



## راس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بحث استطلاعي لعينة من زبائن مصرف بغداد التجاري

م. مصطفى سلام عبد الرضا  
جامعة الفرات الأوسط التقنية - المعهد التقني المسيب

### المستخلص

هدف هذا البحث بشكل اساسي الى إيضاح دور واهمية راس المال الفكري بمحاوره الثلاث كفكرة يمكن تطبيقها في التعامل المصرفي ومدى اعتماد المصارف على الافراد المتعلمين في تقديم الخدمة المصرفية بالشكل الذي يحقق لها الوصول الى خدمات ذات جودة عالية ومميزة، اذ اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب المختلفة لراس المال الفكري وجودة الخدمة المصرفية واختبار فرضية البحث من خلال عمل استبانة من ٢٤ فقرة وقد تم تحليلها على وفق البرنامج الاحصائي (spss) فضلا عن قياس صدق وثبات الاستبانة من خلال اختبار درجة المصادقية بمعامل الفا كرونباخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصادقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، اذ تكمن مشكلة البحث في بيان تأثير راس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، والتي على أساسها تم قبول الفرضية البديلة وقد توصل البحث الى نتيجة ان هناك دور مهم وواضح لراس المال الفكري في الوصول الى خدمات مصرفية ذات جودة عالية، كما توصل البحث الى جملة من التوصيات أهمها ان توظيف الافراد من ذوي المهارات الإمكانات العلمية في تقديم الخدمات المصرفية يساهم بشكل كبير في تحقيق خدمات مصرفية ذات جودة عالية. الكلمات الافتتاحية/ راس المال الفكري، ابعاد راس المال الفكري، جودة الخدمة المصرفية، ابعاد جودة الخدمة

### Abstract

The main objective of this research to clarify the role and importance of intellectual capital in its three axes as an idea that can be applied in banking dealings and the extent to which banks depend on educated individuals in providing banking service in a way that achieves access to high quality and distinctive services, as the research relied on the descriptive analytical approach in studying aspects The different types of intellectual capital and the quality of banking service and testing the research hypothesis through the work of a questionnaire of 24 items and it was analyzed according to the statistical program (spss), as well as measuring the validity and reliability of the questionnaire through testing the degree of credibility with the Alpha Cronbach coefficient for the purpose of testing and measuring the degree of credibility (reliability) In the responses received from the questions of the questionnaire, as the research problem lies in explaining the role of intellectual capital in enhancing the quality of banking service, on the basis of which the alternative hypothesis was accepted. The research concluded that there is an important and clear role for intellectual capital in reaching high-quality banking services. The research also reached a number of recommendations, the most important of which is that employing individuals with skills and scientific capabilities in providing banking services contributes significantly to achieving bank services high quality

**Key word:** intellectual capital, dimensions intellectual capital, Quality of banking service

**المقدمة**

تسعى المصارف الى مواجهة حالة التنافس بين المؤسسات المصرفية من خلال زيادة الاهتمام بتقديم الخدمات المصرفية التي تلبي حاجة ورغبات المتعاملين معها بما يتلاءم وحاجة التطور الحاصل في الساحة المصرفية فضلا عن زيادة رغبة هذه المؤسسات في تقديم خدمات مصرفية تمتاز بجودة عالية لأجل المحافظة على زبائنها من جهة وكسب متعاملين جدد من جهة أخرى، فالتطور الحاصل وشدة المنافسة عوامل مهمة في بقاء المصرف من عدمه لذا ولحساسية الخدمة المصرفية لطريقة تقديمها فان المصارف تسعى جاهدة الى إيجاد افضل الوسائل لتقدم من خلالها خدماتها المالية، ومن اهم هذه البدائل التي تتبعها المصارف في إيصال الخدمة هو توفير مقدم خدمة يمتاز بالمهارات المعرفية والفنية بالشكل الذي يضمن وصول الخدمة الى متلقيها بالوقت والزمان المناسبين وبالتالي المساهمة في تقديم خدمات بجودة عالية ، وقد جاء هذا البحث في أربعة مباحث خصص الأول لمنهجية البحث اما الثاني فأشتمل على الاطار النظري في حين احتوى الثالث على الجانب الاحصائي واما الأخير فكان للاستنتاجات والتوصيات.

**المبحث الأول/ منهجية البحث****أولا/ مشكلة البحث**

تختلف طبيعة عمل المؤسسات المصرفية عن المؤسسات الأخرى وذلك بحسب طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة كونها تتصف بحالة اللاملموسية وهذا الامر يحتم على المصارف ان تهتم بشكل كبير في الأطراف المقدمة لهذه الخدمات بما يجعلها تصل الى متلقيها بأفضل جودة ممكنة، ولتحقيق ذلك تعتمد المصارف بشكل دائم على استقطاب الافراد من ذوي المهارات المعرفية والخبرات العملية لتقديم هذه الخدمات وإيصالها الى زبائنها، وفي ظل حالة التنافس بين هذه المؤسسات المالية فان تنمية الموارد البشرية وتطويرها يعد من اهم الركائز الأساسية والمهمة للنجاح وفي ذات الوقت فانها تشكل تحدي صعب لا بد لهذه المؤسسات من السعي بمختلف الطرق للتغلب عليه وهذا الامر يتم من خلال امتلاك راس مال فكري مكون من موارد بشرية متعلمة ومدرّبة بشكل عالي حتى تكون قادرة على تقديم خدمات بجودة عالية تمكن المؤسسة من الصمود في سوق العمل ومواجهة المؤسسات المتنافسة، من خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الاتي وهو هل ان لراس المال الفكري القدرة على تعزيز جودة الخدمة المصرفية وتقديم خدمات مصرفية بواقع جديد وجودة عالية، ويتفرع من هذا التساؤل الأسئلة الآتية:

١. ما هو تأثير الراس المال البشري على تعزيز جودة الخدمة المصرفية؟
٢. ما هو تأثير الراس المال الهيكلي على تعزيز جودة الخدمة المصرفية؟
٣. ما هو تأثير الراس المال العلاقتي على تعزيز جودة الخدمة المصرفية؟
٤. ما هو الارتباط بين الراس المال البشري وتعزيز جودة الخدمة المصرفية؟
٥. ما هو الارتباط بين الراس المال الهيكلي وتعزيز جودة الخدمة المصرفية؟
٦. ما هو الارتباط بين الراس المال العلاقتي وتعزيز جودة الخدمة المصرفية؟

**ثانيا/ أهمية البحث**

تستمد أهمية البحث من أهمية ودور المصارف التجارية في تلبية الاجتبايات المتزايدة للأطراف المتعاملة معها بمختلف قطاعاتها وتقديم الخدمة المصرفية بما يلاءم رغباتهم، ونظرا لأهمية الخدمة المصرفية في التعاملات اليومية للأفراد فان جودة هذه الخدمة تعتمد على طريقة تقديمها وتقاس من خلالها وبالتالي فان الاعتماد على الكوادر المتعلمة والمدرّبة امرا مهم جدا لتقديم الخدمة بما يتلاءم ورغبة الزبون، فمعرفة حاجة الزبون بشكل صحيح يسهم بشكل كبير في تقديم الخدمة المطلوبة بأفضل جودة فضلا عن ذلك فان تطوير الخدمات وتعزيز جودتها يتم من خلال الافراد من ذوي الكفاءة والمعرفة كونهم قادرين على التعامل مع المتغيرات المعرفية في مجالات العلمية وانعكاس ذلك على ابتكار خدمات او تطوير خدمات وتقديم الى الأطراف المتعاملة بالجودة الممكنة.

