

أثر رأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بولاية
قسنطينة

**The impact of knowledge capital on improving the banking service
quality in commercial banks for Constantine city**

زهية لموشي

إلهام نايلي

(مخبر المحاسبة، المالية، الجباية والتأمين)

جامعة أم البواقي، الجزائر

- جامعة أم البواقي - الجزائر *

lemouchi.zahia@univ-oeb.dz

Naili.ilham@univ-oeb.dz

تاريخ الاستلام: 2020/02/07؛ تاريخ القبول: 2020/03/16

مستخلص:

يهدف هذا البحث إلى تحديد أثر رأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بولاية قسنطينة. وذلك باستخدام مقياس Servperf بأبعاده الخمسة، والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة. ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم توزيع 251 استبيان على عينة عشوائية من موظفي البنوك التجارية بولاية قسنطينة. وقد خلصت النتائج إلى أن هناك أثر معنوي إيجابي بين رأس المال المعرفي وجودة الخدمات المصرفية، كما ضم البحث مجموعة من التوصيات هدفها تشجيع رأس المال المعرفي وتحسين جودة الخدمة.

الكلمات المفتاحية: رأس المال المعرفي؛ جودة الخدمة المصرفية؛ نموذج Servperf؛ البنوك التجارية

تصنيف JEL: D83 ; G21 ; C12

Abstract:

This research aims to determine the impact of knowledge capital on improving the banking service quality in commercial banks for Constantine city, using the five dimensions service performance measure (Servperf), to achieve the objectives of the study and test the hypothesis, were distributed 251 questionnaires to sample employees of commercial banks for Constantine city.

The results have concluded that there is a significant positive effect between knowledge capital and banking service quality, and the research reached a number of recommendations aimed to encouraging knowledge capital and improving banking service quality.

* المؤلف المراسل.

Keywords: knowledge capital; banking service quality; model Servperf; commercial banks.

Jel Classification Codes: D83; G21, C12

مقدمة

في ظل التغيرات الراهنة، وجدت البنوك أن معارف وكفاءات مواردها البشرية تعد أهم ميزة تكتسبها، ومن هنا نشأ مفهوم رأس المال المعرفي ليشير إلى القدرات المعرفية التي تحوز عليها البنوك والتي تستطيع دمجها في عملياتها الإدارية، ولقد أصبح الاهتمام بالمعرفة أمراً توليه البنوك أهمية كبيرة، فأثر رأس المال المعرفي هو الثروة الحقيقية للبنوك ومصدر قوتها وتميزها؛ باعتباره أهم عنصر في تفعيل العملية الإبداعية والابتكارية والقادر على تحويل المعرفة إلى قيمة مضافة.

وتظهر الأهمية الداخلية لجودة الخدمة المصرفية من خلال علاقاتها بموظفي البنك في تعابير زيادة الرضا ورفع الروح المعنوية، والالتزام بالأعمال المصرفية التي يقومون بها، فالعلاقات العمالية الجيدة والولاء المتزايد للموظفين يساعد في تخفيض معدل دوران العمال، والتكاليف المترافقة مع نشاطات الاستقطاب والاختيار والتدريب. إن إيجاد البيئة الملائمة للعمل المصرفي من خلال البحث عن الفرص الأفضل لاكتساب المهارات وتنويع الأعمال وتطبيق التحسينات بحيث يكون موظفو البنك جزءاً من ثقافة الخدمة المصرفية الموجهة بالزبون كونهم يشاركون ويشتركون في التحسينات التي يتطلّبها العمل المصرفي (الصرن، 2007، ص 202). ولعل الاهتمام بالموارد البشرية في البنوك من أهم العوامل المساعدة على تحسين جودة خدماتها.

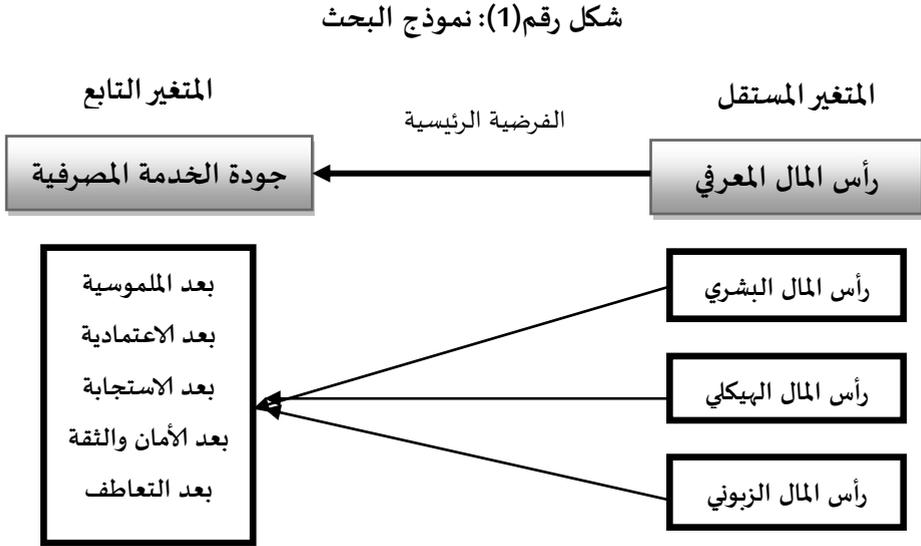
❖ إشكالية البحث:

وبناء على ما سبق تتمثل إشكالية هذا البحث في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر رأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بولاية قسنطينة؟ وينتج عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية تتمثل في:

