي، هاشم فوزي، "دراسة العلاقة بين رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي بحث استطلاعي لآراء عينة من التدريسيين في جامعة الكوفة." *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية*، المجلد 10، العدد 31، 2014.
- عباس، عالية عصام، "الدور الوسيط لرأس المال البشري لتأثير التوجيه الريادي في إدارة الجودة الشاملة: دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من موظفي الشركة العامة للأنظمة الالكترونية." *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة*، العدد (66)، 2021.
- عبد الحميد، رفل مؤيد. "دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون: دراسة استطلاعية لآراء عدد من الزبائن في مصرف الشمال للتمويل والاستثمار في محافظة نينوى." *مجلة تنمية الرافدين*، العدد (119)، المجلد (37)، 2018.
- عبد الرحمن، امير صالح واخرون. "تأثير رأس المال البشري على أداء التدقيق الداخلي." *مجلة الإدارة والاقتصاد*، المجلد (10)، العدد (38)، 2021، ص199.
- عبد الغني، بو شمال، زرزار العياشي. "أثر رأس المال الهيكلي على الأداء الوظيفي: دراسة ميدانية بالمديرية الجهوية الصناعية سوناطراك-سكيكدة." *مجلة التنظيم ولعمل*، مجلد (6)، العدد (4)، ديسمبر 2017.
- عبد القادر، بريس. "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك." *مجلة شمال افريقيا*، العدد (3)، 2005.
- عبد الله، أمنة مؤيد وغصون تلفان مدلول، "تحليل وقياس اثر جودة الخدمات المصرفية الخاصة على زيادة القدرة التنافسية." *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية (HNSJ)*، العدد (11)، المجلد (2)، 2021، رابط النشر <https://www.hnjournal.net/2-11-29>
- عبد الوهاب، حيدر سامي واحمد رعد ناظم. "إثر جودة الخدمة على مستوى طلب الخدمة الجامعية بحث تطبيقي في كلية دجلة الجامعة الاهلية." *مجلة دراسات محاسبية ومالية*، المجلد (12)، العدد (40)، ف (3)، 2017، ص284.
- عبدو، عيشوش. تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية: دراسة حالة. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة الحاج لخضر باتنة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، 2009.

عبيد، مروان شاكور وعلي رحمن حسين. "تحليل مؤشر رأس المال البشري في النمو الاقتصادي العراقي للمدة 2004-2017". *مجلة الكوت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد (12)، العدد 36، 2020.

العثمان، محمد نادر ومحمد علي سليم ماوردي. "فجوة التوقع والادراك لجودة الخدمة المصرفية الإسلامية: دراسة ميدانية لعملاء البنوك الإسلامية في محافظة اللاذقية" *مجلة الجنان*، المجلد (11)، العدد (11)، 2020.

العجاردة، تيسير. "التسويق المصرفي". الأردن. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2005.

عربناك، المرجع في كل ما يهم الصيرفة الإسلامية، موقع على شبكة الانترنت، <https://www.arabnak.com> 2021/11/10

عطية، أفكار سعيد خميس. "انموذج مقترح لادارة رأس المال الفكري في مؤسسات التعليم العالي ومتطلبات تطبيقه". *مجلة الإدارة التربوية*، العدد (18)، 2018، ص264.

عطية، حسن علي. *الجودة الشاملة والمنهج*. دار المنهج: عمان، عام 2007.

عطية، لطيف عبد الرضا. "رأس المال الفكري وإدارة المعرفة العلاقة والاثار: دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء المصارف الحكومية في محافظة الديوانية". *مجلة العلوم الادارية والاقتصادية*، المجلد (10)، العدد (3)، 2008.

علون، سهام محمد. "القيمة المضافة مدخل لقياس رأس المال الفكري". *مجلة الإدارة التربوية*، العدد 19، 2018.

علي، أكرم عبد الله علي. "رأس المال الفكري وأثره على أداء العاملين: دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الأقسام في جامعة الموصل". *مجلة تنمية الرافدين*، العدد (89)، المجلد (32)، 2010.

علي، خير الدين محمد. "دور ابعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا الزبون: دراسة تحليلية ميدانية للمصارف الإسلامية في محافظة نينوى". *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد (7)، العدد (23)، 2011.