**ثالثا/ اهداف البحث**

١. بيان دور وأهمية راس المال الفكري في التعاملات المصرفية.
٢. بيان دور وأهمية جودة الخدمة المصرفية واهم ابعادها.
٣. تحليل مدى استجابة مصرف بغداد التجاري لفكرة الراس المال الفكري ودوره في تطوير جودة الخدمة.
٤. دراسة علاقة الأثر والارتباط بين متغيرات البحث وتحليلها.

**رابعا/ فرضية البحث**

يقوم البحث على فرضيتين رئيسيتين وهما:  
الفرضية الأولى/(لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال الفكري وجودة الخدمة المصرفية)  
وينبثق من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية وهي:



١. لا توجد علاقة وارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال البشري وجودة الخدمة المصرفية.
  ٢. لا توجد علاقة وارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال الهيكلي وجودة الخدمة المصرفية.
  ٣. لا توجد علاقة وارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال العلاقتي وجودة الخدمة المصرفية.
- الفرضية الثانية/ (لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال الفكري وجودة الخدمة المصرفية) وينبثق من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية وهي:

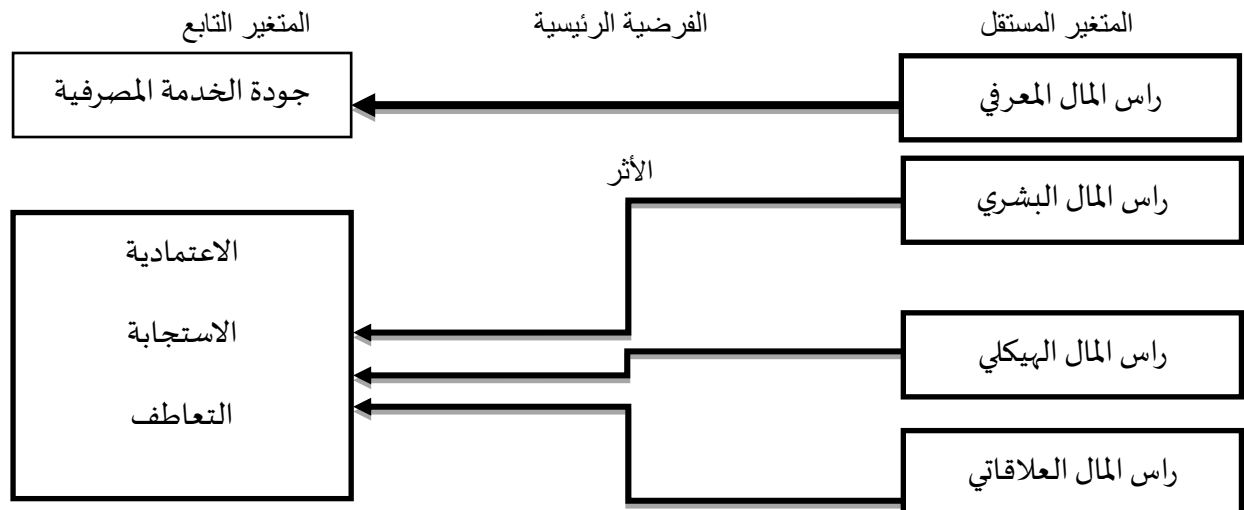
١. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال البشري وجودة الخدمة المصرفية.
٢. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال الهيكلي وجودة الخدمة المصرفية.
٣. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية معنوية بين راس المال العلاقتي وجودة الخدمة المصرفية.

#### خامسا / أدوات جمع البيانات والمعلومات

١. أدوات الإطار النظري: لإغناء الجانب النظري اعتمد الباحثون على المجالات والدوريات العلمية والأبحاث والدراسات ذات العلاقة بمتغيرات البحث فضلا عن استعمال شبكة المعلومات وما تحتويه من أبحاث إلكترونية لتزويد ورغد الجانب النظري بالمعلومات الهادفة للبحث.
٢. أدوات الجانب الميداني اعتمد الباحثون في إعداد الجانب الميداني للبحث على الاستبانة التي تناولت قياس جاهزية راس المال الفكري ودوره في تعزيز جودة الخدمات المصرفية، والتي كانت غايتها الوقوف على مدى إمكانية تطبيق ومعرفة هل إن المصارف العراقية لديها مفهوم واضح عن أهمية راس المال الفكري في العمل المصرفي.

#### سادسا / حدود البحث

- الحدود المكانية: اختير مصرف بغداد التجاري كعينة للبحث لأسباب عدة: انه يعد من المصارف الرائدة في العراق، وتوسع نشاطه المصرفي وتعاملاته المالية من تاريخ تأسيسهما للآن، فضلاً عن رغبة العاملين في المصرف بتطوير أدائهم والذي تجلّى عن طريق تعاونه مع الباحثين في الإجابة عن تساؤلاتهم واستفسارات.
- الحدود الزمانية: تم إجراء البحث في سنة ٢٠٢١.