- ما المقصود برأس المال المعرفي؟ وما أهميته في المؤسسات الاقتصادية؟
- كيف تعرف جودة الخدمات المصرفية؟ وما هي أبعادها؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال البشري على تحسين جودة الخدمات عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال الهيكلي على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال الزبوني على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟
- ❖ فرضيات البحث: اعتمادا على التساؤلات المطروحة سابقا يمكن صياغة الفرضيات التالية:
- الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
- ويشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:
- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال البشري على تحسين جودة الخدمات عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟
- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال الهيكلي على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟
- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لرأس المال الزبوني على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ ؟
- ❖ أهمية البحث: تكمن أهمية هذا البحث في:
- أهمية دراسة رأس المال المعرفي كونه يمثل سلاحا تنافسيا فاعلا للبنوك الجزائرية الباحثة عن التميز في ظل عالم انتقل من الاعتماد على الموارد المادية والمالية إلى الاعتماد على الفكر والمعرفة؛
- أهمية الدور الذي يضطلع به رأس المال المعرفي في البنوك، والذي يعمل على تعظيم قيمة البنك ويسهم في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة.
- ❖ أهداف البحث: يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:
- معرفة رأس المال المعرفي وأبعاده وكذا أهميته؛
- تحديد أهمية الجودة في البنوك والتعرف على أبعاد جودة الخدمات المصرفية؛
- تبيان أثر رأس المال المعرفي بفروعه الثلاث (البشري، الهيكلي، الزبوني) على جودة الخدمات المصرفية.

❖ نموذج البحث: يمثل نموذج الدراسة علاقة التأثير والارتباط بين المتغيرات حيث تم تقسيم كل من المتغير المستقل والمتغير التابع لمتغيرات جزئية للتمكن من دراسة هذه العلاقة، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



المصدر: من إعداد الباحثين

❖ منهج البحث: تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي وذلك من خلال وصف كل متغيرات البحث من أبعاد رأس المال المعرفي وأبعاد جودة الخدمات المصرفية - وذلك من خلال استعراض وتحليل أبرز المراجع التي تناولت الموضوع، بالإضافة إلى دراسة حالة على مستوى البنوك التجارية بولاية قسنطينة من خلال توزيع استمارة على الموظفين.

1. عموميات حول رأس المال المعرفي

لقد عرف رأس المال المعرفي اهتماما كبيرا وواسعا، خاصة مع الطفرة التي حدثت في مجال المعلومات وظهور ما يعرف بإدارة المعرفة فأصبح لزاما على البنوك إعادة النظر فيما تمتلكه من معارف ومعلومات وكفاءات، ومنه لم يعد اهتمامها قائما على رأس مالها المادي والمالي فقط وإنما رأس مالها المعرفي كذلك.

1.1 مفهوم رأس المال المعرفي

تعددت التعاريف ووجهات النظر التي عالجت موضوع رأس المال المعرفي، فيعرف على أنه "المعرفة التي يمكن تحويلها إلى أرباح" (Helen, 2010,p:4)، ويعرفه على أنه "قوة عقلية ومعلومات مفيدة معبأة يمكن النظر إليها على أنها معرفة، معلومات وملكية فكرية، وخبرة يتم استخدامها في إنشاء الثروة." (Venugopal,2015,p: 677) ويعرف أيضا على أنه " مجموعة من الأفكار والاختراعات والتكنولوجيات والمعرفة العامة وبرامج الحاسوب والتصاميم ومهارات البيانات والعمليات والإبداع والتطبيقات في المؤسسة، وهو كل معرفة يمكن تحويلها إلى ربح ". (جرادات وآخرون، 2011، ص: 234). من خلال هذه التعاريف يمكن التوصل إلى أن رأس المال المعرفي هو عبارة عن كل ما يمتلكه أفراد البنك من معارف ومؤهلات وخبرات ومهارات وكفاءات تمكنهم من تقديم قيمة إضافية له، عبر كل ما يساهمون به من إبداع وخلق فرص للتميز والريادة.

2.1 أهمية رأس المال المعرفي

إن معيار التنافس اليوم هو المعرفة والمعلومات والمهارات في ظل التقدم التكنولوجي، حيث أصبح أحد أهم الموارد التي تملكها البنوك في وقتنا الحالي ويتضح ذلك من خلال ما يلي:

- إظهار وجذب العملاء وتعزيز ولائهم من خلال تحسين الإنتاجية وتعزيز القدرة التنافسية؛ (عبد الهادي، 2017، ص: 15)
- مصدر توليد الثروة للمؤسسة والعاملين وتطويرها، وهو قادر على توليد ثروة خيالية من خلال قدرته على تسجيل براءات اختراع؛ (العدوان، سليمان، 2012، ص: 142)
- يعد السلاح الأساسي للمؤسسة لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن بقاء واستمرارية المؤسسة؛ (زبير، جدي، 2011، ص ص: 13-14)
- يعتبر أساسا مهما في بناء المؤسسات الذكية وذلك من خلال توفير العقول المتميزة بذكائها وقدرتها على استثمار باقي الموارد وتسخيرها لصالح توسيع مساحة التميز لمؤسساتهم. (فرحاتي، 2016، ص: 80)

3.1 مكونات رأس المال المعرفي

يتميز رأس المال المعرفي بتنوع مكوناته بين رأس المال البشري، الهيكلي والزبوني.

❖ **رأس المال البشري:** هو رأس المال الحقيقي ويقع عليه عبئ تقديم الأفكار وإجراء البحوث وتحويل نتائجها إلى منتجات. (تواتي، نادي، 2012، ص: 5) ويعرف على أنه " المعارف والمهارات والكفاءات وغيرها من الصفات المجسدة في الأفراد أو مجموعات الأفراد

المكتسبة خلال حياتهم، والتي تستخدم لإنتاج السلع أو الخدمات أو الأفكار في ظروف السوق". (Mazlan,2005,p:24)

- ❖ **رأس المال الهيكلي:** يعرف على أنه " الأصل الفكري المستقل عن الأفراد الذي يمنح للمؤسسة القدرة على مواجهة التحديات الداخلية والخارجية، ويتضمن كل المعلومات التكنولوجية والعلامات التجارية وبراءات الاختراع والخطط التي يمكن تمثيلها، قواعد البيانات والبرمجيات والأجهزة والهيكل التنظيمية ". (Sadeaq , 2018, p:31)
- ❖ **رأس المال الزبوني:** ويسمى أيضا برأس المال العلاقتي ويمثل قيمة العلاقات التي تقيمها المؤسسة مع زبائنها من خلال زيادة رضا الزبون وولائه، عن طريق الاهتمام بمقترحاته والاستماع إلى الشكاوى المقدمة من جانبه وإيجاد الحلول الناجحة لها بالسرعة الممكنة، وإقامة علاقات تعاون قوية. (الطويل وآخرون، 2016، ص: 36) ويعرف على أنه " القيمة التي يفرزها مستوى رضا العملاء وولائهم للجهات الخارجية الأخرى، وما استطاعت المؤسسة من بنائه من علاقات متميزة مع هذه الأطراف"(أحمد، عاشور، 2017، ص: 222).

