

The Islamic University of Gaza
Deanship of Research And Graduate Studies
Faculty of Commerce
Master of Development Economics



الجامعة الإسلامية بغزة
عمادة البحث العلمي والدراسات العليا
كلية التجارة
ماجستير اقتصاديات التنمية

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة
المالية الإسلامية- دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة
**Role of Intellectual Capital in Achieving
Competitive Advantage for Islamic Financial
Industry – A Case Study of Islamic Banks in
Gaza Strip**

إعدادُ الباحثِ

بهجت صبري مصطفى عطا الله

إشرافُ

الأستاذ الدكتور

محمد إبراهيم مقداد

قُدِّمَ هَذَا البَحْثُ إِسْتِكْمَالاً لِمَتَطَلِبَاتِ الحُصُولِ عَلَى دَرَجَةِ المَاجِسْتِيرِ
فِي اِقْتِصَادِيَّاتِ التَّنْمِيَةِ بِكَلِيَّةِ التِّجَارَةِ فِي الجَامِعَةِ الإِسْلَامِيَّةِ بِغَزَّةِ

أكتوبر/2017م - صَفَرُ/1439هـ

إقرار

أنا الموقع أدناه مقدم الرسالة التي تحمل العنوان:

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية –

دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة

Role of Intellectual Capital in Achieving Competitive Advantage for Islamic Financial Industry – A Case Study of Islamic Banks in Gaza Strip

أقر بأن ما اشتملت عليه هذه الرسالة إنما هو نتاج جهدي الخاص، باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة ككل أو أي جزء منها لم يقدم من قبل الآخرين لنيل درجة أو لقب علمي أو بحثي لدى أي مؤسسة تعليمية أو بحثية أخرى. وأن حقوق النشر محفوظة للجامعة الإسلامية غزة - فلسطين

Declaration

I hereby certify that this submission is the result of my own work, except where otherwise acknowledged, and that this thesis (or any part of it) has not been submitted for a higher degree or quantification to any other university or institution. All copyrights are reserves to Islamic University – Gaza strip palestine

Student's name:	بهجت صبري مصطفى عطا الله	اسم الطالب:
Signature:	بهجت صبري مصطفى عطا الله	التوقيع:
Date:	2017/12/02	التاريخ:



هاتف داخلي 1150

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

الرقم: ج س غ/35
2017/11/21
التاريخ: Date:

نتيجة الحكم على أطروحة ماجستير

بناءً على موافقة عمادة البحث العلمي والدراسات العليا بالجامعة الإسلامية بغزة على تشكيل لجنة الحكم على أطروحة الباحث/ بهجت صبري مصطفى عطا الله لنيل درجة الماجستير في كلية التجارة/ قسم اقتصاديات التنمية وموضوعها:

دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة

وبعد المناقشة التي تمت اليوم الثلاثاء 03 ربيع الأول 1439 هـ، الموافق 2017/11/21م الساعة الواحدة ظهراً في قاعة مبنى القدس، اجتمعت لجنة الحكم على الأطروحة والمكونة من:

.....

أ.د. محمد إبراهيم مقداد مشرفاً و رئيساً

.....

د. ياسر عبد الشرفا مناقشاً داخلياً

.....

د. زياد جلال الدماغ مناقشاً خارجياً

وبعد المداولة أوصت اللجنة بمنح الباحث درجة الماجستير في كلية التجارة/ قسم اقتصاديات التنمية.

واللجنة إذ تمنحه هذه الدرجة فإنها توصيه بتقوى الله تعالى ولزوم طاعته وأن يسخر علمه في خدمة دينه ووطنه.

والله ولي التوفيق،،،

عميد البحث العلمي والدراسات العليا

أ.د. مازن اسماعيل هنية



المخلص

تناولت الدراسة رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، وهدفت الدراسة إلى تحديد دور رأس المال الفكري بأبعاده المتمثلة (رأس المال البشري، رأس المال العلاقات، رأس المال الهيكلي) في تحقيق الميزة التنافسية بأبعاده المتمثلة في (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة) للصناعة المالية الإسلامية: دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة، من خلال تصميم استبيان من أجل التحقق من المقاربات في الأطر النظرية للمتغير المستقل وعلاقته بالمتغير التابع وهو الميزة التنافسية.

وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والتحليل القياسي بالاعتماد على برنامج التحليل الاحصائي SPSS في اختبار الفرضيات، وتم تصميم قائمة استقصاء (استبانة) من قبل الباحث، وتم تطبيقها على مجتمع الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في الوظائف الإدارية (مدير، مراقب، رئيس قسم) في البنوك الإسلامية في قطاع غزة البالغ عددهم 84 موظف وموظفة، وتم توزيع استبانة على عينة حجمها 65 استبانة، وقد تم استرداد 57 استبانة بنسبة استرداد بلغت 87%.

وقد أظهرت التحليلات عدة نتائج من أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة محل الدراسة، حيث أظهرت الدراسة توفر أبعاد كلاً من رأس المال البشري والهيكلية بدرجة كبيرة تفوق توفر بعد رأس مال العلاقات، حيث يسهم كل منهما في تحقيق الميزة التنافسية أكثر من رأس مال العلاقات.

ومن أهم ما أوصت به الدراسة ضرورة إدراك البنوك الإسلامية أهمية رأس المال الفكري وضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه مورد استراتيجي مهم لتحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، لذا يجب أن تحرص البنوك الإسلامية على امتلاكه والمحافظة عليه باستمرار خاصة في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي تعرفه بيئة الأعمال.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الصناعة المالية الإسلامية، الميزة التنافسية، البنوك الإسلامية.

Abstract

This study addressed the issue of intellectual capital and its role in achieving the competitive advantage of the Islamic financial industry. The study aimed to determine the role of intellectual capital considering its dimensions of human capital, customer capital, and structural capital in achieving competitive advantage. The following dimensions of the competitive advantage of the Islamic financial industry were also considered: quality, efficiency, creativity, and response. A case study of the Islamic banks operating in the Gaza Strip was investigated through designing a questionnaire to verify the theoretical relationship stated in the theoretical frameworks of regarding the relationship between the independent variable and the dependent one, which is the competitive advantage.

The study relied on the analytical descriptive approach supported by data quantitative analysis using SPSS program to examine study hypothesis. A survey questionnaire was designed by the researcher and applied to the study population. The study population consisted of administrative staff (director, supervisor, and head of department) in the Islamic banks operating in the Gaza Strip. This population consisted of 84 male and female employees. The questionnaire was distributed to a sample of 65 employees, and 57 forms were returned, which represents a recovery rate of 87%.

Data analysis showed several results, the most important of which included the existence of a statistically significant relationship between intellectual capital considering its three dimensions and the achievement of competitive advantage in the Islamic banks operating in the Gaza Strip. The study showed that the dimensions of both human and structural capitals exist and significantly exceed the availability of relationships capital, where both capitals contribute to the achievement of competitive advantage more than the relationships capital.

The most important recommendation of the study is the need for Islamic banks to understand the importance of intellectual capital and the need to deal with it as an important strategic resource to achieve the competitive advantage of the Islamic financial industry. Therefore, these banks must be keen to own this advantage and maintain it continuously, especially in light of the dramatic technological development in the business environment.