الشكل رقم (١) نموذج البحث الفرضي

#### المبحث الثاني/ الجانب النظري

##### أولاً/ ماهية راس المال الفكري

يعيش العالم فترة غير مسبقة من التغيير والتطوير المستمر، إذ أدى الانحسار التدريجي لعصر الثورة الصناعية والانطلاق نحو الاقتصاد القائم على المعرفة الى ظهور منظمات الاعمال المبنية على المعرفة والمعلومات، والتي تعتمد في المقام الأول على الخبراء والمتخصصين والمبدعين وذوي القدرات المعرفية المتميزة، إذ أصبح تركيز منظمات الاعمال في العصر الحالي على المعرفة المتراكمة في عقول الموارد البشرية والنتيجة عن الممارسة الفعلية للعمل والتوجيه والمساندة من القادة وتبادل الأفكار والخبرات مع زملاء العمل والتعرض لمطالب الزبائن فهذه المعرفة المتراكمة



والمترابدة تشكل راس المال الفكري للمنظمات (عبد الهادي، المدهون، ٢٠١٧: ١٣)، اذ بدأ الاهتمام بموضوع راس المال الفكري منذ بداية التسعينات من القرن الماضي عندما اطلق احد مدراء الشركات عبارة راس المال الفكري اذ قال ان راس المال الفكري في الوقت الحالي قد حل محل المصادر الطبيعية المتمثلة بالموجودات الثابتة وبالتالي فان راس المال الفكري بات يشكل احد اهم مكونات الثروة الوطنية واغلى موجودات المنظمة (أبو سلوات، راضي، ٢٠١٥: ١٢)، فقد بدأ يطلق على الموجودات الغير ملموسة بمصطلح راس المال الفكري والذي يتكون من المهارات والقدرات الإبداعية والكفاءات البشرية المشاركة في الفهم والمعرفة من مختلف الافراد العاملين في المنظمات مما يؤدي الى تحقيق المنظمة لأهدافها المهمة، فقيمة المنظمات باتت بما تمتلك من معرفة وطاقت بشرية وليس القيمة الدفترية المعروفة بقيمة أسهمها عند الإصدار ففي عصر اقتصاد المعرفة والعولمة عادة ما يكون راس المال الفكري هو اكبر من راس المال النقدي كما يعبر عنه، وبالتالي فان البيانات التقليدية التي كانت تعبر عن قيمة المنظمة في الوقت الحالي لم تعد كافية بفضل عمليات التحول نحو الرقمنة والتكنولوجيا فقيمة المنظمة بما لديها من ابتكارات وقدرات على النمو والابداع والاستمرار في سوق الاعمال والقدرة على الاستحواذ على الأسواق بمختلف توجهاتها (بريس واخرون، ٢٠١٩: ٧٣)، وهناك جملة من المفاهيم الخاصة براس المال الفكري نستعرض أهمها اذ عرف بانه المادة الفكرية المتكونة من المعرفة والمعلومات والمهارات والخبرات ذات القيمة الاقتصادية التي يمكن وضعها موضع التنفيذ بهدف إيجاد الثروة وبالتالي فان جميع ما سبق يعد راس مال فكري للمؤسسة (فرحاتي، خوني، ٢٠١٦: ٦٥)، وعرف أيضا بانه يمثل نخبة من العاملين الذين يمتلكون مجموعة من القدرات المعرفية والتنظيمية دون غيرهم من الآخرين بما تمكنهم من انتاج الأفكار الجديدة وتطوير الأفكار القديمة التي تمكن المنظمة من توسيع حصتها السوقية وتعظيم عوائدها المالية (الدليمي، الحسني، ٢٠٢٠: ١١٧)، وعرفه اخرون بانه مجموعة ما يعرفه كل فرد عامل في المؤسسة والذي يسهم في تامين التفوق التنافسي للمؤسسة (الحمداني، علي، ٢٠١٠: ١٢٤)، ويعرف كذلك بانه الجزء الذي يجعل القيمة السوقية اعلى من القيمة الدفترية للمؤسسة فهو يعد احد الموجودات الغير ملموسة (Koraz, 2011: 30)، في ضوء ما تقدم يتضح لنا بن راس المال الفكري هو حصيللة ما يمتلكه المؤسسة من معارف فنية وتكنولوجية وإدارية مختلفة بما تمكنها من تحقيق اهداف التنافسية والقدرة على النمو والتطوير بما يعزز الجانب التنافسي لها ويمكنها من الوصول الى مختلف الفئات الاجتماعية بما يضمن الحصول على افضل الحصص السوقية.

### ثانيا/ أهمية راس المال الفكري

ان معيار التنافس اليوم هو المعرفة والمعلومات والمهارات في ظل التقدم التكنولوجي اذ أصبح احد اهم الموارد التي تمتلكها المؤسسات المالية في وقتنا الحالي ويتضح ذلك من خلال ما يلي: (نايلي، لموشي، ٢٠٢٠: ١٢٢٧)، (ياره، ٢٠١٨: ١٢٩)، (سالم واخرون، ٢٠١٥: ١٨)، (عطا الله، مقداد، ٢٠١٧: ٢٤).

١. يعتبر أساسا مهما في بناء المؤسسات الذكية وذلك من خلال توفير العقول المتميزة بذكائها وقدرتها على الاستثمار باقى الموارد وتسخيرها لصالح توسيع مساحة التميز لمؤسساتهم
٢. يشكل راس المال الفكري القوة الخفية في ضمان استمرارية وديمومة المؤسسة المالية فضلا عن زيادة قدراتها على تحقيق مبدأ التنافس المستدام وزيادة حصتها السوقية بما يضمن تحقيق أعلى العوائد المالية وتقديم أفضل الخدمات المصرفية.
٣. يعطي الفرصة الكاملة للمؤسسات المالية بتكوين قيادات إدارية ذات إمكانية مهمة في العمل الميداني بما يمكن المؤسسات من تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمهمة وتحقيق مبدأ المرونة في التعامل مع متغيرات السوق واحتياجاته.
٤. يمثل السلاح الأساسي للمؤسسة لان الموجودات الفكرية تمثل القوة الكامنة التي تضمن البقاء والاستمرارية في السوق.

### ثالثا/ الخصائص المميزة لراس المال الفكري

يتمتع راس المال الفكري بمجموعة من الخصائص تستعرض أهمها: (صرصور، المدهون، ٢٠١٧: ٢٦)، (الخضري، اشتيوي، ٢٠١٥: ٣١).

١. يتسم بمستويات ذكاء عالية ويتمتع بثقة عالية بالنفس ويحب الاستقلالية في الفكر والعمل



٢. له القدرة العالية على الاستفادة من خبرات الآخرين وتجاربهم فهو منفتح على خبرات غيره كما انه يتميز بمثابرة عالية في العمل.
٣. القدرة أيضا على حسم القرارات المهمة والحساسة وبدون تردد الى حدا كبير ويتصف بالمبادأة وتقديم الأفكار والمقترحات البناءة.
٤. يميل الى المخاطرة بدرجة كبيرة والعمل ضمن الهياكل المؤسسية المرنة بما يضمن تغيير الخطط الاستراتيجية والاهداف المهمة لتحقيق المصالح الذاتية للمؤسسات.