2. جودة الخدمة المصرفية

أصبحت جودة الخدمات المصرفية محورا تميز وتفوق البنك، وأن الاستمرار في المحافظة على الجودة والتميز هي السبيل الوحيد لاستمرار نشاطات البنك في خدمة زبائنه.

1.2 مفهوم جودة الخدمة المصرفية

تستمد الصعوبة في تعريف جودة الخدمة المصرفية من الخصائص العامة المميزة للخدمات قياسا على السلع المادية، وظهرت العديد من التعاريف لجودة الخدمة المصرفية، حيث تعرف جودة الخدمة على أنها "مقياس لمدى نجاح مستوى الخدمة المقدمة، فهي الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها" (Parasuraman et Al, 1985,p: 42). وتعرف بأنها "الفرق بين توقعات الزبائن لأداء الخدمة قبل حصولهم عليها وتصوراتهم للخدمة بعد تلقيها". كما تعرف على أنها "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها الزبون توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له" (Grönroos, 1984,p: 37). أما جودة الخدمة المصرفية فهي "ملائمة ما يتوقعه الزبون من الخدمة المصرفية المقدمة إليه مع إدراكه للمنفعة التي يحصل عليها نتيجة حصوله على هذه الخدمة"(تركي اسماعيل، 2007، ص: 4). كما تعرف على أنها "سلسلة من العلاقات بين الزبائن والعاملين بالبنك ويجب العمل على تحسين تلك العلاقة باختيار أفراد قادرين على تقديم خدمة أفضل". (سمير أحمد، 2009، ص: 68) وتعرف على أنها "إرضاء

لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها". (الصرن، 2008، ص: 32) يتضح مما سبق أنه توجد صعوبة في إيجاد تعريف محدد لجودة الخدمة المصرفية، ومنشأ تلك الصعوبة ناتج عن طبيعة الخدمة المصرفية غير الملموسة، فضلا عن ذلك فإن تقديم الخدمات ولاسيما في المجالات ذات العمالة البشرية الكثيفة مثل البنوك تتفاوت بسبب مهارات العاملين، ونوعية الزبائن والاختلاف في أوقات تقديمها.

2.2 العوامل التي تساعد على تحسين جودة الخدمة المصرفية

هناك مجموعة من العوامل التي تساعد على تحسين جودة الخدمة المصرفية والتي نوجزها فيما يلي (الخلف، 1997، ص ص: 125-129):

❖ **التركيز على الزبون:** إن نجاح أي مؤسسة مرتبط بمدى رضا الزبائن عن الخدمات التي تقدمها، وعليه يسعى أي بنك لكسب رضا زبائنه من خلال تقديم الخدمات التي تتوافق مع توقعاتهم بهدف كسب ولائهم.

❖ **تحفيز وتدريب الموظفين:** بهدف دفع الموظفين لتقديم أفضل المهارات والأفكار في مجال الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية للزبائن، على الإدارة أن تقوم بتحفيز الموظفين وتدريبهم على حسن معاملة الزبون بما ينعكس على تحسين جودة الخدمة المصرفية.

❖ **المشاركة:** إن اعتماد البنك لمفهوم المشاركة بين جميع الموظفين داخله سيؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة من خلال اعتماد فرق العمل وتكوين حلقات الجودة.

3.2 أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تتمثل أبعاد جودة الخدمة المصرفية في المظاهر المادية الملموسة المحيطة بأداء الخدمة، والجودة التفاعلية التي هي نتاج التفاعل ما بين الموظف والزبون عند أداء الخدمة، وجودة البنك وسمعته. (معلا، 1994، ص ص: 112-115). يرجع أصل أبعاد جودة الخدمة إلى المزيج التسويقي الخدمي والخصائص التي تميز الخدمات، كما يرجع أيضا إلى الموظفين الذين يقدمون الخدمات، أما الباقي فيرجع إلى التسهيلات والوسائل المستعملة في إنتاج الخدمة وتوفيرها. وقد توصل الباحثين إلى أن المعايير التي يبني عليها الزبائن توقعاتهم وإدراكاتهم، وبالتالي حكمهم على جودة الخدمة المصرفية، تمتد لتشمل عشرة أبعاد أساسية من خلال النموذج الذي وضعه Parasuraman, Zethaml and Berry سنة 1985 كأول نموذج لقياس وتفسير جودة الخدمة (Lovelock, 2004, p: 465). وفي سنة 1990 قام Parasuraman, Zethaml and Berry بدمج هذه الأبعاد العشرة في خمسة أبعاد لتقييم جودة الخدمة المصرفية من خلال الاستجابات مع حوالي 2000 مستهلك في شكل جماعات التركيز وهذه الأبعاد هي: (ادريس، 1996، ص: 21)

❖ **الاعتمادية Reliability**: الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة بدقة وثبات، وتقديم الخدمة بشكل صحيح؛

❖ **الاستجابة Responsiveness**: الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن والرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.

❖ **الأمان والثقة Assurance**: الشعور بالأمان في التعامل من خلال الثقة بمقدمي الخدمات؛

❖ **التعاطف Empathy**: وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا، وتقدير ظروفه والتعاطف معه والتعامل بلطف معه؛

❖ **الملموسية Tangibility**: حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة، والمظهر اللائق لمقدمي الخدمات.