Keywords: Intellectual Capital, Islamic Financial Industry, Competitive Advantage, Islamic Banks.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

[التوبة: 105]

الإهداء

إلى رمز البذل والعطاء والتضحية.... أبي وأمي أطال الله في عمريهما

إلى رفيقة دربي رمز الحب والوفاء.....زوجتي العزيزة

إلى من رأيت أملاً في عيونهم.... إخوتي وأخواتي الأعزاء

إلى بسمة العمر ودفء البيت وسعادته... أبنائي أحبائي

إلى كل من يفرح لفرحي ويسعد لنجاحي

عائلتي... أصدقائي.... زملائي

إليكم جميعاً.... أهدي هذا العمل

شكرٌ وتقديرٌ

بدايةً أحمد الله عز وجل حمداً كثيراً مباركاً فيه على توفيقه في إنجاز هذا البحث راجياً منه التوفيق والسداد.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير للمشرف الفاضل الأستاذ الدكتور محمد إبراهيم مقداد لقبوله الإشراف على هذا البحث، والذي لم يبخل علينا بتوجيهاته واقتراحاته البناءة والتي كان لها الأثر الكبير في إنجاز البحث، واعترافاً وتقديراً لجميل صبره وحسن تواضعه راجياً من الله أن يزيده بهما رفعة.

كما أتقدم بالشكر والامتنان إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة اللذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الرسالة وتلقيها الدكتور ياسر الشرفا مناقشاً داخلياً والدكتور مازن الدماغ مناقشاً خارجياً.

أخيراً، فإنني أقدر عالياً جهود إدارة البنوك الإسلامية في قطاع غزة في توفير البيانات اللازمة لإجراء هذا البحث.

والله ولي التوفيق

الباحث

بهجت صبري عطا الله

فهرس الموضوعات

أ	الملخص
ت	بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
ث	الإهداء
ج	شكر وتقدير
ح	فهرس الموضوعات
ر	فهرس الجداول
س	فهرس الأشكال والرسومات التوضيحية
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.1	المقدمة
1.2	مشكلة الدراسة
1.3	أهداف الدراسة
1.4	أهمية الدراسة
1.5	حدود الدراسة
1.6	فرضيات الدراسة
1.7	منهجية الدراسة
1.7.1	متغيرات الدراسة
1.7.2	أسلوب جمع البيانات
1.7.3	أسلوب تحليل البيانات
1.8	الدراسات السابقة
1.8.1	الدراسات المحلية
1.8.2	الدراسات العربية
1.8.3	الدراسات الأجنبية
1.8.4	تحليل الدراسات السابقة:
1.8.5	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:
20	الفصل الثاني: رأس المال الفكري
2.1	المقدمة
2.2	مفهوم رأس المال الفكري
2.3	أهمية رأس المال الفكري:
2.4	مكونات رأس المال الفكري:
2.5	خصائص رأس المال الفكري
2.6	تنمية واستثمار رأس المال الفكري:
2.6.1	تعريف الاستثمار في رأس المال الفكري:
2.6.2	أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري:

34.....	2.6.3 جوانب تنمية الاستثمار في رأس المال الفكري.
35.....	2.7 قياس وتقييم رأس المال الفكري:
35.....	2.7.1 أهمية قياس رأس المال الفكري:
36.....	2.7.2 نماذج قياس رأس المال الفكري:
37.....	2.7.3 أسباب صعوبة قياس رأس المال الفكري
38.....	2.8 رأس المال الفكري وأهميته في الصناعة المالية الإسلامية
41.....	الفصل الثالث: الميزة التنافسية وآلية تحقيقها
41.....	3.1 المقدمة
41.....	3.2 ماهية الميزة التنافسية
41.....	3.2.1 مفهوم المنافسة
42.....	3.2.2 مفهوم التنافسية
43.....	3.2.2.1 أهمية التنافسية وأسبابها
44.....	3.2.3 مفهوم الميزة التنافسية
46.....	3.3 مصادر وأبعاد واستراتيجيات الميزة التنافسية
46.....	3.3.1 مصادر الميزة التنافسية
47.....	3.3.2 أبعاد الميزة التنافسية
48.....	3.3.3 استراتيجيات الميزة التنافسية
50.....	3.4 أنواع ومحددات الميزة التنافسية
50.....	3.4.1 أنواع الميزة التنافسية
51.....	3.4.2 محددات الميزة التنافسية
54.....	3.5 خصائص الميزة التنافسية والعوامل المؤثرة فيها
54.....	3.5.1 خصائص الميزة التنافسية
55.....	3.5.2 العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية
55.....	3.6 مؤشرات الميزة التنافسية وأساليب تحقيقها
55.....	3.6.1 مؤشرات الميزة التنافسية
56.....	3.6.2 أساليب تحقيق الميزة التنافسية
57.....	3.7 دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية
62.....	الفصل الرابع: الصناعة المالية الإسلامية ودور البنوك الإسلامية
62.....	4.1 المقدمة
62.....	4.2 ماهية الصناعة المالية الإسلامية
62.....	4.2.1 مفهوم الصناعة المالية الإسلامية:
63.....	4.2.2 الحاجة للصناعة المالية الإسلامية
65.....	4.2.3 تاريخ الصناعة المالية الإسلامية
66.....	4.2.4 الفرق بين الصناعة المالية الإسلامية والتقليدية

67.....	4.3 مناهج تطوير الصناعة المالية الإسلامية وتحدياتها
67.....	4.3.1 مناهج تطوير الصناعة المالية الإسلامية
69.....	4.3.2 التحديات التي تواجه الصناعة المالية الإسلامية
71.....	4.4 خصائص الصناعة المالية الإسلامية
72.....	4.5 نبذة عن البنك الإسلامي
72.....	4.5.1 مفهوم البنوك الإسلامية: خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
72.....	4.5.2 وظائف البنوك الإسلامية
73.....	4.5.3 صيغ أو أساليب التمويل في البنوك الإسلامية
75.....	4.5.4 المزايا التنافسية للصناعة المالية الإسلامية
76.....	4.5.5 جودة الخدمات المصرفية كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية
77.....	4.5.6 مؤسسات البنية التحتية للصناعة المالية الإسلامية
78.....	4.6 البنوك الإسلامية في فلسطين
78.....	4.6.1 نشأة البنوك الإسلامية في فلسطين
80.....	4.6.2 الإنجازات المالية للبنوك الإسلامية الفلسطينية
83.....	4.6.3 البنوك الإسلامية وتنمية الموارد البشرية
84.....	4.6.4 الحصة السوقية للبنوك الإسلامية
88.....	الفصل الخامس: منهجية الدراسة
88.....	5.1 منهجية الدراسة:
88.....	5.2 مجتمع وعينة الدراسة:
89.....	5.2.1 خصائص وسمات عينة الدراسة
91.....	5.3 أداة الدراسة:
92.....	5.4 صدق وثبات الاستبيان:
92.....	5.4.1 صدق أداة الدراسة
92.....	5.4.1.1 صدق المحكمين:
92.....	5.4.1.2 صدق المقياس:
99.....	5.5 ثبات الاستبانة Reliability:
100.....	5.6 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:
101.....	الفصل السادس: تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة
101.....	6.1 تحليل الإحصائي لعبارات مجالات الاستبيان
101.....	6.1.1 تحليل فقرات المجال الأول: رأس المال البشري
101.....	6.1.2 تحليل فقرات المجال الثاني: رأس المال العلاقات خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
109.....	6.1.3 تحليل فقرات المجال الثالث: رأس المال الهيكلي
114.....	6.1.4 تحليل فقرات المجال الرابع: الميزة التنافسية
119.....	6.2 اختبار الفرضيات