#### رابعاً/ ابعاد او مكونات راس المال الفكري

١. راس المال البشري: وهو عبارة عن مجموعة من المعارف الصريحة والضمنية والمكتسبة عن طريق التعليم الرسمي التي يجلبها الموظف مع الى المصرف والتي تتمثل بالتعليم التدريب والخبرة المهنية وهي في مجموعها وتراكمها يطلق عليه راس المال البشري.
٢. راس المال الهيكلي: وهو عبارة عن مجموعة من الاليات والهياكل للمصرف التي تدعم وتساند الموظفين في الوصول الى مستوى متقدم من الأداء ومن ثم تحسين أداء المصرف ككل مثل الأنشطة البحثية وأدوات المعرفة العلمية.
٣. راس المال الزبائني او العلاقتي: هو عبارة عن علاقة المصرف بزبائنه والمستفيدين من خدماته من خلال الحرص على ارضائهم والاحتفاظ بهم وولائهم للمصرف. (الخليلة، صايمه، ٢٠٢٠: ١١)

#### خامساً/ ماهية جودة الخدمة المصرفية

ان مفهوم جودة الخدمة يدور حول فكرة ان الزبون سيحكم على تقييم الخدمة كما انها بشكل عام تمثل تصورات الزبون لتجربة الخدمة اذ اكدت معظم الدراسات السابقة على اعتبار ان الزبائن يمثلون المشاركين الأفضل في تقييم جودة الخدمة، فالمصارف تعمل على تحقيق مستوى عال من الجودة لكي تبقى في سوق المنافسة واذا ما ارادت هذه المصارف ان تعتمد على اسبقية الجودة بوصفها أداة للمنافسة فان عليها ان تنظر الى الجودة على انها فرصة لإرضاء الزبون وليس انها طريقة لمعالجة المشاكل التشغيلية اليومية، كما ان الجودة المدركة في الخدمة المصرفية هي غير الجودة المدركة في السلعة الملموسة وعلى هذا الأساس فان الزبون تكون احكامه بشأن جودة الخدمة المصرفية أي ان الزبون هو محور عملية التقييم(حمد، حماد، ٢٠١٨: ١٥٠-١٥١)، كما يمكن تصور جودة الخدمة المصرفية بانها الدرجة التي يرقى اليها مستوى الخدمة المقدمة للزبائن ليقابل توقعاتهم او التفوق عليها في بعض الأحيان ولذلك فان طبيعية جودة الخدمة المصرفية تكمن في طبيعة توقعات الزبائن لأبعاد الخدمة المصرفية ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الابعاد بالفعل في الجودة التي تتضمنها الخدمات المصرفية المقدمة لجمهور الزبائن(شبل، ٢٠١٩: ٣٢)، وفي اطار ما تقدم نستعرض بعض المفاهيم التي تخص جودة الخدمة المصرفية اذ عرفت بانها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة أو أنها الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها(سعيدة، ٢٠١٨: ١٤٣)، وعرفت أيضا بانها عملية إدارية تركز على مجموعة من القيم وتستمد طاقة حركتها من المعلومات التي توظف مواهب العاملين وتستثمر قدراتهم الفكرية في مختلف مستويات التنظيم على نحو إبداعي لضمان تحقيق التحسين المستمر للمصرف(زقاي، امين، ٢٠١٩: ١٠٠)،

وعرفها اخرون بانها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر غير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والانتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (السحاتي، ٢٠١٩: ٤٧)، وفي اطار ما تقدم يمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية والتي تعين مدى إمكانية المصرف على تهيئة الأدوات والمستلزمات الضرورية لإيصال الخدمة المصرفية الى جمهور الزبائن بذات المواصفات المطلوبة وفي الزمان والمكان المناسبين.

#### سادساً/ ابعاد جودة الخدمة المصرفية

لقد تناولت معظم الدراسات المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية الأبعاد التي يبني عليها الزبائن توقعاتهم وبالتالي حكمهم على جودة الخدمات المقدمة من قبل المصارف إلا ان المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك التي يحددها





- المستفيد من المصرف وان من الصعب وضع معايير موحدة لجودة الخدمات لما لها من خصائص تميزها عن المنتجات المادية الملموسة، لذلك تعددت أبعاد جودة الخدمات المصرفية (ساجت وآخرون، ٢٠٢٠: ٢٢٠) وهي كالآتي:
١. اللاملموسة: ان اهم ما يميز الخدمات المصرفية على اختلاف أنواعها هو انها مصممة بالأساس لإشباع حاجات ورغبات موجودة لدى جمهور الزبائن وبطبيعة الحال فان الخدمات المصرفية هي غير ملموسة وليس لها كيان مادي معين لذا فان الحكم على مدى جودتها لا يمكن ان يتم الا بعد استخدامهما من قبل الزبون علما انها تنتج وتستهلك في ان واحد ولا يمكن الحكم على مواصفاتها لمعايير مطلقة وثابته فالحكم النهائي عليها مرتبط بما يطلبه الزبون ويتوقعه من هذه الخدمة فكل زبون هو موضع اهتمام خاص كما ان هيمنة اللاملموسة على المنتجات المصرفية قد ينتج عنها مشاكل تسويقية اكثر صعوبة من تسويق السلع المادية، وبالتالي فان اللاملموسة هي الصفة الخاصة التي تميز الخدمات المصرفية (إبراهيم، عكاب، ٢٠١٩: ١٤١)
  ٢. الاعتمادية: تشير الاعتمادية (الموثوقية) في الصناعة المصرفية إلى دقة مقدمي الخدمة وتوقيتهم المناسب في التعامل مع مشاكل الزبائن والوفاء بوعودهم لهم، ويمكن ان تؤثر بشكل كبير على جودة الخدمة المدركة وتعتبر من اهم الخصائص التي تشكل توقعات الزبائن حول الاخيرة، وتعتبر ايضا المحرك الاساسي لجودة الخدمة، والذي يتعلق بقدرة القطاع المصرفي على تنفيذ الخدمة كما وعدت بطريقة دقيقة ويمكن الاعتماد عليها (مسفوني، ٢٠١٨: ٦٨).
  ٣. الاستجابة: تشير الى سرعة استجابة مقدمي الخدمة في التقديم المتميز للخدمات الى الزبون وتعزز هذه العملية عن طريق الملائمة والتعاطف والاحتراف في الخدمات المصرفية وبالتالي فهي تشير الى رغبة واستعداد العاملين في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم.
  ٤. التعاطف: امتلاك العاملين بالمصرف للمهارات والمعارف المطلوبة لإنجاز الخدمة وتكوينهم على روح الاتصال كالا احترام والادب وتفهم الزبائن والرد على شكاويهم ومشاكلهم بشكل مناسب.
  ٥. الثقة والامان: تعني تخفيض درجة المخاطرة والشك في المعاملات المصرفية وسرية المعلومات الخاصة بالزبائن المتعلقة بحساباتهم ودرجة تعاملهم مع المصرف (سالمي، ٢٠١٩: ١٨)