كما أثبتت الدراسات أنه على الرغم من النظر إلى الأبعاد الخمسة أنها ضرورية، إلا أن الوزن النسبي لها يختلف من زبون إلى آخر ومن مؤسسة خدمية لأخرى (العجارمة، 2005، ص: 333). كما أن الأبعاد السابقة التي يعتمدها الزبون لتقييم جودة الخدمة ليست بالضرورة مستقلة عن بعضها، بل إن بعضها متداخلة مع البعض الآخر، وقد تكون مكملة لبعضها البعض. (Baron, Kins, 1995, p: 160)

3. الجانب التطبيقي من البحث

1.3 منهج البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي لوصف خصائص مفردات عينة البحث، كما تم تحليل العلاقات الارتباطية والسببية لمتغيرات البحث المستقلة والتابعة.

2.3 مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث من جميع موظفي البنوك التجارية العاملة في مدينة قسنطينة والتي عددهم 900 فردا، ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث فقد قمنا باختيار عينة عشوائية طبقية من هذا المجتمع حسب معادلة ستيفن ثامبسون (لمزيد من المعلومات الاطلاع على جداول تحديد العينة 608، KREJCIE & MORGAN, 1970, p: 608). إذن حجم العينة تساوي 269 موظف.

وقد قمنا بتوزيع الاستبيانات حسب حصة كل بنك في السوق المصرفي وذلك حسب عدد وكالاته، ويهدف الحصول على أكبر قدر من الاستبيانات تم توزيع 300 استبيان. بعد استرجاع الاستبيانات ومراجعتها، تبين أن 251 استبيان صالحة للتحليل الإحصائي، أي بنسبة 83.66%. بعدها قمنا بترميز البيانات وإدخالها للبرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS 25)

يهدف استخراج النتائج الإحصائية الخاصة بالمقاييس والمتغيرات، حيث اشتملت على الجوانب الوظيفية والاستدلالية.

3.3 أداة البحث

استخدم في جمع البيانات المطلوبة للبحث استبيان صمم لهذا الغرض واشتمل على ثلاثة أجزاء: يتضمن الجزء الأول مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالخصائص الديمغرافية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة والخبرة المهنية، أما الجزء الثاني فضم المتغير المستقل وهو رأس المال المعرفي تم قياسه من خلال مقياس ليكرت الخماسي، ويتضمن ثلاثة أبعاد فرعية (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي ورأس المال الزبوني). والجزء الثالث شمل المتغير التابع وهو جودة الخدمة المصرفية، تم قياسه من خلال استخدام مقياس جودة الخدمة "servperf" الذي قدمه (Cronin and Taylor 1992) وبأبعاده الجزئية الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف).

4.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث

لقد استخدمت الدراسة الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 25) في تحليل البيانات المختلفة التي تم جمعها، إذ تم استخدام التوزيع التكراري، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبيان مدى تركيز إجابات عينة البحث لمجموع فقرات البحث، كما تم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضيات الفرعية، وتحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية.

❖ **الصدق والثبات:** قبل البدء بتوزيع استبيان البحث تم التأكد من مدى ملاءمته وشموليته لأهداف البحث من قبل مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في مجال التسويق. أما ثبات أداة القياس فقد تم اختباره عن طريق ألفا كرونباخ الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم (1): يلخص مقاييس البحث

المقياس	رأس المال المعرفي	جودة الخدمة المصرفية	الكلية
عدد الفقرات	15	23	38
الفا كرونباخ	0.899	0.895	0.938

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

تم التأكد من اتساق وثبات مقاييس البحث بطريقة ألفا كرونباخ وقد تم حساب معامل الثبات للمقاييس باستخدام معامل ارتباط ألفا كرونباخ كما هي موضحة في الجدول (1) وقد تراوحت قيمه بين 0.895 و 0.938 وهي درجة مقبولة وموثوقة لأغراض البحث العلمي في مجال البحث كونها أعلى من النسبة المقبولة 60%. وتدل على أن المقاييس تتصف بالاتساق الداخلي.

❖ اختبار التوزيع الطبيعي سميرونوف كلمغروف : يتم استخدام اختبار سميرونوف كلمغروف من أجل معرفة اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، حيث وجدنا أن بيانات رأس المال الفكري وجودة الخدمة المصرفية ذوات مستوى دلالة أكبر من 0,05 وعليه فإن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي.

5.3 عرض النتائج ومناقشتها

نتناول فيما يلي الوصف الإحصائي لإجابات أفراد العينة، بالإضافة إلى نتائج اختبار الفرضيات.

1.5.3 الوصف الإحصائي لإجابات أفراد العينة

تضمن الاستبيان خمس أسئلة حول البيانات الشخصية لعينة البحث والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول رقم (2): خصائص أفراد عينة البحث

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	151	60.2%
	أنثى	100	39.8%
السن	من 18-30	24	9.6%
	31 - 40	104	41.4%
	41 - 50	87	34.7%
	51 - 60	36	14.3%
المستوى التعليمي	متوسط	11	4.4%
	ثانوي	80	31.9%
	جامعي	144	57.4%
	دراسات عليا	16	6.4%
المهنة	مدير	27	10.8%
	رئيس مصلحة	38	15.1%
	رئيس قسم	47	18.7%
	موظف	139	55.4%
الخبرة المهنية	5 سنوات وأقل	38	15.1%
	من 6-10 سنوات	40	15.9%
	من 11-15 سنة	65	25.9%
	أكثر من 15 سنة	108	43%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه يلاحظ أن عدد الموظفين الذكور بلغ 151 أي ما نسبته 60.2% من العينة المدروسة، في حين يمثل الموظفات الإناث نسبة 39.8% بتكرار 100 موظفة، أما من حيث السن فنجد أن الفئة العمرية (من 31 - 40 سنة) قد حصلت على أكبر تكرار ب 104 موظف ونسبة 41.4% وهي فئة متوسط العمر وتلها فئة (من 41 - 50 سنة) بتكرار 87 ونسبة 34.7%، وهذا يدل على أن المتوسط العمري يميل للفئة العمرية (من 31 - 50 سنة) ويعود ذلك لسياسة البنوك الجزائرية الهادفة لتوظيف هذه الفئة بكثرة، فهي فئة نشيطة وحيوية وتتمتع بحب العمل والمواظبة. أما بالنسبة للمستوى التعليمي فنجد أن غالبية أفراد العينة هم من حملة الشهادات الجامعية بتكرار 144 موظف مشكلين ما نسبته 57.4% وذلك يرجع إلى شروط التوظيف الخاصة بالبنوك التجارية التي تشترط الشهادة الجامعية كحد أدنى للتوظيف خاصة في الوقت الراهن. كما أن أغلب أفراد عينة البحث هم فئة (الموظف) حيث بلغ عددهم 139 موظف أي بنسبة 55.4% من المجموع العام، واحتلت فئة (مدير) المرتبة الأخيرة بتكرار 27 مديرا ونسبة 10.8%، لأن العديد من مديري الوكالات البنكية المبحوثة رفضوا الإجابة على الاستبيان متحججين بضيق وقتهم وانشغالهم المستمر في الأعمال. ويلاحظ من جدول توزيع أفراد العينة الاحصائية حسب متغير الخبرة المهنية أن فئة (أكثر من 15 سنة) قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 43%، وما يلاحظ أن أغلب موظفي البنوك التجارية الجزائرية وخاصة العمومية منها لهم خبرة في مجال العمل البنكي تفوق 11 سنة، أما الموظفين ذوي الخبرة المهنية التي تقل عن خمس سنوات فبلغ 53 موظفا، وأغلب هذه الفئة هي من موظفي البنوك الأجنبية خاصة.