119.....	6.2.1 اختبار الفرضية الرئيسية الأولى
121.....	6.2.2 نتائج الفرضية الفرعية الأولى
123.....	6.2.3 اختبار الفرضية الفرعية الثانية
124.....	6.2.4 نتائج الفرضية الفرعية الثالثة H13:
126.....	6.2.5 الفرضية الرئيسية الثانية H1:
134.....	الفصل السابع: النتائج والتوصيات
	النتائج.....
136.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
	التوصيات.....
137.....	المصادر والمراجع
137.....	أولاً: القرآن الكريم
137.....	ثانياً: المراجع العربية
146.....	ثانياً: المراجع الأجنبية
148.....	الملاحق
157.....	ملحق رقم (3)
157.....	الاستبانة بصورتها النهائية
163.....	ملحق رقم (4)
163.....	المخاطبات الموجهة للبنوك لتسهيل مهمة الباحث

فهرس الجداول

- جدول (1.2): الفرق بين رأس المال المادي والفكري 23
- جدول (3.1): نطاق التنافس 53
- جدول (4.1): نشأة البنوك الفلسطينية 79
- جدول (4.2): تطور حجم الموجودات للبنوك الإسلامية (مليون دولار) 80
- جدول (4.3): حجم الودائع للبنوك الإسلامية (مليون دولار) 81
- جدول (4.4): حجم الأرباح قبل الضريبة للبنوك الإسلامية (مليون دولار) 82
- جدول (4.5): التدريب والتطوير بنك الإسلامي الفلسطيني 83
- جدول (6.4): التدريب والتطوير 84
- جدول (6.5): التدريب والتطوير 84
- جدول (5.2): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي 90
- جدول (5.3): توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي 90
- جدول (5.4): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة 91
- جدول (5.5): درجات المقياس النسبي 92
- جدول (5.6): الصديق الداخلي فقرات مجال رأس المال البشري 93
- جدول (5.7): صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال العلاقات 95
- جدول (5.8): صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال الهيكلية 96
- جدول (5.9): صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال الميزة التنافسية 97
- جدول (5.10): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة. 99
- جدول (5.11): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة 100
- جدول (6.1): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال وقيمة T المجال الأول (محور المعرفة) 101
- جدول (6.2): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور الابتكار) 102
- جدول (6.3): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور الخبرة العملية) 103
- جدول (6.4): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T احتمال المجال الأول (محور المهارات والقدرات) .. 104
- جدول (6.5): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور فرق العمل) .. 105
- جدول (6.7): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال (محور العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي) 107
- جدول (6.8): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثاني (محور التحالفات الاستراتيجية) 108
- جدول (6.9): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (أنظمة المعلومات وقواعد البيانات) 109
- جدول (6.10): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور السياسات والاجراءات) 110
- جدول (6.11): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور العمليات الادارية) 111
- جدول (6.12): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور البرامج) 112
- جدول (6.13): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور الهيكل التنظيمي) 113
- جدول (6.14): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الجودة المتفوقة) 114
- جدول (6.15): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الابداع المتفوق) 115

- جدول (6.16): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الاستجابة المتفوقة) 116
- جدول (6.17): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الكفاءة المتفوقة) 117
- جدول (6.18): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال لكل مجال من المجالات الأربعة 118
- جدول (6.19): تحليل التباين 119
- جدول (6.20): معامل الارتباط والتحديد 119
- جدول (6.21): المعاملات 120
- جدول (6.22): تحليل التباين 121
- جدول (6.23): معامل الارتباط والتحديد 121
- جدول (6.24): المعاملات 122
- جدول (6.25): تحليل التباين 123
- جدول (6.26): معامل الارتباط والتحديد 123
- جدول (6.27): المعاملات 124
- جدول (6.28): معامل الارتباط والتحديد 125
- جدول (6.29): تحليل التباين 125
- جدول (6.30): المعاملات 125
- جدول (6.31): نتائج اختبار T بالنسبة لمتغير الجنس 126
- جدول (6.32): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي 128
- جدول (6.33): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير المسمى الوظيفي 129
- جدول (6.34): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة 130
- جدول (6.35): طريقة LSD لإيجاد أقل فرق معنوي بين الفئات لمتغير سنوات الخبرة 133

فهرس الأشكال والرسومات التوضيحية

- الشكل (2.1): مكونات رأس المال الفكري 28
- الشكل (3.1): دورة حياة الميزة التنافسية 52
- الشكل (6.1): الحصص السوقية من مجموع الموجودات في القطاع المصرفي 85

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

يشهد الاقتصاد العالمي منذ عدة سنوات تطورات هامة وتحولات واسعة ومتلاحقة في مجالات التطور العلمي والتقني والتكنولوجي والمعرفي؛ نتج عنها تزايد انفتاح الأسواق، وتزايد في شدة المنافسة واحتدامها، وقد كان لذلك أثراً في إحداث طفرة كبيرة في مجالات التعامل المصرفي، حيث أصبحت المعرفة محورياً رئيساً لحركة الاقتصاد خلافاً لما كان سائداً في الاعتماد بشكل كامل على عوامل الإنتاج المتعلقة بالعمل ورأس المال؛ لتدخل البنوك الإسلامية بذلك مثلها كباقي مؤسسات منظمات الأعمال في مرحلة جديدة من مراحل تطور اقتصادها والمتمثلة في مرحلة اقتصاد المعارف، خاصة في ظل النمو في حجم الصناعة المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية وقواعدها المستمر في خطه التصاعدي بتحقيق معدلات مرتفعة في العقود الأخيرة، والذي يُتوقع لها أن تستمر على هذه الوتيرة في السنوات القريبة القادمة، حيث توقع "محمد دمق" رئيس فريق التمويل الإسلامي لدى وكالة التصنيف الائتماني "ستاندرد آند بورز"¹ أن تحقق أصول قطاع التمويل الإسلامي عالمياً نمواً بنحو 50% لتصل إلى 3 تريليونات دولار بحلول عام 2020م مقارنة بنحو 2 تريليون دولار عام 2015م (عبد العظيم، 2015م).

تحتاج الصناعة المالية الإسلامية في مؤسسات الصيرفة الإسلامية بالدرجة الأولى إلى عاملين يملكون المعرفة الإسلامية ويجيدونها، ويسعون لتقديم خدمة مصرفية تتميز بالسرعة والجودة وفقاً للمتطلبات الشرعية، وكذلك إلى تنظيم تتركز مهمته في إعداد توليفة ملائمة من الموارد لأداء العمل بمرونة وفعالية، إضافة إلى عملاء ومستثمرين يحفظون علاقاتهم وتعاملاتهم مع تلك المؤسسات.