#### سابعا/ أهمية جودة الخدمة المصرفية

يُنظر إلى جودة الخدمة المصرفية على أنها ذات قيمة استراتيجية وأن دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بزبائنه وموظفيه وجعلهم راضين فضلا عن زيادة فرص تقديم الخدمات المصرفية وجذب عملاء جدد وتطوير العلاقات بين الزبون والمصرف وتعزيز السمعة وتحسين الأداء المصرفي وفقا لتوقعات الزبون وبناء عليه نالت جودة الخدمة اهتماما بالغا من الإدارة والأكاديميين وبشكل خاص المسوقين المصرفيين الذين ركزوا على فهم ما تعنيه جودة الخدمة وما هي أبعادها وفوائدها وكيفية قياسها، فضلا عن ذلك ان تعزيز جودة الخدمات المصرفية يحقق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المؤسسات المالية التي تقدم نفس الخدمات المالية وبالتالي التمكن من مواجهة ضغط المنافسين في السوق، وفي نفس الوقت ان تقديم خدمات مالية متميزة يزيد من قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد (الحلي، ٢٠١٧: ٦١).

#### المبحث الثالث/ الجانب العملي (التطبيقي)

يركز الجانب التطبيقي من هذا المبحث بالتعرف على اجابات العينة المبحوثة واختبار فرضيات البحث من خلال اجراء العديد من الاساليب الاحصائية التي تختبر بيانات الاجابات وتحليلها بشكل مبدئي للتعرف على مستوى ابعاد وفقرات البحث ومتغيراته بالتحديد استخدام الاساليب الاحصائية المتمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والاهمية النسبية، وجودة ثبات المقياس لكل بعد ومتغير بالبحث، ثم الكشف عن نوع علاقات التأثير ومقدارها ومدى قبولها او رفضها بين متغيرات وابعاد البحث الرئيسية، ولأغراض البحث فقد قمنا في تفريغ وتحليل البيانات من خلال برنامج (SPSS) للقيام بعملية التحليل وتحقيق الأهداف الموضوعة في إطار البحث ومن ثم تم استعمال مستوى المعنوية (٥٪)، ويعد مقبولا ويقابله مستوى ثقة يساوي (٩٥٪) لتفسير نتائج البحث التي أجريت على مصرف بغداد التجاري أولا/ صدق وثبات الاستبانة: تم اختبار درجة المصادقية بمعامل الفا كرونباخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصادقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، إذ يعتمد هذا الاختبار على مدى الثبات الداخلي ودرجة الاعتمادية لأسئلة الاستبانة، فقد اشارت النتائج المستخرجة وفق معامل الفا كرونباخ ان متغيرات البحث قد حققت نسب ثبات مقبولة



فقد حصل المتغير المستقل على (٠.٠)، في حين حصل المتغير الآخر على (٠.٠) مما يعني ان قيم الفا للمتغيرين مقبولة من الناحية الاحصائية.

الجدول رقم (١) معامل ثبات المتغيرين (راس المال الفكري وجودة الخدمة المصرفية)

معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)		
المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ للثبات
راس المال الفكري	١٢	0.702
جودة الخدمة المصرفية	١٢	0.811

ثانيا/ التحليل الاولی للنتائج الإحصائية الخاصة بمتغيرات البحث/ فقرات الاستبانة  
الجدول رقم (٢) الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول / راس المال الفكري

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الوزن النسبي
١	تمتلك المصارف العدد الكافي من ذوي الشهادات العليا بما يمكنها من أداء أعمالها المصرفية	4.08	0.849	0.21	82%
٢	تسعى إدارة المصرف الى استقطاب الافراد من ذوي المهارات والخبرات العالية	4.02	0.791	0.20	80%
٣	توفر الإدارة العليا البرامج اللازمة لتطوير الإمكانيات المعرفية والفنية لملاكاتها الوظيفية	4.10	0.974	0.24	82%
٤	تشجع الإدارة العليا الموظفين من ذوي المعرفة على تقديم المقترحات والأفكار الهادفة الى تلبية احتياجات العمل	3.40	1.030	0.30	68%
٥	تحرص إدارة المصرف على اتمتة نظم المعلومات وتكوين قواعد بيانات رصينة تخدم العمل المصرفي	4.06	0.793	0.20	81%
٦	تحرص إدارة المصرف على تنمية وتطوير الافكار المعرفية للموظفين	4.18	0.850	0.20	84%
٧	تحرص إدارة المصرف على تقديم الامتيازات والمكافأة للأفراد من ذوي الكفاءة والمهارة	4.02	0.820	0.20	80%
٨	تهتم إدارة المصرف بدعم الأفكار الجديدة التي تعزز العمل المصرفي	4.16	0.976	0.23	83%
٩	يوجد تواصل معرفي في الأفكار بين الموظفين والزبائن لتقديم أفضل الخدمات المصرفية	3.42	1.108	0.32	68%
١٠	ان امتلاك المصرف موظفين من ذوي مهارات وخبرات معرفية عالية يعزز المركز التنافسي	4.40	0.670	0.15	88%
١١	تهتم إدارة المصرف بعمل تحالفات مع المؤسسات المالية الأخرى لتعزيز الإمكانيات المعرفية للموظفين	4.10	0.995	0.24	82%



١٢	تحرص إدارة المصرف باشتراك الموظفين ذوي المعرفة باتخاذ القرارات الاستراتيجية	3.56	1.198	0.34	71%
	المؤشر العام	3.96	0.921	0.24	79%

يتضح من خلال الجدول أعلاه والخاص بتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بإجابات أفراد عينة البحث المعبرة عن محاور المتغير الأول اذ تشير هذه النتائج الى ان هناك قبول كبير من قبل الافراد المجيبين على جميع التساؤلات وهذا واضح من خلال تحقيق متوسط حسابي عام للمتغير الأول بلغ (٣,٩٦) وهو اكبر من المتوسط الافتراضي والبالغ (٣) وهذا يعني ان افراد العينة يرون ان هناك اهتمام من قبل المصارف المبحوثة لتعزيز فكرة راس المال الفكري ومحاولة الاعتماد بشكل كبير على الأشخاص من مزودي الخدمة ذوي المعرفة وأصحاب الشهادات العليا، في حين حققت هذه الإجابات متوسط انحراف معياري بلغ (٠,٩٢١) وهو اقل من الواحد الصحيح وهذا يعبر عن تشتت ضئيل في إجابات العينة كما حقق النتائج أيضا معامل اختلاف بلغ (٠,٢٤) مقابل وزن نسبي او أهمية نسبية بلغ (٧٩٪) وهي نسبة جيدة جدا معبره عن قبول افراد العينة لجميع اسئلة المحاور الثلاثة، وقد حققت الفقرة العاشرة على أعلى وسط حسابي بلغ (٤,٤٠) مقابل معامل اختلاف بلغ (٠,١٥) وها يعني اتفاق اغلب افراد العينة عليها.