علوي، هدى امين. "دور سلوكيات المواطنة التنظيمية في ابعاد جودة الخدمات المصرفية: دراسة استطلاعية في مصرف الرشيد والرافدين". *مجلة مركز دراسات الكوفة*، المجلد (1)، العدد (56)، 2020.

عماري، أحمد. *التسويق في المؤسسات المصرفية الجزائرية*. الجزائر: الملتقى المنظومة الاقتصادية التحولات المصرفية، 2008. ص31.

عمان، احمد. دور التسويق المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية للبنوك التجارية: دراسة حالة مصرف الخليج الجزائر. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت، جامعة الشهيد حمه الخضر بالوادي: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، 2015، ص55.

عمر، نسرين عياشي. دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك: دراسة حالة وكالتي بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادي. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة محمد خيضر بسكرة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، 2014.

العباطي، جهيد ومحمد بن عزة. "تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية: تحليل احصائي حديث لواقع وافاق تطور الصيرفة الالكترونية في الجزائر". *مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية*، العدد(2)، المجلد(3)، 2017.

العبد، لعمارة وجلال عبد الكريم. دور رأس المال الهيكلي في تحسين أداء العاملين: دراسة ميدانية بمديرية الإدارة المحلية لولاية المسيلة. رسالة الماجستير غير منشورة جامعة محمد بوضياف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، 2019.

غالي، بتول عبد علي. دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية: دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية". *مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية*، المجلد (7)، العدد (4)، 2017.

غيث، رائد أبو مؤنس. "ماهية الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية: أبعادها، وعناصرها، وخصائصها- دراسة تحليلية". *المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية*، المجلد (16)، العدد (1)، 2020.

الكراسنة، إبراهيم. البنوك الإسلامية: الإطار المفاهيمي والتحديات، أبو ظبي- الامارات العربية المتحدة، صندوق النقد العربي، معهد الدراسات الاقتصادية، رقم 24، 2013، ص6.

لويزة، فرحاتي . دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة- باتنة. أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت. جامعة محمد خضير- بسكرة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2016.

مجول، هدى قحطان. "اختيار أنسب قنوات تسويق النفط العراقي باعتماد أبعاد رأس المال الفكري: دراسة تحليلية لآراء عينة مختارة في شركة نفط الشمال." مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (16)، العدد (2/52)، 2020.

محمد، اسعد منشد. "إثر القياس والافصاح عن رأس المال الفكري على مستخدمي القوائم المالية." مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (3)، العدد (7)، 2017، ص 23.

المحمودي، فاضل محمد إبراهيم. التسويق المصرفي. صنعاء: مركز جامعة العلوم والتكنولوجيا، ط1، 2014.

المختار، جمال عبد الله مخلف. "دور رأس المال الفكري في تحقيق النجاح الاستراتيجي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في المدارس الاهلية في محافظة نينوى." مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (15)، العدد (45)، 2019.

مراد، محبوب. استخدام استراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة بسكرة. أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت: جامعة محمد خضير- بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، 2014.

مرزق، محسن. تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل: دراسة حالة مصرفة التنمية المحلية BDL وكالة جيبل 363، رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة جيبل: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2014.

المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح. الإدارة الاستراتيجية في البنوك الإسلامية. جدة: البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2004.

المفرجي، عادل حرفوش وصالح احمد علي. رأس المال الفكري طرق قياسه واساليب المحافظة عليه. مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003.

الموقع الالكتروني الرسمي للمصرف الإسلامي للاستثمار والتنمية،
<https://www.iraqiislamicb.iq/%d9%86%d8%a8%d8%b0%d8%a9-%d8%b9%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b5%d8%b1%d9%81.html>. 2021/11/11.

الموقع الالكتروني الرسمي لمصرف العربية الإسلامي،
<https://ab.iq/ar/page/%D8%B9%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%81>. 2021/11/11.

الموقع الالكتروني الرسمي لمصرف جيهان للاستثمار والتنمية الاسلامي،
<https://www.cihanbank.com.iq/%d8%b9%d9%8e%d9%86%d8%a7>. 2021/11/11.

ناهض، أثار، "تأثير إدارة الجودة الشاملة في تسويق الخدمة المصرفية في عينة من المصارف الخاصة العاملة في العراق." مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، " العدد (65)، 2021، ص 78.