بمعنى أكثر دقة يجب أن تبني البنوك الإسلامية رأس مال فكري إسلامي، لأن هذا الأخير يخدمها استراتيجياً في النجاح ويضمن لها استمراريتها، بل واستمرارية العمل المصرفي الإسلامي ككل، ولقد تزايدت وتيرة الاهتمام بهذه الموجودات غير الملموسة، وتعددت أنواعها وأشكالها وآثارها، وتعاضم دورها في خلق القيمة وبناء المزايا التنافسية، حتى أصبحت مصدراً جديداً لثروة المؤسسة، وصارت تمثل بحق رأس مال لا يقل أهمية وقيمة عن رأس المال الملموس، وهو ما يعرف اليوم لدى الباحثين رأس المال الفكري.

¹ ستاندرد آند بورز (S & P) هي شركة خدمات مالية ومقرها في الولايات المتحدة. وهي فرع لشركات مكغرو هيل التي تنشر البحوث والتحليلات المالية على الأسهم والسندات وهي أحد وكالات التصنيف الائتماني الرئيسية (وكيبديا).

لذلك فإنه في ظل الاقتصاد التنافسي وعصر المعلوماتية أصبح رأس المال الفكري هو رأس المال الحقيقي للمؤسسات باعتباره الركن الذي يلعب الدور الرئيس في عملية الابتكار والتجديد، وهو القائد في عملية التغيير والإبداع، وهو القادر على تحويل المعرفة إلى قيمة، ومن ثم إلى ميزة تنافسية، وينتقل مركز الثقل في توليد القيمة من استغلال الموارد الطبيعية (المادية) إلى استغلال الأصول الفكرية (غير الملموسة)، ومن قانون تناقص العوائد الذي ينطبق على السلع المادية إلى قانون تزايد العوائد فيما يتعلق بالمعرفة والأفكار (الروسان والعجلوني، 2010م).

في إطار كل ما سبق يأتي هذا البحث لدراسة رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية، وكيفية بناء رأس مال فكري متميز، ومدى توفر مكوناته في البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة، والتعرف على الأساليب التي يمكن اللجوء إليها من أجل تفعيل دوره من أجل تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لتلك الصناعة.

1.2 مشكلة الدراسة

تواجه البنوك الإسلامية في قطاع غزة منافسة قوية في سوق الصناعة المالية، حيث بلغت حصة البنوك الإسلامية في القطاع المصرفي 12% في حين بلغت حصة البنوك الإسلامية عالمياً 25%، وفي ظل التسارع في التغيرات وتزايد في الاحتياجات المالية والمصرفية، يحتاج إلى التحديث في النظم والخدمات، وتطوير منتجات مصرفية إسلامية جديدة وتوفير الكادر البشري المؤهل بالعلم الشرعي، والعمل المصرفي الإسلامي بما يحقق الانسجام بين الواقع العلمي والعملية، ويحقق للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية الميزة التنافسية.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس الآتي:

"ما هو دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة".

ومن خلال السؤال الرئيس السابق وللإجابة على هذه المشكلة الرئيسة سيتم طرح التساؤلات الفرعية الآتية التي سيسعى الباحث للإجابة عنها:

1. ما المقصود برأس المال الفكري، وما مدى توفر مكوناته في البنوك الإسلامية في قطاع غزة.
2. ما المقصود بالميزة التنافسية وما آليات تحقيقها.
3. كيف يمكن للبنوك الإسلامية في قطاع غزة تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية من خلال رأس المال الفكري.

4. ما العقبات التي تواجه البنوك الإسلامية في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية من خلال رأس المال الفكري.

1.3 أهداف الدراسة

الهدف الرئيس هو التعرف على مدى توافر رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية في قطاع غزة، ودوره في تنمية القدرات الإبداعية في هذه البنوك ومن ثم تحقيق قيمة مضافة تحقق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية. بالإضافة إلى الأهداف الفرعية الأخرى والمتمثلة في:

1. التعرف على رأس المال الفكري بمختلف مكوناته، والكشف عن طبيعة العلاقة بين مكونات رأس المال الفكري (البشري، الهيكلي، العلاقات).
2. إبراز دور رأس المال الفكري بمختلف مكوناته في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية محل الدراسة.
3. تحديد أهم جوانب القصور في إدارة رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية محل الدراسة والكشف عن القيود والمعوقات التي تؤثر على تنمية رأس المال الفكري.
4. بيان أهم المؤشرات التي تبين مدى تحقق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية.
5. لفت انتباه البنوك الإسلامية إلى أنه لا يمكنها أن تحقق أهدافها بكفاءة دون فهم معمق لرأس المال الفكري وكيفية إدارته.

1.4 أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال تركيزها على المحاور التالية:

• الأهمية العملية

1. عظم أهمية رأس المال الفكري باعتباره مصدراً مهماً لقيمة المؤسسات والداعم الأساسي لتحسين تنافسيتها؛ فالاهتمام به من قبل المؤسسات والشركات تفرضه طبيعة التحديات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية السريعة والضغط التنافسية.
2. الوقوف على واقع رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية، ومن ثم المساعدة في الكشف عن نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف وعلاجها.
3. توضيح أهمية الاستثمار ووضع البرامج والخطط لتطوير رأس المال الفكري لما له من دور جوهري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعات المالية الإسلامية.

• الأهمية العلمية

1. حداثة موضوع الدراسة حيث يتم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن ودراسة العلاقة بينها وتحليل دور كل منها بالنسبة إلى الآخر.
2. قد تكون ذه الدراسة مرجعاً مهم للباحثين للانطلاق في دراسة جوانب أخرى تتعلق برأس المال الفكري والميزة التنافسية.
3. إثراء المكتبة العربية وتعزيزها بالأبحاث التي تعوض النقص في البحوث التطبيقية التي تتناول رأس المال الفكري وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية.

1.5 حدود الدراسة

- الحدود المكانية:** تشمل الدراسة، البنوك الإسلامية العاملة في قطاع غزة.
- الحدود الزمنية:** أجريت هذه الدراسة خلال السنة الدراسية 2016-2017م.

1.6 فرضيات الدراسة

- **الفرضية الأولى:** يوجد دور معنوي لرأس المال الفكري بأبعاده المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة عند مستوى الدلالة 5%.
- وتندرج ضمن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:
 1. يوجد دور معنوي لرأس المال البشري في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.
 2. يوجد دور معنوي لرأس المال الهيكلي في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.
 3. يوجد دور معنوي لرأس مال العلاقات في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5% .
- **الفرضية الثانية:** يوجد اختلاف في دور مكونات رأس المال الفكري في التأثير على الميزة التنافسية للصناعات المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.
- **الفرضية الثالثة:** يوجد فروق بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي (الجنس، الخبرة، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي) عند مستوى دلالة 5%.