في إطار ما تقدم يتضح ان جميع فقرات المتغير الأول حققت نتائج إحصائية مقبولة وهذا يعني ان الإجابات كان معبرة عن أفكار الافراد المجيبين الذين يفضلون ان تعتمد المصارف عينة البحث عن الافراد من ذوي المعرفة والمهارات الذاتية لغرض زيادة إمكانية تقديم خدمات مصرفية تتسجم مع رغبات الزبائن المتعاملين فضلا عن قدرة هؤلاء الافراد على سرعة الاستجابة في التعامل ومعرفة ما يحتاج الزبون والعمل على تلبية حاجاته في نفس الوقت وبدون أي تأخير

الجدول رقم (٣) الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني / جودة الخدمة المصرفية

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الوزن النسبي
١٣	ان التكامل بين موظفي جميع الأقسام العاملة في المصرف يمكن من تعزيز جودة الخدمة المصرفية	4.30	0.646	0.15	86%
١٤	ان امتلاك الموظفين للمعارف اللازمة للعمل المصرفي تمكنهم من تقديم الخدمة المصرفية بأقصى جودة	4.34	0.848	0.20	87%
١٥	ان وجود موظفين ذو إمكانات معرفية عالية يساهم في تحسين جودة الخدمة	4.36	0.662	0.15	87%
١٦	تعتمد الإدارة العليا على الموظفين الكفؤين في تحقيق التغذية العكسية لامتلاكهم سرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن	4.30	0.646	0.15	86%
١٧	يحرص الموظف المتعلم والماهر على تقديم الخدمة المصرفية بحرفية ودقة عالية وبأقل خطأ ممكن	4.42	0.702	0.16	88%
١٨	يستطيع الموظف المتعلم التعامل بصورة صحيحة مع الحداثة التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية مما يعزز جودتها	4.32	0.620	0.14	86%
١٩	يهتم الموظف ذو المعرفة والمهارة بتقديم المقترحات المستمرة الهادفة الى تحسين جودة الخدمة	4.32	0.713	0.17	86%
٢٠	يستطيع الموظف ذو المهارات العالية التغلب على مختلف الصعوبات بما يسمح بتقديم افضل خدمة	4.38	0.725	0.17	88%
٢١	ان حسن التعامل والاتسجام بين الموظف والزبون يمكن من تقديم الخدمة بجودة عالية	4.60	0.494	0.11	92%





٢٢	يهتم الموظف ذو الكفاءة والمهارة بسرعة الاستجابة وبلطف التعامل مما يتيح تقديم الخدمات بجودة عالية	4.20	0.756	0.18	84%
٢٣	تحرص إدارة المصرف ان يكون مزودي الخدمة المصرفية من ذوي المعرفة والمهارة بما يسمح بتقديم الخدمة بأفضل جودة	4.38	0.635	0.14	88%
٢٤	يتمن الموظف المتعلم على فهم احتياجات ورغبات الزبائن بشكل سريع مما يسهم في تقديم خدمة متلائمة مع ما يطلبه الزبون	4.40	0.670	0.15	88%
	المؤشر العام	4.36	0.676	0.16	87%

يتضح من خلال الجدول أعلاه والخاص بتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بإجابات افراد عينة البحث المعبرة عن محاور المتغير الثاني اذ تشير هذه النتائج الى ان هناك قبول على جميع التساؤلات المقدمة وهذا واضح من خلال تحقيق متوسط حسابي عام للمتغير الأول بلغ (٤,٣٦) وهو اكبر من المتوسط الافتراضي والبالغ (٣) وهذا يعني ان افراد العينة يرون ان إمكانية تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية يمكن ان يقترن بتعزيز جانب راس المال الفكري من المصارف المبحوثة، في حين حققت هذه الإجابات متوسط انحراف معياري بلغ (0.676) وهو قريب من نصف الواحد الصحيح وهذا يعبر عن تشتت ضئيل جدا في إجابات العينة كما حقق النتائج أيضا معامل اختلاف بلغ (0.16) مقابل وزن نسبي او أهمية نسبية بلغ (87%) وهي نسبة ممتازة معبره عن قبول افراد العينة لجميع اسئلة المحاور الثلاثة، وقد حققت الفقرة الحادي والعشرين على اعلى وسط حسابي بلغ (4.60) مقابل معامل اختلاف بلغ (٠,١١) وها يعني اتفاق اغلب افراد العينة عليها بشكل كبير وواضح.

في ظل ما تقدم يتضح ان هناك دور مهم وواضح لراس المال الفكري بمحاوره الثلاثة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية أي ان توظيف افراد ذوي مهارات معرفية متخصصة ضمن الكادر الوظيفي للمصارف عينة البحث له دور مهم في تحقيق الغالية المهمة في التعاملات المصرفية وهي تقديم الخدمة المصرفية بجودة عالية كون ان طبيعة الخدمة المصرفية غير ملموس أي اعتماد تقديمها بشكل كبير على مزود الخدمة وبالتالي التعامل الصحيح مع الزبون وفهم ما يحتاج له دور في تقديم الخدمة بجودة عالية، فالاعتماد على افراد من ذوي التخصص المعرفي في المجال المصرفي مهم في تقديم الخدمات بصورة صحيحة.

#### ثالثا/ اختبار فرضيات البحث

الفرضية الأولى/ لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية بين راس المال البشري جودة الخدمة المصرفية. توضح نتائج الجدول (٤) طبيعة الارتباط بين المتغير المستقل الأول المتمثل براس المال الفكري والمتغير التابع المتمثل بجودة الخدمة المصرفية، فيما يخص المحور الأول والمتمثل براس المال البشري وعلاقته مع المحاور الثلاثة للمتغير التابع، اذ استخدم البحث مستوى معنوية (٠,٠٥) ووفقا للنتائج المستخرجة بحسب نموذج الانحدار الخطي المتعدد فكان معامل الارتباط (٩٣,٥٤) ومعامل التحديد (٨٧,٥) وهذا يعني ان الاهتمام بمحور راس المال البشري يمكن ان يعزز ويسهم في تقديم خدمات مصرفية تتصف بجودة عالية وهذا الامر بحسب ما يراه افراد العينة لهذه المصارف ونظرا لان معامل الارتباط إيجابيا يمكن الاستنتاج ان العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية كون ان قيمة (P) اقل من مستوى المعنوية (٠,٠٥)، إضافة الى ان قيمة (F) المحسوبة كانت اكبر من القيمة الجدولية البالغة (4.08) مما يؤكد ان هناك تأثير لراس المال البشري في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المصرفية بالتالي نرفض فرضية العدم.