2.5.3 تحليل بيانات أبعاد رأس المال المعرفي (المتغير المستقل)

لقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي في هذه الدراسة، وعليه تم تحديد المقياس المعتمد في تقييم اتجاهات آراء أفراد العينة، فوجد طول المجال مساويا ل: $0.8 = 5/4$ (حيث المدى: 5-1=4)، ومن ثم أمكن وضع الخيارات على النحو التالي: [1- 1.8] [منخفض جدا، -1.8- 2.6] [منخفض، 2.6- 3.4] [متوسط 3.4- 4.2] [مرتفع، 4.2- 5] [مرتفع جدا، وهي تعبر عن الوزن النسبي لأبعاد رأس المال المعرفي وجودة الخدمة المصرفية. والجدول أدناه يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (3): وصف عبارات أبعاد رأس المال المعرفي

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي

مرتفع	1.41	3.42	يملك البنك موارد بشرية مؤهلة	1
مرتفع	0.82	3.80	يستطيع الموظفون حل المشاكل التي تواجههم أثناء أداء مهامهم	2
مرتفع	1.03	3.62	يقوم الموظفون بالإبداع والتطوير في أساليب العمل	3
مرتفع	0.88	3.78	يولي البنك اهتماما بالموظفين ذوي الخبرة ويستفيد من كفاءتهم	4
مرتفع	0.86	3.94	تتناسب مؤهلات الأفراد مع الوظائف الموكلة لهم	5
مرتفع	0.710	3.713	بعد رأس المال البشري	
مرتفع	0.77	3.88	الهيكل التنظيمي للبنك يحدد العلاقات بين مختلف الموظفين	6
مرتفع	0.82	3.82	يملك الموظفون القدرة على اتخاذ القرارات	7
متوسط	1.29	2.92	يقوم البنك بتطوير طرق وأساليب العمل لزيادة الكفاءة	8
مرتفع	0.99	3.40	يملك البنك قاعدة بيانات توفر كافة المعلومات المتعلقة به	9
مرتفع	0.75	4.13	يقوم البنك بمراجعة وتقييم العمليات الإدارية بشكل مستمر	10
مرتفع	0.659	3.631	بعد رأس المال الهيكلية	
مرتفع	0.99	3.67	تسعى إدارة البنك لبناء علاقات جيدة مع الزبائن والحفاظ عليها	11
مرتفع	0.88	4.00	يحرص البنك على حل مشاكل زبائنه	12
مرتفع	0.78	3.99	يوفر البنك احتياجات الزبائن بهدف تحقيق رضاهم وولائهم	13
مرتفع	0.83	4.05	يبني البنك علاقات متميزة مع الأطراف الخارجية الوثيقة بعمله	14
مرتفع	1.01	3.71	يدرس البنك تغيرات البيئة التنافسية حتى يواكب تطوراتها	15
مرتفع	0.698	3.886	بعد رأس المال الزبوني	
مرتفع	0.620	3.743	رأس المال المعرفي	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

جاءت درجة الموافقة على جميع العبارات بين متوسطة ومرتفعة، كما أن درجة موافقة موظفي البنوك محل البحث عن بعد رأس المال المعرفي جاءت مرتفعة، بحيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير 3.74 بانحراف معياري 0.62 إذ يمكن القول إن معظم أفراد العينة المستجوبة يوافقون على أن البنوك تملك موارد بشرية مؤهلة تربطها علاقات منظمة. كما نجد أن عبارات بعد رأس المال البشري لها أهمية مرتفعة؛ أما بالنسبة لعبارات بعد رأس المال الزبوني لها أهمية مرتفعة؛ وهو ما يوضحه المتوسط الحسابي الذي بلغ 3.88 بانحراف معياري 0.69.

3.5.3 تحليل بيانات أبعاد جودة الخدمة المصرفية (المتغير التابع)

يوضح الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الموظفين عن مدى توفر عبارات أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة في البنوك التجارية.