1.7 منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحقيق الأهداف المحددة للبحث، حيث أن المنهج الوصفي التحليلي يعتبر الأكثر استخداماً في دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، ولأنه يناسب الظاهرة موضوع البحث، وهو المنهج الذي يستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية.

و تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الإطار النظري الخاص بموضوع البحث، حيث تم وصف لمفهوم وأهمية رأس المال الفكري؛ والتعرف على مفهوم الميزة التنافسية وآليات تحقيقها وتحديد واقع الصناعة المالية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة، وتوصيف للتوجهات العملية التي يجب تطبيقها في ضوء نتائج الدراسة، كما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، الذي يعرف بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات المتعلقة بأية وحدة سواء كانت فرداً، مؤسسة... الخ، بقصد الوصول إلى تعميمات علمية متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات المتشابهة، كذلك فهو يمكننا من إسقاط الجانب النظري على الواقع الميداني قصد التعرف على دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في قطاع غزة.

وتم استخدام التحليل القياسي الكمي لقياس دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، وقياس الاختلاف في دور مكونات رأس المال الفكري في التأثير على رأس المال الفكري، لذلك لجأ الباحث إلى بناء النموذج القياسي بالاعتماد على البيانات التي حصل عليها من الاستبانة لعدم توفر بيانات ثانوية تتعلق بمتغيرات الدراسة، كما حرص الباحث على أن تكون البيانات نسبية لتتناسب مع متطلبات التحليل القياسي.

1.7.1 متغيرات الدراسة

المتغير المستقل: رأس المال الفكري ويشتمل على المكونات الرئيسة الآتية (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس مال العلاقات).

المتغير التابع: الميزة التنافسية وتشتمل على الأبعاد الآتية: الجودة المتفوقة، الإبداع المتفوق، الكفاءة المتفوقة، الاستجابة المتفوقة.

حيث تم دراسة دور المتغير المستقل والمتمثل في مكونات رأس المال الفكري على المتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية.

1.7.2 أسلوب جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات:

أ- البيانات الأولية

1. **الاستبانة:** وذلك بالبحث في الجانب الميداني بتوزيع استبانات لدراسة بعض مفردات الدراسة وحصص وتجميع المعلومات اللازمة في موضوع الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS (Statistical Package For Social Science)، واستخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة، وتكوّن مجتمع الدراسة من الإداريين العاملين في مختلف المستويات الإدارية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة (مدير فرع، مراقب، رئيس قسم) والبالغ عددهم 84 موظف وموظفة، وتم استخدام أسلوب العينة العشوائية حيث تم توزيع 65 استبانة وقد تم استرداد 57 استبانة بنسبة استرداد بلغت 87%.

2. **المقابلة:** حيث تم إجراء مقابلات مع الجهات المختصة وللحصول على معلومات لم يتمكن الباحث من الحصول عليها من خلال الاستبانة أو من خلال المصادر الثانوية.

ب- البيانات الثانوية

لقد قام الباحث بمراجعة الكتب والدوريات والمنشورات المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة، تتعلق بالكشف عن رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية بهدف إثراء موضوع الدراسة بشكل علمي، وذلك من أجل التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عن آخر المستجدات التي حدثت قبل الدراسة.

1.7.3 أسلوب تحليل البيانات

تم استخدام المنهج التحليل الوصفي ومنهج التحليل الكمي العميق في تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS من ثم تحليل البيانات الميدانية واختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الاختبارات الإحصائية، وإظهار مدى توافق النتائج أو عدم توافقها مع الفرضيات وأدبيات الدراسة.

1.8 الدراسات السابقة

تعددت الدراسات التي تناولت رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية سواءً على المستوى المحلي أو العربي والدولي، ويعتبر موضوع رأس المال الفكري والميزة التنافسية من المواضيع الجديرة بالدراسة والتحليل كونهما يتعلقان بالموارد البشري والجهود المبذولة لتحسين أدائه باعتباره العنصر الحيوي في نجاح المؤسسات، إلا أن هناك ندرة في الدراسات المتعلقة برأس المال الفكري وعلاقته بالصناعة المالية الإسلامية في فلسطين، وسنتناول هنا الدراسات ذات العلاقة على الصعيد الفلسطيني والعربي والدولي مرتبة حسب تسلسلها الزمني، ومن الأحدث إلى الأقدم على النحو التالي:

1.8.1 الدراسات المحلية

1. دراسة (عبد الهادي، 2016م) بعنوان "رأس المال الفكري وعلاقته بجودة الأداء المؤسسي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع رأس المال الفكري في البرنامج التعليمي بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين في قطاع غزة، والتعرف على واقع جودة الأداء المؤسسي في البرنامج التعليمي بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين، والكشف عن العلاقة بين رأس المال الفكري وجودة الأداء المؤسسي في البرنامج التعليمي بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين في قطاع غزة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت الدراسة الاستبانة للوصول للأهداف المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من المدراء في برنامج التربية والتعليم بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين في قطاع غزة للعام 2016م، والبالغ عددهم 300 مدير حيث استخدم الباحثة طريقة المسح الشامل.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة إيجابية بين رأس المال الفكري وجودة الأداء المؤسسي في البرنامج التعليمي بوكالة الغوث لتشغيل اللاجئين في قطاع غزة. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام برأس المال الفكري كأهم دعائم تعظيم قيمة المؤسسة والتي تحقق الميزة التنافسية.

2. دراسة (الخضري، 2015م) بعنوان " واقع إدارة رأس المال الفكري بالجامعات الفلسطينية

الخاصة في قطاع غزة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع إدارة رأس المال الفكري بالجامعات الفلسطينية (جامعة فلسطين، جامعة غزة، بوليتكنك فلسطين)، وذلك من خلال التعرف على مدي توافر

مكونات رأس المال الفكري. واستخدمت الدراسة المنهج الوصف التحليلي، حيث استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة للحصول على المعلومات، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين الإداريين والأكاديميين لدى الجامعات، وعددهم 250 موظف، وتم استرداد 170 استبانة فقط، أي ما نسبته 68 % من المجتمع الكلي.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن متوسط استجابات أفراد العينة اتجاه إدارة رأس المال الفكري بالجامعات الفلسطينية كان بنسبة 79%، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة اتجاه واقع إدارة رأس المال الفكري بالجامعات الفلسطينية تعزى للمتغيرات (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة)، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الجامعة لصالح بوليتكنك فلسطين في إدارة العنصر البشري، ولصالح جامعة فلسطين في مجال إدارة رأس المال العلاقات.

3. دراسة (سالم، 2015م) بعنوان "إدارة رأس المال الفكري ودوره في تحسين البيئة الاجتماعية بقطاع غزة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على إدارة رأس المال الفكري ودوره في تحسين البيئة الاجتماعية بقطاع غزة، والتي تشكل منها مجتمع الدراسة وهو جميع العاملين في الوزارات الفلسطينية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد بلغت أعداد عينة الدراسة 420 من العاملين في الوزارات الفلسطينية، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، حيث تم استرداد 380 استبانة أي بنسبة 90.5%. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه توجد موافقة متوسطة من العاملين في الوزارات الفلسطينية بقطاع غزة على رأس المال الفكري بشكل عام حيث بلغت درجة الموافقة 59.95 %، وتوجد موافقة متوسطة من العاملين الوزارات الفلسطينية بقطاع غزة على تحسين البيئة الاجتماعية بشكل عام حيث بلغت درجة الموافقة 62.42 %، ويوجد دور مهم ذو دلالة إحصائية لإدارة رأس المال الفكري في تحسين البيئة الاجتماعية بقطاع غزة، حيث بلغت درجة الموافقة 74.1%.