النجار، شهناز فتح الله احمد. رأس المال الفكري وأثره في التغيير التنظيمي دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الإدارة والاقتصاد: جامعة المستنصرية، 2006.

نجم، عبود نجم. إدارة اللامموسات: إدارة ما لا يقاس. عمان: دار اليازوري العلمية، 2010.

النعمة، معتصم هود محمد صالح. دور رأس المال الفكري في إمكانية إقامة مرتكزات التصنيع الرشيق: دراسة في عينة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الأداة والاقتصاد، 2006.

الهمل عبد الرحيم ناجي علي. تسويق الخدمات المصرفية ودورها في جلب الزبون الى المصارف الإسلامية: دراسة حالة على مصرف مانديري الإسلامي ملانج- اندونيسيا. أطروحة دكتوراه منشورة على الانترنت. جامعة سونان امبيل الإسلامية الحكومية، 2019.

هناوي، وائل نورس. دور الكفالات المصرفية في عملية المبادلات التجارية الخارجية وتنفيذ المشاريع الاقتصادية: دراسة تطبيقية في المصارف التجارية السورية. رسالة ماجستير منشورة على الانترنت. جامعة دمشق: كلية الاقتصاد، 2016.

وهيبة، ليازيد. "جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبون: دراسة ميدانية في بعض الفنادق بمدينة وهران." *مجلة المنصور*، العدد (23)، 2015.

يوسف، بسام عبد الرحمن. اثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء التميزي: دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل، أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، 2005.

اليونس، صباح أنور يعقوب. دور رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة وأثرهما في أداء العمليات في الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة في محافظة الموصل. أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد ، 2008.

ثانياً: المصادر الأجنبية

- Abednego Feehi Okoe, Judith Serwa Adjei & Aihie Osarenkhoe. "Service Quality in the Banking Sector in Ghana." *International Journal of Marketing Studies*; Vol., No. 2. (2013).
- Alcaniz, L., Bezares, F. G., & Roslender, R. "Theoretical perspectives on intellectual capital: A backward look and a proposal foregoing forward." Article in press. *Accounting Forum*, (2011).
- Alegre Juan Carlos Mayo, néstor Alberto Loredó Carballo, Luis Carlos Fernández Cobas, Eriberto Bauzá Vázquez, The service quality assessment in the banking services context." *Journal of Management*, Pages: 58-70 / Vol: 36 / Issue: 68. (2020).
- Al-Nady Bahaa, Anber Shlash, Main Naser Alolayyan, Sulieman Alhawary. "Banking service quality provided by commercial banks and customer satisfaction. A structural equation modelling approaches." *International Journal of Productivity and Quality Management* 24(4), (2018), p:543.
- Alwadi, M. H. & Mohamed Samhan, H. "The extent of total quality management in Jordanian banks." *Arab Journal of Economic and Administrative Sciences*, (3), 2009.
- Andriessen, D. "Designing and Testing an OD Intervention: Reporting Intellectual Capital to Develop Organizations." *Journal of Applied Behavioral Science*, 43, (2017).

- Andriessen, D. *Making Sense of Intellectual Capital: Designing a Method for the Valuation of Intangibles*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, MA, (2014).
- Asare Nicholas, Margaret Momo Laryea, Joseph Mensah Onumah, Michael Effah Asamoah. "Intellectual capital and asset quality in an emerging banking market." *Asian Journal of Accounting Research*, (2021).
- Asonitis, S., & Kostagiolas, P. A. An analytic hierarchy approach for intellectual capital: Evidence for the Greek central public libraries. *Library Management*, 31(3), (2013).
- Baker, R. J. *Mind Over Matter: why intellectual capital is the chief source of wealth*, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey, (2018).
- Bartholomew, D. *Building on Knowledge: Developing Expertise, Creativity and Intellectual Capital in the Construction Professions*, Wiley-Blackwell, Singapore. (2018).
- Beattie, V., & Thomson, S. J. Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum*, 31, (2017).
- Behaylu Robel Hilegiyorgis & Gizaw Garedew Aweke. "Intellectual Capital and Its Effect on Service Quality of Commercial Bank of Ethiopia: Evidence from SNNPR District." *Research Journal of Finance and Accounting* www.iiste.org, Vol.11, No.3. (2020).
- Bontis, N. "Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital." *International Journal of Management Reviews*, 3(1), (2011).
- Bontis, N. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models, *Management Decision*, 36(2), (2009).
- Bukh, P.N., Larsen, H.T., & Mouritsen, J. "Constructing intellectual capital statements." *Scandinavian Journal of Management*, 17, (2011).
- Burr, R., & Girardi, A. "Intellectual capital: More than the interaction of competence x commitment." *Australian Journal of Management*, 27, (2012).
- Cabrilo, S., Uzelac, Z., & Cosic, I. Researching indicators of organizational intellectual capital in Serbia. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), (2019).