الفرضية الثانية/ لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية بين راس المال الهيكلي جودة الخدمة المصرفية توضح نتائج الجدول (٤) والمتعلقة بعرض النتائج الإحصائية للمحور الثاني والمتمثل براس المال الهيكلي وعلاقته مع المحاور الثلاثة للمتغير التابع، اذ استخدم البحث مستوى معنوية (٠,٠٥) ووفقا للنتائج المستخرجة بحسب نموذج الانحدار الخطي المتعدد فكان معامل الارتباط (٩٤,٣٢) ومعامل التحديد (٨٨,٨) وهذا يعني ان الاهتمام بمحور راس المال الهيكلي يمكن ان يعزز ويسهم في تقديم خدمات مصرفية تتصف بجودة عالية وهذا الامر بحسب ما يراه افراد العينة لهذه المصارف ونظرا لان معامل الارتباط إيجابيا يمكن الاستنتاج ان العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية كون ان قيمة (P) اقل



من مستوى المعنوية (٠,٠٥)، إضافة الى ان قيمة (F) المحسوبة كانت اكبر من القيمة الجدولية البالغة (4.08) مما يؤكد ان هناك تأثير لراس المال الهيكلي في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المصرفية بالتالي نرفض فرضية العدم. الفرضية الثانية/ لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية بين راس المال الهيكلي جودة الخدمة المصرفية توضح نتائج الجدول (٤) والمتعلقة بعرض النتائج الإحصائية للمحور الثالث والمتمثل براس المال العلاقتي وعلاقته مع المحاور الثلاثة للمتغير التابع، اذ استخدم البحث مستوى معنوية (٠,٠٥) ووفقا للنتائج المستخرجة بحسب نموذج الانحدار الخطي المتعدد فكان معامل الارتباط (٩٦,٢٨) ومعامل التحديد (٩٢,٧) وهذا يعني ان الاهتمام بمحور راس المال العلاقتي يمكن ان يعزز ويسهم في تقديم خدمات مصرفية تتصف بجودة عالية وهذا الامر بحسب ما يراه افراد العينة لهذه المصارف ونظرا لان معامل الارتباط ايجابيا يمكن الاستنتاج ان العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية كون ان قيمة (P) اقل من مستوى المعنوية (٠,٠٥)، إضافة الى ان قيمة (F) المحسوبة كانت اكبر من القيمة الجدولية البالغة (4.08) مما يؤكد ان هناك تأثير لراس المال العلاقتي في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المصرفية بالتالي نرفض فرضية العدم.

**الجدول رقم (٤) التأثير والارتباط بين راس المال البشري وابعاد جودة الخدمة المصرفية**

ت	المتغير التابع/ جودة الخدمة المصرفية	R	R2	F	Sig
١	راس المال البشري	٩٣,٥٤	٨٧,٥	١٠٧,٨١	٠,٠٠٠
٢	راس المال الهيكلي	٩٤,٣٢	٨٨,٨	١٢١,٣٢	٠,٠٠٠
٣	راس المال العلاقتي	٩٦,٢٨	٩٢,٧	١٩٤,٤٢	٠,٠٠٠

يتضح مما سبق ومن خلال النتائج الإحصائية المستخرجة ان هناك تأثيرا واضحا لراس المال الفكري بمحاوره الثلاثة على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث بالشكل الذي يمكن هذه المصارف من السعي الى استقطاب الافراد الذين يتمتعون بمهارات معرفية وفنية تخصصية في العمل المصرفي وتوظيفهم لتقديم الخدمة الى مستخدميها فضلا عن ذلك الان بدأ التحول نحو الرقمنة الالكترونية أي تقديم الخدمات من خلال استخدام التكنولوجيا وهذا الامر لا يتم الا من خلال الاعتماد على افراد يتمتعون بمهارات فنية خاصة تمكنهم من تقديم وايصال الخدمات الى الزبائن وكذلك ابتكار خدمات جديدة تلائم الواقع الحالي فاستخدام النقود الورقية يكاد ينحسر يوم بعد يوم بسبب ظهور عمليات التسديد الإلكتروني وتسديد جميع المدفوعات عن طريق عملية التحويلات الإلكترونية او بطاقات الدفع المسبق وهذا الامر كله بفضل ابتكارات التكنولوجيا وبالتالي يستطيع المصرف ان يقدم خدمة بجودة عالية اذا وظف افراد متخصصون في تقديم الخدمات وهذا واضح من خلال إجابات افراد العينة المبحوثة.

#### المبحث الرابع / الاستنتاجات والتوصيات

##### أولا/ الاستنتاجات

١. ان امتلاك المصارف للراس المال الفكري والمعرفي المكون من الطاقم البشري المتعلم يعد من اهم مقومات النجاح والتنافس في الساحة المصرفية نظرا لطبيعة عمل هذه المؤسسات المعتمدة بشكل أساسي على مزودي الخدمة.
٢. ان اسناد المصارف مهمة تقديم الخدمة المصرفية الى افراد من ذوي المهارات المعرفية والفنية والتخصصية في العمل المصرفي له اثر في تعزيز الجانب الفني للخدمة المصرفية أي تقديم الخدمة بأفضل جودة ممكنة.
٣. ان رغبة المصارف في توظيف الافراد من ذوي الشهادات الخاصة بالعمل المصرفي مهم جدا في تحقيق الأهداف الاستراتيجية التي تسعى المصارف الى تحقيقها واهمها تعظيم المردود المالي وتقديم الخدمات المصرفية بأفضل جودة.
٤. اثبتت النتائج الإحصائية ان هناك قبول واضح من قبل افراد العينة لجميع التساؤلات المقدمة والخاصة بالمتغيرين ولجميع المحاور وذلك من خلال تحقيق أوساط حسابية فاقت الوسط الفرضي فضلا عن انخفاض الانحرافات المعيارية مما يدل على ضعف التشنت في الإجابات.
٥. اثبتت النتائج الإحصائية ان هناك علاقة اثر وارتباط قوية بين متغيرات البحث وهذا يعني رفض جميع فرضيات العدم وقبول فرضيات الوجود.