4. دراسة (مهنا، 2014م) بعنوان: "بناء نموذج وصفي جديد لقياس رأس المال الفكري النموذج النوعي المقارن نحو إطار ناظم لعملية القياس".

هدفت الدراسة إلى تقديم تحليل نظري لمفهوم ومكونات وأهمية رأس المال الفكري والتعرف على طرق ونماذج قياس رأس المال الفكري، وأهم الانتقادات التي وجهت إليها، وتقديم إطار وصفي عام يساهم في عملية القياس من خلال تطوير نموذج القياس النوعي المقارن.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بإجراء عدد من المقابلات في الداخل والخارج من خلال اللقاءات العلمية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها: أن الإطار المفاهيمي لرأس المال الفكري يحتاج إلى تطوير وتحسين مستمر مزامنة بعملية القياس، وأن الكثير من رواد رأس المال الفكري أجمعوا على عدم اتفاق نماذج القياس على إطار شامل، وأنه رغم وجود أهمية لرأس المال الفكري يوجد إجماع على غياب تطبيقات رأس المال الفكري على أرض الواقع ووجودها كإطار نظري عام.

5. دراسة (فشقش، 2014م) بعنوان: "إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة." "

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الإجراءات الإدارية التي تتبعها الجامعات في إدارة رأس المال الفكري وتعزيز الميزة التنافسية لديها من عدة محاور وهي (جودة الخدمة، المرونة والتطور، النوعية، الابداع)، والإجابة عن مدى تأثير كل مكون من مكونات رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية بين الجامعات الفلسطينية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة، وتم تصميم استبانة وتكون مجتمع الدراسة من (الجامعة الإسلامية، جامعة الأزهر، جامعة الأقصى، جامعة القدس المفتوحة)، أما عينة الدراسة فقد شملت الهيئة الإدارية العليا وشملت المناصب التالية (رئيس قسم، مساعد مدير دائرة، مدير دائرة، مساعد عميد، عميد، مساعد رئيس جامعة، مستشار رئيس جامعة، نائب رئيس جامعة) ، وبلغ عددهم الاجمالي 365 موظفاً، وقد تم أخذ عينة عشوائية طبقية مكونة من 200 من مفردات مجتمع الدراسة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وهناك تفاوت في علاقة كل مكون من مكونات رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية، مع عدم وجود فروق لكل من (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة) في الإجراءات الادارية التي تعزز الميزة التنافسية.

6. دراسة (شعبان ، 2011م) بعنوان: "رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال." "

هدفت الدراسة إلى معرفة دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، ومعرفة مدى تفاوت مكونات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للشركة، وذلك بالتعرف على مستوى توافر متطلبات رأس المال الفكري بأبعاده

(البشري، والهيكلي، والعلاقات) لدى الشركة، ودراسة العلاقة بين توافر تلك المتطلبات وتحقيق الميزة التنافسية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الوظائف الإدارية (مدير إدارة، مدير دائرة، رئيس قسم، مدير معرض) والبالغ عددهم 120 موظف. واستخدمت الدراسة النهج الوصفي التحليلي لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، أسلوب الحصر الشامل في جميع بيانات الدراسة، وبرنامج SPSS الإحصائي لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه تتوفر متطلبات رأس المال الفكري لدى شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال بنسبة 79.6% ويسهم توافر تلك المتطلبات في امتلاك الشركة رأس مال فكري متميز، ويوجد علاقة احصائية بين توافر مكونات رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة، وهناك تفاوت في دور مكونات رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية جوال، وأن المال البشري هو المجال الأقل تأثيراً، ورأس المال العلاقات هو الأكثر تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية للشركة.

7. دراسة (عايش، 2008م) بعنوان: "أثر تطبيق الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي - دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة لمفهوم إدارة الجودة الشاملة ومستويات ذلك التطبيق، بالإضافة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين عناصر إدارة الجودة الشاملة ودرجتها والأداء المؤسسي لتلك المصارف .

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استبانة تهدف إلى الدراسة الميدانية لمتغيرات مشكلة الدراسة لاختبار الفرضيات، ويتكون مجتمع الدراسة من: المدراء ونوابهم ورؤساء الأقسام، وتم اختيار عينة الدراسة باستخدام أسلوب الحصر الشامل، حيث تم توزيع 82 استبانة. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن المصارف الإسلامية تبنت مفهوم إدارة الجودة الشاملة بكافة عناصره، إلا أن مستويات التطبيق لتلك العناصر متفاوتة، فقد ارتبط أعلى مستوى تطبيق التركيز على العميل، يليه تلبية احتياجات العاملين، ثم التركيز على تحسين العمليات، في حين ارتبط أقل مستوى تطبيق بالتركيز على الاحتياجات الإدارية والتكنولوجية للمنافسة، ولا تختلف أبعاد الجودة الشاملة من حيث تأثيرها على تحسين الأداء المؤسسي، وأن بعد مجال التركيز على العميل يختلف من البنك الإسلامي الفلسطيني عن البنك الإسلامي العربي لصالح البنك الإسلامي الفلسطيني.

1.8.2 الدراسات العربية

1. دراسة (فرحاتي، 2016م) بعنوان: "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في اقتصاد المعرفة_ دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة".

هدفت الدراسة إلى تحديد دور رأس المال الفكري بأبعاده المتمثلة في (رأس المال البشري، رأس المال الزبوني، رأس المال الهيكلي) وتحقيق الميزة التنافسية بأبعادها المتمثلة في (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة) في شركة الاسمنت عين التوتة محل الدراسة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استبيان من أجل التحقق من المقاربات في الأطر النظرية للمتغير المستقل وعلاقته بالمتغير التابع وهو الميزة التنافسية، وقد تم اختبار الفرضيات المتعلقة بالدراسة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة، حيث وضحت الدراسة توفر أبعاد كلا من رأس المال البشري والهيكلية بدرجة كبيرة تفوق توفر أبعاد رأس المال الزبوني، حيث يسهم كل منهما في تحقيق الميزة التنافسية أكثر من رأس المال الزبوني، ومن أهم ما أوصت به الدراسة زيادة الاهتمام برأس المال الفكري وإدارته، وضرورة التعامل مع رأس المال الفكري على أنه أهم مورد استراتيجي تحوز عليه الشركة، والمحافظة عليه باستمرار لأنه العنصر الفعال في نجاحها خاصة في ظل التطور التكنولوجي الهائل الذي تعرفه بيئة الأعمال.

2. دراسة (محمد، 2014م) بعنوان: "بعنوان دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي السوداني".