- Chang, L., & Birkett, B. “Managing intellectual capital in a professional service firm: exploring the creativity–productivity paradox.” *Management Accounting Research*, 15, (2014), 7–31.
- Chen, S. Y. Identifying and prioritizing critical intellectual capital for e-learning companies. *European Business Review*, 21(5), (2018).
- Chu, P. Y., Lin, Y. L., Hsiung, H. H., & Liu, T. Y. Intellectual capital: An empirical study of ITRI. *Technological Forecasting & Social Change*, 73, (2016).
- Dimitrios Maditinos, Dimitrios Chatzoudes, Charalampos Tsairidis, Georgios Theriou, “The impact of intellectual capital on firms' market value and financial performance.” *Journal of Intellectual Capital*, (2017).
- Doong, S. C., Fung, H. G., & Wu, J. Y. “Are social, financial, and human capital value enhancing? Evidence from Taiwanese firms.” *International Review of Economics and Finance*, 20(3), (2011).
- Duho, K.C.T. & Onumah, J.M. The Determinants of Intellectual Capital Performance of Banks in Ghana: An Empirical Approach. International Research Conference of the College of Humanities 1-2 November 2018, Accra, Ghana. University of Ghana, (2018).
- Edvinsson & Malone M. intellectual capital : realizing your companys true vale by finding its hidden brainpower, harper Busiess.newyork, 1997.
- Edvinsson, L, and sullivan, “Developing A model from Managing Intellectual Capital.” *European management Journal*, VOL(14) ‘No(4),1996.
- El-Bannany Magdi, A study of determinants of intellectual capital performance in banks: The UK case,” *Journal of Intellectual Capital* 9(3), (2018).
- Gavious, I., & Russ, M, The valuation implications of human capital in transactions on and outside the exchange. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 25, (2019).
- Guerrero, I, how do firms measure their intellectual capital? Defining an empirical model based on firm practices.” *International Journal of Management & Decision Making*, 4(2-3), (2013).
- Guthrie, J., & Petty, R. “Intellectual capital: Australian annual reporting practices.” *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), (2010).

- Han, D., & Han, I. Prioritization and selection of intellectual capital measurement indicators using analytic hierarchy process for the mobile telecommunications industry. *Expert Systems with applications*, 26, (2016).
- Holton, E. F. & Yamkovenko, B. Strategic intellectual capital development: A defining paradigm for HRD?, *Human Resource Development Review*, 7(3), (2008).
- Hsu, Y. H., & Fang, W. Intellectual capital and new product development performance: The mediating role of organizational learning capability. *Technological Forecasting & Social Change*, 76, (2019).
- Joia, L. A., *Strategies for Information Technology and Intellectual Capital: Challenges and Opportunities*, Information science reference, Hershey, PA, (2017).
- Kamath G. Bharathi, "The Intellectual Capital Performance of Banking Sector in Pakistan", *Pak. J. Commer. Soc. Sci.* 2010 Vol. 4 (1), (2010).
- Kaya, Funda Bahar, Sahin, Gonca Guzel, "Intellectual capital in organizations. Problems and Perspectives in Management." *JOURNAL Problems and Perspectives in Management*, 2010, P154.
- Khan, Mubbsher Munawar; Fasih, Mariam, Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, ISSN 2309-8619, Johar Education Society, Pakistan (JESPK), Lahore, Vol. 8, Iss. 2, (2014).
- Khasawneh, S. "Human capital Planning in higher Education Institutions," *International Journal of Educational Management*, Vol. (25), No. (6) 2011.
- Kim, D. Y., & Kumar, V. "A framework for prioritization of intellectual capital indicators in R&D." *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), (2018).
- Kim, D. Y., & Kumar, V. "A framework for prioritization of intellectual capital indicators in R & D." *Journal of Intellectual Capital*, 10(2), (2017).
- Kim, T. , Yoo, J. J. E., & Lee, G. "The HOINCAP scale: measuring intellectual capital in the hotel industry." *The Service Industries Journal*, First published on: 28 September 2010 (iFirst).
- Kitts, B., Edvinsson, L., & Beding, T. Intellectual capital: from intangible assets to fitness landscapes. *Expert Systems with Applications*, 20, (2011).
- Lee, S. H. Using fuzzy AHP to develop intellectual capital evaluation model for assessing their performance contribution in a university. *Expert Systems with Applications* 37, (2016).