##### ثانيا/ التوصيات



١. العمل على استقطاب كوادر بشرية تمتلك المعرفة التخصصية في العمل المصرفي وجعلها بتماس مباشر مع زبائن المصرف فهم أكثر من غيرهم لهم القدرة على يصال الخدمة بالصورة الصحيحة فضلا عن اشراكهم في اتخاذ القارات المهمة والخاصة بتطوير الخدمة وابتكار خدمات جديدة.
  ٢. العمل بصورة دورية على تنمية وتطوير الموارد البشرية لدى المصارف من خلال إقامة الدورات والمؤتمرات الهادفة الى تعزيز الجانب المصرفي وجعل المصرف أحد اهم ركائز دعم الاقتصاد من خلال تقديم مختلف الخدمات المالية لحاجة جمهور الزبائن.
  ٣. الاستفادة من المقترحات التي يقدمها مزودي الخدمة من ذوي المعرفة والتخصص والهادفة الى تطوير الخدمة المصرفية بما يضمن تقديم خدمة مصرفية بجودة جيدة وكذلك اشراكهم في اتخاذ القرارات المهمة في العمل وها الامر يمكن المصرف من تحقيق التكامل بين مختلف اقسام المصرف بما ينتج عمل تعاوني جيد.
  ٤. ضرورة الاعتماد على افراد متخصصين في العمل المصرفي فهم أكثر من غيرهم قدرة على التعامل مع الحادثة التكنولوجية بما يمكن المصرف من تقديم خدمات ذات طابع الكتروني وبالتالي تقديم خدمة الكترونية بذات جودة الخدمة التقليدية.
  ٥. ضرورة الاستفادة من تجارب المؤسسات الناجحة في العمل المصرفي وعمل ورش تخصصية لاجل تعزيز جودة الخدمات المصرفية من خلال نقل التجارب الناجحة وتطوير الجهد البشري.
- المصادر
١. ابراهيم، بشرى عبد، عكاب، محمد مهدي (٢٠١٩)، " دور ابعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية"، مجلة كلية المامون، مجلد ٢، عدد ٣٣.
  ٢. بريس، احمد كاظم، البناء، زينب مكي، الدهان، جنان مهدي (٢٠١٩)، " راس المال الفكري الأخضر وتأثيره في التوجه الريادي"، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد ٨، العدد ٢٩.
  ٣. الحلبي، جود ماجد (٢٠١٧)، " دراسة ابعاد جودة الخدمة المصرفية وتأثيرها في ولاء العملاء للمصارف السورية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاقتصاد، جامعة حماة، سوريا.
  ٤. حمد، عامر علي، حماد، احمد جدعان (٢٠١٨)، " دور خصائص المنظمة المتعلمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية"، مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ٨، عدد ١.
  ٥. الحمداني، ناهدة إسماعيل، علي، علي اكرم (٢٠١٠)، " راس المال الفكري واثره في إدارة أداء العاملين"، مجلة تنمية الرافدين، مجلد ٣٢، عدد ٩٨.
  ٦. حميدي، زقاي، امين، رماس محمد (٢٠١٩)، " دور الوسيط للتسويق بالعلاقات في العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العميل"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، مجلد ٩، عدد ٣.
  ٧. الخصري، مها هشام، اشتيوي، محمد عبد (٢٠١٥)، " واقع إدارة راس المال الفكري بالجامعات الفلسطينية الخاصة في قطاع غزة"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس اكااديمية الإدارة والسياسة، فلسطين.
  ٨. الخلايلة، اشرف حمد، صايمة، عبد العزيز فريد (٢٠٢٠)، " اثر راس المال الفكري على الأداء المالي في البنوك المدرجة في بورصة عمان، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
  ٩. الدليمي، محمود فهد، الحسني، عماد عبد الأمير (دور راس المال الفكري في تحسين جودة الخدمات"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد ١١، العدد ٣٤.
  ١٠. ساجت، كاظم عبد الحسين، عليوي، عبد الناصر، عباس، ليلى جميل (٢٠٢٠)، " اثر جودة الخدمات المصرفية في تعزيز رضا الزبون"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد ١٦، عدد ٤٩.
  ١١. سالم، فادي عصام، اللوح، نبيل عبد شعبان، عامر، مامون (٢٠١٥)، " إدارة راس المال الفكري ودوره في تحسين البيئة الاجتماعية بقطاع غزة"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس اكااديمية الإدارة والسياسة، فلسطين.
  ١٢. سالم، نصيرة (٢٠١٩)، " جودة الخدمات المصرفية كالية لتحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوصناف، الجزائر.



١٣. السحاتي، وفاء علي(٢٠١٩)، " تمكين العاملين وأثره على جودة الخدمات المصرفية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، ليبيا.
١٤. سعيدة، قاسم شاوش(٢٠١٨)، " تقييم جودة الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية باستخدام نموذج الفجوات"، مجلة الابداع، مجلد ٨، عدد ١.
١٥. سلوات، وائل عبد الهادي، راضي، سمير محمد(٢٠١٥)، " دور راس المال الفكري في إدارة الازمات الصحية في وزارة الصحة الفلسطينية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس اكااديمية الإدارة والسياسة، فلسطين.
١٦. شبل، يحي احمد خليفة(٢٠١٩)، " استراتيجيات تحسين جودة الخدمات المصرفية لكسب رضا العملاء"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الدراسات العليا، جامعة مالك إبراهيم، ليبيا.
١٧. صرصور، محمود حسين، المدهون، محمد إبراهيم(٢٠١٧)، " راس المال الفكري ودوره في التطوير التنظيمي لدى السلطة القضائية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس اكااديمية الإدارة والسياسة، فلسطين.
١٨. عبد الهادي، ميسون علي، المدهون، محمد إبراهيم(٢٠١٧)، " راس المال الفكري ودوره في جودة الأداء المؤسسي"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس اكااديمية الإدارة والسياسة، فلسطين.
١٩. عطا الله، بهجت صبري، مقداد، محمد إبراهيم(٢٠١٧)، " دور راس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
٢٠. فرحاتي، لويذة، خوني، رايح(٢٠١٦)، " دور راس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة"، أطروحة دكتوراه مقدمة الى مجلس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير، الجزائر.
٢١. مسفوني، منى، عماني، لمياء، نباتي، رزيقة(٢٠١٨)، " قياس الوزن النسبي لإدارة علاقات الزبون وتأثيرها على مستوى ابعاد جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج الأداء الفعلي"، مجلة رؤى اقتصادية، مجلد ٢، عدد ٨.
٢٢. نايلي، الهام، لموشي، زهية(٢٠٢٠)، " اثر راس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بولاية قسنطينة"، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، مجلد ٢٣، عدد ٢.
٢٣. ياره، سمير عبد الصاحب(٢٠١٨)، " دور راس المال البشري في تعظيم قيمة العائد على الموجودات"، مجلة الإدارة والاقتصاد، مجلد ٤١، عدد ١١٧.

24. Koraz,Alaa EL-Dein Jabr(2011)," Organizational Memory Impact on the Intellectual Capital Case Study - Gaza Power Generating Company", thesis master, Trading college, the Islamic university-Gaza.