هدفت الدراسة إلى تناول وتعريف مفهوم رأس المال الفكري وأثره في تحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال، والتعرف على واقع أداء المصارف السودانية وتقييم مستوى اهتمامها بمتطلبات التحول لاعتماد رأس المال الفكري كأحد عناصر الأصول الهامة للمصارف، وتقديم رؤية مقترحة للتطوير رأس المال الفكري في المؤسسات المصرفية السودانية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي القائم على تحليل المشكلة ودراسة الواقع وتقديم الحلول المناسبة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه تتحقق الميزة التنافسية للقطاع المصرفي السوداني من خلال رأس مال بشري مؤهل، واعتماد الابتكار كآلية للتطوير، واعتماد التعلم كآلية لدعم الميزة التنافسية، وتزويد الميزة التنافسية للمصارف السودانية من خلال زيادة التراكم المعرفي والتعليم والتدريب والابتكار والإبداع، وتمثل قضية التنويع والابتكار من أهم العقبات التي تواجه

المصارف السودانية في استحداث واستخدام صيغ استثمار إسلامية متنوعة على الرغم من رسوخ وقدم التجربة السودانية، وأوضحت الدراسة أن ضعف البنية التقنية والتكنولوجية والمعلوماتية للسودان يمثل تحدي لتبني القطاع المصرفي السوداني التحول لرأس المال الفكري، وتمثل متطلبات المعرفة والضوابط الشرعية، وأهمية تنويع محفظة الاستثمار بتنويع الصيغ الإسلامية المستحدثة للاستثمار، وتطوير الموارد البشرية والهيكل التنظيمية، والاهتمام بالبحث العلمي رؤية متكاملة للمصارف السودانية للاهتمام برأس المال الفكري.

3. دراسة (عبيد، 2014م) بعنوان: "أثر الاستثمار برأس المال الفكري على إدارة الجودة الشاملة دراسة تطبيقية على شئون الجمارك في مملكة البحرين".

هدفت الدراسة إلى معرفة أهمية رأس المال الفكري وأهميته وأهم خصائصه، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على النماذج المختلفة لقياس رأس المال الفكري، والتعرف على مفهوم الجودة الكاملة، ومعرفة وتحليل تأثير رأس المال الفكري على إدارة الجودة الشاملة كدراسة تطبيقية على شئون الجمارك بمملكة البحرين، وذلك في ضوء متغيرات مثل (الجنس، العمر، المؤهل العلمي الوظيفية، سنوات الخبرة)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكان مجتمع الدراسة جميع العاملين بقطاع شئون الجمارك، وتكونت عينة الدراسة من 213 موظفاً.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري وتحقيق الجودة الشاملة بشئون الجمارك، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري وتحقيق الجودة الشاملة تعزى لمتغيرات الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، سنوات الخبرة.

4. دراسة (دريالي وزيتوني، 2013م) بعنوان: "رأس المال الفكري، الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة".

تهدف الدراسة إلى تبيان أهمية حاجة المصارف الإسلامية لبناء رأس مال فكري يخدم رسالتها الخاصة، ويحقق أهدافها فيما يخص التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق الربحية، وتأتي معالجة ذلك من خلال المحاور الأساسية لمفهوم رأس المال الفكري، وأهمية رأس المال الفكري بالنسبة للمصارف الإسلامية، وواقع رأس المال الفكري في المصارف الإسلامية، وأهم المعوقات التي تواجه المصارف الإسلامية السودانية واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها تقييم رؤية المصارف الإسلامية، ونظرتها لواقع اقتصاد المعرفة والتفكير جدياً في إيجاد السبل العملية للتموضع فيه ومجاراة متطلباته، ومن بينها رأس المال الفكري والسعي نحو إدراج مفهوم رأس المال الفكري في مدونتها ومنظومتها الإدارية وثقافتها،

حرصاً على مصالحها وتشجيعاً لموظفيها لتلك القيمة التي هي بحجم رأس المال، والقيادة عنصر غاية في الأهمية بالنسبة للمنظمات، لذلك يجب على المصارف الإسلامية الاعتماد على كفاءات وخبرات إدارية في العمل المصرفي الإسلامي لتقود دفة نشاطاتها، وتكون خير معين للكادر البشري فيها، والذي يعبر عن مكون مهم من مكونات رأس المال الفكري.

5. دراسة (بربيش، 2013م) بعنوان: "العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم وأهمية وخصائص رأس المال الفكري، ومعرفة واقع رأس المال الفكري في مصارف دول الخليج، وإبراز دور رأس المال الفكري في إنجاز استراتيجية الزبائن للمنظمة، وتحقيق الأهداف المقترحة الهادفة إلى خلق القيمة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد أجريت هذه الدراسة على عينة مؤلفة من 78 مصرف موزعة على دول الخليج العربي. أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستثمار في أنشطة رأس المال الفكري وأداء الاستثمار مقاس بإنتاجيته، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل العائد على الاستثمار ومقاييس رأس المال الفكري، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيمة غير الملموسة للمنظمة ومعامل القيمة المضافة الفكرية.

6. دراسة (بربيش، 2013م) بعنوان: "دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل، الجزائر".

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية بالمؤسسة محل الدراسة، وتوضيح العلاقة بين متغيري الدراسة وبيان أهمية رأس المال الفكري في المؤسسات. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم توزيع الاستبانة لجمع البيانات، وقد وزعت على عينة حجمها 60 فرداً، وكان عدد الاستبانات المستردة 45 استبانة، كانت جميعها صالحة للتحليل، كما تم استخدام برنامج الاحصائي في التحليل الاحصائي للبيانات SPSS.

وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن متغيرات الدراسة المستقلة الخاصة برأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلائقي) لها دور معنوي في التأثير على المتغير التابع الميزة التنافسية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومتغير رأس المال الفكري.

7. دراسة (الروسان والعجلوني، 2010م) بعنوان: "أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية".

هدفت الدراسة إلى تقصي توافر رأس المال الفكري في المصارف الأردنية، والوقوف على مدى الاهتمام الذي توليه المصارف الأردنية لموضوع رأس المال الفكري، وذلك من حيث عملية (الصناعة، الاستقطاب، التنشيط، المحافظة والاهتمام بالزبائن)، وعلاقة ذلك بالقدرات الإبداعية لدى العاملين في هذه المصارف، وأثر المكونات المختلفة لرأس المال الفكري على تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الأردنية. واستخدام الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واختيرت 8 مصارف هي (العربي، الاسكان للتجارة والتمويل، الأهلي الأردني، الأردني الكويتي، الأردن، الإسلامي الأردني، القاهرة عمان، الاتحاد)، وتم توزيع الاستبانة على رؤساء الأقسام بواقع 60 استبانة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن رأس المال الفكري من المفاهيم الحديثة الذي مازال يخضع لاجتهادات متباينة من حيث المفهوم والقياس، وأن الإهتمام رأس المال الفكري مازال بحدود متواضعة في المصارف الأردنية، وهناك تأثير إيجابي رأس المال الفكري (الصناعة، التنشيط والمحافظة) مع القدرات الإبداعية، وغابت هذه العلاقة الإيجابية لرأس المال الفكري (الاستقطاب والاهتمام بالزبائن) في تنمية القدرات الإبداعية.