- Lu, W. M., Wang, W. K., Tung, W. T., & Lin, F. Capability and efficiency of intellectual capital: The case of fabless companies in Taiwan. *Expert Systems with Applications*, 37, (2010).
- Luo, X. R., Koput, K. W., & Powell, W. W. Intellectual capital or signal? The effects of scientists on alliance formation in knowledge-intensive industries. *Research Policy*, 38, (2009).
- Lytras, M. D., & Pablos, P. O. *Knowledge Ecology in Global Business: Managing Intellectual Capital*. Information science reference, Hershey, PA, (2019).
- Manzari Mahdi, Mostafa Kazemi, Shamsoddin Nazemi and Alireza Pooya, Intellectual capital: Concepts, components and indicators: A literature review, *Management Science Letters* 2, Management Science Letters, 2012.
- Martin, W. J. "Approaches to the measurement of the impact of knowledge management programmes." *Journal of Information Science*, 26(21),(2007).
- Martinez-Torres, M.R. A procedure to design a structural and measurement model of intellectual capital: An exploratory study. *Information & Management*, 43, (2016).
- Meca, E. G., & Martinez, I. "The use of intellectual capital information in investment decisions: An empirical study using analyst reports." *The International Journal of Accounting*, 42, (2017).
- Montequín, V. R., Fernández, F. O., Cabal, V. A., & Gutierrez, N. R. "An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises." *Journal of Information Science*, 32(6),(2016).
- Mouritsen, J., Larsen, H.T., & Bukh, P.N.D. Intellectual capital and the 'capable firm': narrating, visualising and numbering for managing knowledge. *Accounting, Organizations and Society*, 26, (2011).
- Ortiz, M. M. A. "Analysis and valuation of intellectual capital according to its context." *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), (2009).
- Pedriani, M., "Human Capital Convergences in Intellectual Capital and Sustainability Reports." *Journal of Intellectual Capital*, Vol. (8), No. (2).
- Peng, T. J. A., Pike, S., & Roos, G. "Intellectual capital and performance indicators: Taiwanese healthcare sector." *Journal of Intellectual Capital*, 8(3), (2017).

- Peppard, J., & Rylander, A. "Using an Intellectual Capital Perspective to Design and Implement a Growth Strategy: The Case of APiON." *European Management Journal*, 19(5), (2014).
- Rehman Wasim ul, Suleyman Degirmen & Fareeha Waseem. "Propensity for and Quality of Intellectual Capital Divulgence Across the BRICS Banking Sector: A Knowledge-Based Perspective from Emerging Economies." *Journal of the Knowledge Economy*, (2021).
- Saleem Syed Shahzeb & Adil Mohammad. "Measuring Internet Banking Service Quality in India: An Empirical Study." *The Lahore Journal of Business* 3: 1, (2014).
- Stewart T. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, Double Day Currency, New York, (1997).
- Tatiana Andreeva & Tatiana Garanina, Do all elements of intellectual capital matter for organizational performance? Evidence from Russian context." *Journal of Intellectual Capital*, (2019).
- Vincent, L. Differentiating Competence, Capability and Capacity. *Innovating Perspectives*, Vol. (16), No. (3), 2008.