جدول رقم (4): وصف عبارات أبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	ترتيب
مرتفع	1.27	3.42	تتوفر لدى البنك تجهيزات تقنية حديثة تقدم خدمات تنافسية	1
متوسط	1.42	3.33	يملك البنك موقع جذاب يزيد من إقبال الزبائن	2
متوسط	1.43	3.19	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل	3
مرتفع	1.18	3.71	يعتني موظفو البنك بمظهرهم وهذا مهم	4
متوسط	1.24	3.39	يعتمد البنك في تقديم خدماته على الهاتف والبريد الإلكتروني	5
مرتفع	1.004	3.409	بعد الملموسية	
مرتفع	1.13	3.82	يمكن الاعتماد على موظفي البنك	6
مرتفع	1.02	3.65	يفي البنك بوعوده للزبائن في الأوقات المحددة	7
مرتفع	0.90	3.85	الثقة بمهارة موظفي البنك على تقديم الخدمات بشكل جيد	8
مرتفع	1.11	3.83	يحتفظ البنك بسجلات وكشوفات دقيقة عن زبائنه	9
مرتفع	1.13	3.75	يتمتع موظفو البنك بمهارة في تقديم الخدمات	10
مرتفع	0.848	3.777	بعد الاعتمادية	
مرتفع	1.04	3.80	يقوم البنك بتقديم خدمات سريعة	11
مرتفع	1.11	3.65	يستجيب موظفو البنك لاستفسارات واحتياجات الزبائن	12
مرتفع	1.02	3.69	تعطى مواعيد محددة لأداء الخدمة المصرفية	13
متوسط	1.29	3.38	يقدم البنك للزبائن جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة (هاتف نقال، إنترنت...)	14
مرتفع	0.930	3.632	بعد الاستجابة	
مرتفع	0.94	4.05	يشعر الزبائن بالأمان عند تعاملهم مع البنك	15
مرتفع	0.98	3.73	يظهر الموظف المعرفة الشخصية بالزبون ويحرص على الترحيب	16
مرتفع	0.89	3.75	تحرص إدارة البنك على توفير وسائل تسهل تعامل الزبائن معه	17
مرتفع	0.91	3.87	يبلغ البنك الزبائن بالتطورات التي تمس الأعمال المصرفية داخله	18
مرتفع	1.07	3.78	توفر الأدوات الإلكترونية - وسائل الحماية - يساهم في طمأننة	19

			الزبائن للتعامل مع البنك
مرتفع	0.727	3.835	بعد الأمان والثقة
مرتفع	1.01	3.80	20 يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون
مرتفع	0.75	3.93	21 يتعامل موظفو البنك مع الزبائن بلطف ويراعون ظروفهم
مرتفع	0.99	3.82	22 يضع البنك مصلحة الزبون في قمة اهتماماته
مرتفع	1.18	3.57	23 يولي البنك رعاية خاصة وفردية بكل زبون
مرتفع	0.847	3.778	بعد التعاطف
مرتفع	0.741	3.706	جودة الخدمة المصرفية الكلية

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

جاءت درجة الموافقة على جل العبارات مرتفعة، حيث أن عبارات مؤشر الاعتمادية ذات وزن نسبي مرتفع حيث بلغ متوسطها الحسابي 3.77، وانحراف معياري قدره 0.848. كما أن درجة موافقة المديرين والموظفين على جودة الخدمة المصرفية الكلية المقدمة لزبائن البنوك محل البحث جاءت مرتفعة، وهو ما يؤكد المتوسط الحسابي الذي قدر ب 3.706 وانحراف معياري يساوي 0.741. واحتل بعد الأمان والثقة المرتبة الأولى، في حين احتل بعد الملموسية المرتبة الأخيرة.

4.5.3 نتائج اختبار الفرضيات

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار الفرضيات، تم إجراء مجموعة من الاختبارات، وذلك من أجل ضمان ملاءمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار. لقد تم اختبار الفرضيات الجزئية باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وعرض نتائجها في الجدول أدناه:

جدول رقم (5): أثر أبعاد رأس المال المعرفي على جودة الخدمة المصرفية

نموذج	الثابت a	المعامل الانحدار β	R	R ²	t	Sig t	F	Sig F
					المحسوبة		المحسوبة	
بعد رأس المال البشري	0.854	0.819	0.819	0.670	22.486	0.000	505.630	0.000
بعد رأس المال الهيكلية	0.914	0.814	0.814	0.662	22.099	0.000	488.366	0.000
بعد رأس المال الزبوني	0.655	0.617	0.617	0.381	12.370	0.000	135.017	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

❖ **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط إيجابي بين بعد رأس المال البشري وجودة الخدمات المصرفية وقدره 81.9% وبالنظر لقيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.670$) يلاحظ أن نسبة التغيرات التي تحدث في المتغير المستقل (بعد رأس المال البشري) تفسر ما نسبته 67% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع. ويؤكد هذا على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي قيمة F الدالة إحصائيا لأن مستوى دلالتها أقل من (5%) وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة التي تقر بمعنوية النموذج، وبالتالي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على جودة الخدمات المصرفية.

❖ **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلية على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة معنوية (0,05)؛

أظهرت نتائج التقدير أن معامل الارتباط R بلغ 81.4% وهذا يعني وجود علاقة طردية قوية بين رأس المال الهيكلية وجودة الخدمات المصرفية، كما يظهر أن معامل التحديد R^2 يساوي 0.662 مما يعني أن 66.2% من التغير في جودة الخدمات المصرفية يعود إلى رأس المال الهيكلية، أما 31.8% الباقية فتراجع لعوامل أخرى، ويلاحظ من الجدول أيضا أن قيمة F المحسوبة (488.366) أكبر من قيمة F الجدولية عند مستوى معنوية 0.05، وهذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلية على جودة الخدمات المصرفية.

❖ **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الزبوني على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة معنوية (0.05).

أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط إيجابي بين بعد رأس المال الزبون وجودة الخدمات المصرفية وقدره 61.7% وبالنظر لقيمة معامل التحديد، فإن نسبة التغيرات التي تحدث في بعد رأس المال الزبون تفسر ما نسبته 38.1% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع. ويمكن اعتبار هذه العلاقة مقبولة إحصائيا بالنظر إلى قيمة الاختبار (t) التي قدرت ب (12.370)، ما يزيد تأكيد ذلك هو مستوى دلالتها التي قدرت ب 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) ويؤكد هذا على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي، ومن خلال قيمة F الدالة إحصائيا لأن مستوى دلالتها أقل من (5%) وبالتالي ترفض الفرضية الصفرية، وتقبل الفرضية البديلة

التي تقر بمعنوية النموذج. وبالتالي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الزبوني على جودة الخدمات المصرفية.

❖ الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة معنوية (0.05).

لقد تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية، اعتماداً على أسلوب stepwise خاصة وأنه من الجدول رقم (5) يتبين أن المتغيرات الثلاث المستقلة معنوية. وتعتمد هذه الاستراتيجية على إدخال المتغيرات المستقلة للنموذج واحداً تلو الآخر، حيث نقوم بإدخال أول متغير وهو بعد رأس المال البشري لأنه أكثر المتغيرات ارتباطاً بالمتغير التابع ($R=0.819$)، وبعدها قمنا بإدخال بعد رأس المال الهيكلي ($R=0.814$)، وأخيراً أدخلنا بعد رأس المال الزبون ($R=0.617$)، والجدول أدناه يوضح لنا معالم أفضل نموذج ممثل للظاهرة المدروسة. جدول رقم (6): خصائص النماذج المفسرة لأثر رأس المال الفكري على جودة الخدمة

المصرفية

النموذج	المعاملات المعيارية		غير المعاملات المعيارية	T	مستوى المعنوية	F	مستوى المعنوية
	المعامل B	الخطأ المعياري					
1	بعد رأس المال البشري	0.854	0.038	0.819	22.486	505.630	0.000
2	بعد رأس المال البشري	0.495	0.050	0.475	9.980	390.	0.000
	بعد رأس المال الهيكلي	0.512	0.053	0.455	9.573	661	0.000

جودة الخدمة المصرفية: متغير تابع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة الاختبار (t) قدرت بـ 22.486 بمستوى دلالة 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يسمح لنا بإدخال المتغير المستقل ليصبح النموذج معنوي بقيمة (F) البالغة 505.630 والدالة إحصائية بـ 0.000، ويبين النموذج رقم (1) أنه في حالة تغير بعد رأس المال البشري بوحدة واحدة فإن ذلك سيؤدي إلى ارتفاع جودة الخدمة المصرفية المقدمة بنسبة 81.9%. المرحلة الثانية تتمثل في إدخال المتغير المستقل الثاني وهو بعد رأس المال الهيكلي، وذلك في ظل ثبات المتغير المستقل الأول. ومن الجدول أعلاه يلاحظ قيمة الاختبار (t) بلغت (9.573) بمستوى دلالة 0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد

0.05) مما يعني أن هذا المتغير معنوي، وعليه يقبل إدخاله في النموذج، ومن ثم قبول النموذج (2) أفضل من (1) لأنه ثبت معنويته بوجود متغيرين، ونلاحظ أنه في حالة تغير بعد رأس المال البشري بوحدة واحدة فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة جودة الخدمة المصرفية بنسبة 47.5%، وفي حالة تغير بعد رأس المال الهيكلي بوحدة واحدة فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة جودة الخدمة المصرفية بنسبة 45.5%؛ المرحلة الثالثة تتمثل في إدخال المتغير المستقل الثالث وهو بعد رأس المال الزبوني، وذلك في ظل ثبات المتغير المستقل الأول والثاني، ومن الجدول أعلاه يلاحظ أن هذا البعد قد تم حذفه من خلال اتباع طريقة الانحدار المتعدد وبالتالي يعتبر النموذج الثاني أفضل نموذج، وسوف يتم اختباره.

5.5.3 اختبار جودة أفضل نموذج مقترح

النموذج الثاني الذي ضم متغيرين، وبقي معنوي، وبالتالي هذا هو النموذج الذي سيتم اختباره. ❖ يعبر معامل التحديد على أن 75.9% من التباينات الكلية يفسرها نموذج الانحدار الخطي المتعدد، كما تبرز أيضا معنوية النموذج من خلال اختبار (F) التي قدرت ب (390.661) بمستوى معنوية 0.000 وهي أقل من 0.05، وهو ما يؤكد على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تقر بأن نموذج الانحدار المتعدد معنوي وذو دلالة إحصائية.

❖ ومن خلال حسابنا للقيمة (D.W.) تبين لنا أنه لا توجد مشكلة الارتباط الذاتي للأخطاء العشوائية، لأنها تنتمي إلى مجال استقلالية البواقي المستخرج من الجدول الخاص بالقيم الحرجة؛ (Durbin-Watson Significance Tables, P 6)

❖ أما اختبار التعدد الخطي، فمن النتائج نجد أن قيم اختبار معامل تباين التضخم (VIF) (Variance Inflation Factor) لجميع المتغيرات تقل عن 10، وأن قيم اختبار درجة التساهل Tolerance أكبر من 0.05، ويعد هذا مؤشرا على عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة:

❖ تم تمثيل قيم (\hat{y}) على المحور الأفقي والبواقي المعيارية على المحور الرأسي ومن الشكل الناتج نجد أن النقاط تتوزع بشكل شريط أفقي متساوٍ حول الصفر مما يدل على أن النموذج لا يعاني من مشكلة عدم تجانس تباين الخطأ العشوائي.

❖ للتحقق من التوزيع الطبيعي للأخطاء يتم تمثيل القيم الاحتمالية التراكمية للأخطاء على المحور الأفقي والقيم التراكمية المتوقعة للأخطاء على المحور الرأسي، والناتج أن معظم النقاط تتجمع تقريبًا بمحاذاة الخط المستقيم الذي يمثل معادلة الاتجاه العام للتوزيع

الطبيعي للأخطاء العشوائية في النموذج، مما يشير إلى أن البواقي تتوزع طبيعياً بمتوسط يساوي الصفر.

بعدما تحققنا من فرضيات جودة النموذج . والتي تبين أنها محققة، يقودنا هذا إلى قبول النموذج المفسر لأثر أبعاد رأس المال المعرفي على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الخلاصة

من خلال عرضنا هذا خلصنا إلى أن رأس المال المعرفي الممثل الحقيقي لقدرة البنك على المنافسة وتحقيق النجاح بعد أن كانت المصادر الطبيعية تمثل الثروة الحقيقية للبنوك، وما يساهم ذلك من تحسين نوعية الخدمات المصرفية التي تقدم للزبائن.