قائمة الجداول

- 48 جدول رقم (1) يبين مكونات رأس المال الفكري وحسب التسلسل الزمني
- 53 جدول رقم (2) اراء الباحثين حول مكونات رأس المال البشري
- 90 الجدول رقم (3) صفات مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية
- 110 الجدولة رقم (4) ابعاد جودة الخدمة المصرفية الاسلامية
- 124 الجدول رقم (5) التوزيع التكراري والنسب المنوية لخصائص افراد العينة
- 126 جدول (6) ترميز مقياس الدراسة
- 127 جدول (7) معدل الاستجابة
- 127 جدول (8) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي
- 128 جدول (9) اختبار التعدد الخطي للأبعاد راس المال الفكري
- 129 جدول (10) نتائج التناسق بين مكونات للمقياس
- 132 جدول (11) التناسق الداخلي للمقياس (التجزئة النصفية)
- 133 جدول (12) يبين اختبار KMO و Bartlett's لأبعاد البحث
- 135 جدول رقم (13) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال البشري
- 137 جدول رقم (14) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال الهيكلية
- 139 جدول رقم (15) نتائج آراء أفراد العينة حول رأس المال الزبائن
- 140 جدول رقم (16) نتائج آراء أفراد العينة حول مجال رأس المال الفكري
- 142 جدول رقم (17) نتائج آراء أفراد العينة حول الاعتمادية
- 143 جدول رقم (18) نتائج آراء أفراد العينة حول الاستجابة
- 144 **جدول رقم (19) نتائج آراء أفراد العينة حول الملموسية**
- 146 جدول رقم (20) نتائج آراء أفراد العينة حول التعاطف
- 147 جدول رقم (21) نتائج آراء أفراد العينة حول الضمان (الأمان والثقة)
- 148 جدول رقم (22) نتائج آراء أفراد العينة حول مجال جودة الخدمات المصرفية
- 149 الجدول (23) نتائج علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة
- 151 **الجدول (24) نتائج علاقة الارتباط بين أبعاد رأس المال الفكري وجودة الخدمات المصرفية**
- 152 جدول رقم (25) تحليل العلاقة التأثيرية لمتغيرات الدراسة
- 153 الجدول (26) تأثير رأس المال البشري في جودة الخدمات المصرفية
- 154 **الجدول (27) تأثير رأس المال الهيكلية في جودة الخدمات المصرفية**
- 155 الجدول (28) تأثير رأس المال الزبائن في جودة الخدمات المصرفية

قائمة الاشكال

23	الشكل (1) انموذج الدراسة
75	الشكل (2) تنمية رأس المال الفكري
77	الشكل (3) أدوار رأس المال الفكري في المؤسسة
79	الشكل (4) نموذج منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)
85	الشكل (5) نموذج قياس رأس المال الفكري لشركة (Skaindna) السويدية
97	الشكل (6) دورة حياة الخدمة المصرفية
103	الشكل (7) مراحل تطوير الخدمة المصرفية
111	الشكل (8) أنواع لخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية
115	الشكل (9) مفهوم الخدمة ببعديه النفعي والسماطي
117	الشكل (10) يوضح مفهوم جودة الخدمات المصرفية
128	الشكل (11) نموذج الفجوة (SERVQUAL)

الملحقات

ملحق رقم (1)

الاستبيان	
يرتبط نموذج الاستبيان هذا برسالة الماجستير بعنوان " أثر رأس المال الفكري في تعزيز جودة الخدمات مصرفية الإسلامية في محافظة كركوك: دراسة حالة " التي يقوم بها الطالب "يحيى عبد الكريم رضا" في كلية الدراسات العليا قسم العلوم المالية والمصرفية بجامعة كرابوك في جمهورية تركيا. وتم إعداد هذا البحث لأغراض أكاديمية بحثية وستبقى الإجابات سرية. مع التقدير..	
Prof. Dr. Saim KAYADİBİ Tez Danışmanı Saimkayadibi@karabuk.edu.tr	Yahya Abdulkareem RIDHA Yüksek Lisans Öğrencisi Yahya89arafa@gmail.com
المشرف: أ.د. البروفيسور. صائم قاياديبي Saimkayadibi@karabuk.edu.tr 00905346029229	الباحث: يحيى عبد الكريم رضا القصاب Yahya89arafa@gmail.com 009647705975550

شاكرين لكم حسن استجابتكم وتعاونكم معن

اعداد الباحث

أولاً: المعلومات الشخصية:

➤ الرجاء وضع إشارة (√) أمام البديل المناسب من العبارات التالية:

1. العمر:

أقل من 30 سنة 30 إلى 40 سنة 40 إلى 50 سنة 50 سنة - فاكتر

2. الجنس:

ذكر انثى

3. المؤهل العلمي:

دبلوم بكالوريوس ماجستير دكتورة

4. سنوات الخبرة:

أقل من 5 سنوات من 5-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

5. مجال الوظيفة الحالي:

مدير رئيس قسم محاسب إداري موظف استقبال

يرجى الإجابة على البيانات التالية من خلال النظر في البنك المفضل لديك
1- ارفض بشدة . 2- غير موافق . 3- بلا قرار . 4- أوافق . 5- أوافق بشدة

أوافق بشدة	أوافق	بلا قرار	متوسط موافق	لا أوافق بشدة	القسم الأول: راس المال الفكري	1
					المحور الأول: راس المال البشري	
					يمتلك الموظف في المصرف مهارات عالية متميزة ومبدعة.	1
					يمتلك الموظفين المعرفة التامة والمحدثة باستمرار عن الخدمات التي يقدمها المصرف.	2
					يمتلك الموظفين خبرة عالية في مجال أعمالهم المخصصة لهم.	3
					يوجد رضا لموظفي المصرف بطريقة إدارة الشركة وادائها وحوافزها لهم وطريقة استماعها وحلها لمشاكلهم.	4
					تشجع الإدارة موظفيها بالمشاركة في مؤتمرات ولقاءات على المستوى العربي والدولي.	5
					يعتبر عدد موظفين المصرف ملائم مع حجم أعباء المصرف.	6
					يتناسب عدد المدراء في المصرف مع حجم الموظفين وابعائهم.	7
					يحرص الموظفون على تنويع وتطوير مهاراتهم بشكل شخصي.	8
					يتم شغل المناصب في المصرف بناء على القدرات الذهنية والقدرة على حل المشكلات.	9
					يعتبر متوسط سنوات الخدمة للموظف في المصرف مقبولة.	10

لا أو أوافق بشدة	غير موافق	بلا قرار	أوافق	أوافق بشدة	القسم الأول: رأس المال الفكري
					المحور الثاني: رأس المال الهيكلي
					1 يتوفر لدى المصرف هيكلية واضحة تتناسب مع احتياجاتها.
					2 يعمل المصرف على تحديث وتطوير نظم المعلومات وقواعد البيانات بصفة مستمرة.
					3 تعمل إدارة المصرف على توفير كافة البيانات والمعلومات التي تساعد على انجاز العمل.
					4 تضع إدارة المصرف خطة عمل وتنفذها خلال العمل.
					5 يمتلك المصرف نظام معلومات محوسب يتسم بالدقة ويواكب التطور التكنولوجي.
					6 يحدد المصرف سياساته في مجالات العمل المختلفة بما يعزز قدرتها التنافسية.
					7 توجد مستويات إدارية واضحة ومحددة في الهيكل التنظيمي للمصرف من خلال وضع المصرف سياسات تجمع بين المستويات الإدارية.
					8 يوجد تواصل مستمر بين الموظفين على جميع المستويات بما فيها الإدارة العليا وباقي الأقسام في المصرف.

لا أو أوافق بشدة	غير موافق	بلا قرار	أوافق	أوافق بشدة	القسم الأول: رأس المال الفكري
					المحور الثالث: رأس المال الزبائني
					1 تغطي مراكز تقديم الخدمات التابعة للمصرف جميع المحافظات.
					2 يقوم المصرف بدراسة استطلاعية مستمرة للتعرف على احتياجات العملاء.
					3 يستخدم المصرف أنظمة معلومات حديثة لخدمة العملاء.
					4 يمنح المصرف عملائه الدائمين مزايا إضافية تميزهم عن عملائها العاديين.
					5 يهتم المصرف بتطوير العلاقات مع الموردين والتجار.
					6 يتواصل المصرف عبر الرسائل القصيرة ومواقع التواصل الاجتماعي.
					7 يساهم قسم العلاقات العامة في المصرف على تعزيز وتطوير العلاقات مع الآخرين.
					8 يمتلك المصرف فروع في مواقع سهل الوصول إليها من قبل العملاء.
					9 يحرص المصرف على مراعاة الظروف الاقتصادية للمجتمع عند تقديم خدماته.
					10 ينفذ المصرف فعاليات مشتركة مع الجمهور لتوطيد العلاقات.
					11 يقوم المصرف بمسح دوري للبيئة التنافسية للتعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف الأخرى.