النتائج:

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، وهي:

- رأس المال المعرفي هو الثروة الحقيقية التي تملكها البنوك وسبب نجاحها واستمراريتها؛
- تملك البنوك هيكل تنظيمي مرن يربط بين جميع فروعها، يسمح لهم بالتواصل واجراء العمليات التسويقية بسهولة تامة، إلا أن صناعة القرار واتخاذة تبقى حكرا على المدراء؛
- تملك البنوك وسائل تكنولوجيا وتقنيات حديثة تستغلها في تقديم خدماتها، غير أن هناك بعض القصور في استغلال هذه التكنولوجيا والتقنيات على المستوى الداخلي؛
- أن درجة موافقة الموظفين على أبعاد رأس المال المعرفي مرتفع لدى البنوك التجارية محل البحث، كما جاء تقييم الموظفين لجودة الخدمة المصرفية من ناحية أبعادها المختلفة تقييما إجماليا مرتفعا؛

- وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين رأس المال المعرفي وجودة الخدمات المصرفية؛
- نتج عن اختبار فرضيات البحث، وبعد استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لجميع أبعاد رأس المال المعرفي (رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلية ورأس المال الزبوني) على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المبحوثة؛

- نتج عن اختبار فرضيات البحث، وبعد استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لبعدي رأس المال المعرفي (رأس المال البشري ورأس المال الهيكلية) على تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية.

التوصيات

وضعت الباحثتان مجموعة من التوصيات المتعلقة بالبحث وهي:

- ضرورة التعامل مع رأس المال البشري على أنه مورد استراتيجي تحوز عليه البنوك والمحافظة عليه باستمرار لأنه العنصر الفعال في نجاحها واستمراريتها وتفوقها؛
- ضرورة الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية وتحسينها، كونها تعد سلاحا تنافسيا فاعلا تأخذ به البنوك كوسيلة لتميز خدماتها عن منافسيها ولتعظيم أرباحها؛
- يجب على البنوك تسهيل إجراءات العمل وتقليل وقت تقديم الخدمة للزبون من خلال تحفيز العاملين ومنحهم التمكين المطلوب لأداء أعمالهم بجودة؛
- لتطوير البنوك وتحسين قدراتها لابد لها من تطوير قدرات موظفيها وتمكينهم من الإبداع والتجديد وذلك بإفصاح المجال لهم للمشاركة في صناعة القرار واتخاذ.

قائمة المصادر والمراجع

➤ الكتب:

- ✓ تيسير العجارمة (2005)، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- ✓ جرادات ناصر محمود سعود وآخرون (2011)، إدارة المعرفة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان
- ✓ رعد حسن الصرن (2007)، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، ومؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- ✓ الطويل أكرم أحمد وآخرون (2016)، رأس المال الفكري وتقانة الإيصال الواسع، الطبعة الأولى، دار جريز للنشر والتوزيع، عمان
- ✓ محمد سمير أحمد (2009)، الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن
- ✓ ناجي معلا (1994)، أصول التسويق المصرفي، مطابع الصفوة، عمان، الأردن

➤ المقالات في مجلة علمية

- ✓ ادريس ثابت عبد الرحمان (1996)، "قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت"، المجلة العربية للعلوم الإدارية، الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، الكويت
- ✓ الخلف عبد الله بن موسى (1997)، ثلوث التميز: تحسين الجودة، تخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية، مجلة الإدارة العامة، المجلد 37، العدد 1، الرياض، (ص ص 121-160)
- ✓ الصرن رعد حسن (2008)، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 8، (ص ص 27-45)

- ✓ العدوان عاطف، سليمان سحر (2012)، رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الإبداع المنظمي- دراسة ميدانية في شركات التأمين، مجلة العلوم الإدارية، عدد 2، الأردن، (ص ص 137-150)
- ✓ يوسف أحمد، مرزوق عاشور (2017)، رأس مال الزبوني كألية لتدعيم الميزة التنافسية للمؤسسات الجزائرية- دراسة ميدانية لشركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس- مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، العدد18، (ص ص 219-233)

➤ المداخلات في المؤتمرات

- ✓ اسماعيل شاكر تربي (2007)، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية-إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض-المؤتمر العلمي الخامس حول نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، المنعقد بجامعة فيلادلفيا، الأردن
- ✓ تواتي بن علي فاطمة، نادي مفيدة (2012)، فعالية رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمة الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف
- ✓ محمد زبير، شوقي جدي (2011)، 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

➤ الرسائل الجامعية

- ✓ عبد الهادي ميسون علي (2017)، رأس المال الفكري ودوره في جودة الأداء المؤسسي دراسة تطبيقية على برنامج التربية والتعليم، رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى، فلسطين
- ✓ لوبيزة فرحاتي(2016/2015)، دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة

➤ Books:

- ✓ Baron Steven, & Kins Harris(1995), **Service Marketing**, Macmillan Business, London
- ✓ Cristopher Lovlock, Jochen Writz. Denis Lapert(2004), **Marketing des services**, 5 eme édition, Pearson éducation, France
- **Articles in a scientific journal**
- ✓ Grönroos,C. (1984),A Service Quality Model and its Marketing Implications, **European journal of Marketing**, Vol.18,N°.4, (PP.36-44), United Kingdom
- ✓ J. Cronin, Jr Joseph, Taylor Steven A. (1992), Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension ,**Journal of Marketing** ,Vol. 56, No. 3, (pp. 55-68), USA

- ✓ Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30, (pp.607-610)
- ✓ Parasuraman, Zeithaml, Berry (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research, **Journal of marketing**, vol 49, No. 4, (pp. 41-50), USA
- ✓ Sadeaq Nassar(2018), The Impact of Intellectual Capital on Firm Performance of the Turkish Real Estate Companies Before and After the Crisis, **European Scientific Journal**,(pp 29-35), Turkey
- **Communication in conferences**
- ✓ Venugopal Deepa, Subha M V(2015), **Impact of Intellectual Capital on Corporate Performance**, international conference on: Managing intellectual capital management and innovation for sustainable knowledge and learning and inclusive society , Bari, Italy
- **University Thesis**
- ✓ Helen. J Mitchell (2010), **A model for managing intellectual capital to gnerate wealth**, Phd thesis in business, Massey university, New Zeraland
- ✓ Mazlan Bin Ismail (2005), **The influence of intellectual capital on the performance of telecom malaysia**, Phd thesis, university teknologi ,Mallaysia