القسم الثاني: جودة الخدمات المصرفية					
المحور الاول: الاعتمادية					
لا أو اقل بشدة	غير موافق	بلا قرار	أو اقل	أو اقل بشدة	
					1 يلتزم المصرف بتنفيذ الاعمال في الأوقات المحدد.
					2 يهتم المصرف بحل المشكلات التي تواجه الزبائن.
					3 يقدم المصرف الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها.
					4 يوفر المصرف سبل حماية للأموال من خلال الدخول في مشاريع استثمارية ناجحة.
					5 الموظف على دراية بعمله وقادر على الإجابة عن كافة الاستفسارات.
					6 الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات ورضائهم.

القسم الثاني: جودة الخدمات المصرفية					
المحور الثاني: الضمان					
لا أو اقل بشدة	غير موافق	بلا قرار	أو اقل	أو اقل بشدة	
					1 يتعامل المصرف مع المعلومات الخاصة بالعملاء بسرية تامة.
					2 يتصف العاملون في المصرف باللطف وحسن المعاملة
					3 اشعر بالاطمئنان عند التعامل مع موظفي المصرف.
					4 يوفر المصرف لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع المصرف.
					5 يبلغ المصرف زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف.

لا أو اوافق بشدة	غير موافق	بلا قرار	أوافق	أوافق بشدة	القسم الثاني: جودة الخدمات المصرفية	
					المحور الثالث: الملموسية (المادية)	
					1	مبنى المصرف جذاب ويحتوي على كل وسائل الراحة.
					2	يتميز العاملون بحسن المظهر واناقة الملابس.
					3	يتوافر لدى المصرف معدات تسير التكنولوجيا الحديثة.
					4	يمكن السحب والايذاع من أي فرع من فروع المصرف.
					5	يوجد للبنك مطبوعات ومنشورات توضح آلية الحصول على الخدمة

لا أو اوافق بشدة	غير موافق	بلا قرار	أوافق	أوافق بشدة	القسم الثاني: جودة الخدمات المصرفية	
					المحور الرابع: سرعة الاستجابة	
					1	يستجيب مدير المصرف/ الفرع لمقابلة العملاء.
					2	يقوم المصرف بإضافة خدمات مصرفية جديدة للسوق كل فترة استجابة لحاجة العملاء.
					3	تخضع عمليات تقديم الخدمات المصرفية الى ضبط وتحسين مستمرين.
					4	يحدد المصرف وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن.
					5	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري.
					6	موظفو المصرف مستعدون دائما لمساعدة الزبائن.

القسم الثاني: جودة الخدمات المصرفية					
المحور الخامس: الاهتمام او التعاطف					
لا أو اقل بشدة	غير موافق	بلا قرار	أو اقل	أو اقل بشدة	
					1 يوفر المصرف ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن.
					2 يضع البنك مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته.
					3 يعرف العاملون في المصرف احتياجات الزبائن ويسعون الى تحقيقها
					4 يستطيع العملاء سحب ارصدهم متى شاءوا دون قيود وشروط.
					5 يتفهم المصرف وضع الزبائن في حالة مرورهم بظروف صعبة.
					6 يُشرك المصرف زبائنه في مشاريعه الاقتصادية ويمنحهم نسبة أرباح مرضية.
					7 يمنح المصرف القروض والتسهيلات للزبائن بعمولات مناسبة مقارنة بالمصارف الأخرى.

الامور الأخرى التي تريد الإشارة إليها (يرجى التحديد).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ÖZGEÇMİŞ

Yahya Abdulkareem Rıdha QASSAP 1989 yılında Irak'ın Kerkük şehrinde doğdu. 2016-2017 akademik yılında Kerkük Al-Kitab Üniversitesi Finans ve Satınalma Fakültesi Bankacılık ve Finans Bölümü'nden mezun oldu ve Yüksek Lisansını ise Türkiye Cumhuriyeti Karabük Üniversitesi'nde 2021-2022 Bahar döneminde tamamladı.

السيرة الذاتية

یحیی عبد الکریم رضا القصاب: موالید 1989 من العراق، محافظة کربک، تخرجت من جامعة الکتاب فی کربک، كلية العلوم المالية والادارية، قسم العلوم المالية والمصرفية فی سنة 2016-2017، واکملت دراسة الماجستير فی جمهورية تركيا، جامعة کربوک فی الفصل الربيعي للعام الدراسي 2021 - 2022.