1.8.3 الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Vishnu, 2015) بعنوان: "تأثير مكونات رأس المال الفكري في أداء الشركة: دراسة تطبيقية على الشركات الهندية".

هدفت الدراسة إلى تقديم نموذج جديد لقياس رأس المال الفكري وتقدير القيمة المضافة له، وبيان أهمية إدراج رأس المال العلاقات ضمن رأس المال الفكري، وإظهار النماذج المختلفة التي يتم من خلالها قياس رأس المال الفكري ثم المقارنة بين القوة التنبؤية للنموذجين مع افتراض أن النموذج الجديد قوته التنبؤية أفضل. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي من خلال تطبيق تحليل الانحدار المتعدد على البيانات التي تم الحصول عليها من ثلاث صناعات هندية وهي الصناعات الدوائية وتكنولوجيا المعلومات والرعاية الصحية لفترة زمنية تمتد من (2002م_2013م). وتوصلت الدراسة إلى أن النموذج الجديد المستخدم في الدراسة له قوة تنبؤية أكبر، ووجود علاقة إيجابية بين كفاءة رأس المال الفكري وأداء الشركات. ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة أنه يمكن للمديرين استخدام النموذج الجديد لتقييم كفاءة رأس المال الفكري ومكوناته في شركاتهم واتخاذ الإجراءات المناسبة.

2. دراسة (Holienska and Pilková, 2014) بعنوان: "أثر رأس المال الفكري على أداء الشركة قبل وبعد الازمة المالية."

هدفت الدراسة إلى بيان العلاقة بين رأس المال الفكري ومكوناته المختلفة وأداء الشركات قبل الأزمة الاقتصادية 2008م وبداية فترة الإصلاح، من أجل اكتشاف كيف أثرت الأزمة على أهمية رأس المال الفكري في تحديد أداء الشركات من الشركات الصغيرة والمتوسطة في مختلف القطاعات الصناعية، ويستند التحليل على البيانات التي تضم البيانات المالية للشركات الصغيرة والمتوسطة العاملة في 10 أقسام الصناعية المختلفة لدولة سلوفاكيا لعامي 2008م و 2011م، حيث تصور البيانات المالية الوضع قبل الأزمة الاقتصادية 2008م، والبيانات المالية لعام 2011م لنفس الشركات تعكس تأثير الأزمة وبداية الإصلاح. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي في قياس تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى أن رأس المال الفكري مؤشراً كبيراً للعائد على الأصول هذا هو الحال بالنسبة لكلا من الأزمات السابقة ونماذج المتعلقة بما بعد الأزمات لجميع الصناعات، وأظهرت النتائج إلى أن أيّاً من متغيرات التحكم (الرافعة المالية وحجم الشركة) كان له تأثير أكبر على العائد على الأصول من رأس المال الفكري.

3. دراسة (Ramirez and Gordillo, 2014) بعنوان: "التعرف على رأس المال الفكري وتقديره في الجامعات الاسبانية".

هدفت الدراسة إلى تقديم نموذج لغرض التعرف على رأس المال الفكري وتقديره في الجامعات الاسبانية، من خلال تقديم مجموعة من المؤشرات لرأس المال الفكري لمساعدة الجامعات عن طريق تقديم معلومات مفيدة إلى حملة أسهمها، بما يساهم في تحقيق قدر أكبر من الشفافية والمساءلة والقابلية للمقارنة في قطاع التعليم العالي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع استبيان على أعضاء المجالس الاجتماعية في الجامعات الاسبانية العامة، بهدف التعرف على العناصر غير الملموسة التي يطلبها حملة الاسهم أكثر من أي شيء آخر. أهم النتائج التي توصلت إليها، تحديد العناصر غير الملموسة التي تحتاج إلى قياس، والتي تشكلت نتائج الدراسة التجريبية منها، والتعرف على مجموعة متجانسة من المؤشرات، وأن هناك العديد من المؤلفات العلمية والمهنية قدمت المقترحات لقياس رأس المال الفكري.

4. دراسة (Hassett and Shapiro, 2011) بعنوان " قيمة رأس المال الفكري والأصول غير الملموسة في الاقتصاد الأمريكي."

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية ودور رأس المال الفكري في الاقتصاد الأمريكي، والكشف عن مدى اهتمام المستثمرين بالاستثمار في الأصول غير الملموسة، والتعرف على قيمة رأس المال الفكري والأصول غير الملموسة في الاقتصاد الأمريكي على قيمة تلك القياسات والتقدير، وهذه بيانات أظهرت أنه في منتصف التسعينات قد ذهب البنك الاتحادي الفدرالي لكتابة الاستثمارات التجارية الأمريكية لأصول غير ملموسة بدل الأصول الملموسة التقليدية حيث شملت إيرادات واقتراحات، وحقوق الطبع والنشر والبحث والتطوير والممارسات من المديرين والعمال وعلى الكفاءات الاقتصادية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي في قياس تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

و أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي زيادة قيمة رأس المال الفكري في الاقتصاد الأمريكي في عام 2011م إلى 9.2 ترليون دولار، أما قيمة الاصول غير الملموسة التي يشملها رأس المال الفكري بالإضافة إلى الكفاءات الاقتصادية يبلغ مداه إلى 14.5 ترليون في عام 2011، بالإضافة إلى زيادة إقبال المستثمرين على الاستثمار في الأصول غير الملموسة.

5. دراسة (Kasim, 2010) بعنوان: "العلاقة بين ممارسات إدارة المعرفة والأداء المؤسسي في دوائر الحكومة الماليزية".

هدفت الدراسة إلى بيان الدور الهام لممارسات إدارة المعرفة في تحسين الأداء وكفاءة مؤسسات القطاع العام، وكيف يمكن أن يسهم تطبيق إدارة المعرفة في الدوائر الحكومية الماليزية في تحسين الأداء الوظيفي الحكومي.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في إجراءات الدراسة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع المعلومات اللازمة من مجتمع الدراسة، والذي يمثل جميع المدراء العامون في الوزارات الماليزية والبالغ عددها 28 وزارة، حيث تم أخذ عينة عشوائية منتظمة تبلغ 500 مفردة من مجتمع الدراسة، وكانت نسبة الاسترداد 87%. وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة إيجابية بين ممارسات إدارة المعرفة في الدوائر الحكومية الماليزية وكفاءة الأداء المؤسسي في مؤسسات القطاع العام الماليزي.

6. دراسة (Mitchell, 2010) بعنوان: "نموذج إدارة رأس المال الفكري لتوليد الثروة".

هدفت الدراسة إلى تطوير واختبار نموذج لإدارة رأس المال الفكري مستمد من رؤية واستراتيجية المنظمة، ولخصت الدراسة عناصر رأس المال الفكري بالمكونات الثلاثة (رأس المال البشري والهيكلية، العلاقات). واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اختيار 9 من المدراء التنفيذيين لوحدة عمل مستقلة في واحدة من الشركات الكبرى في نيوزيلاندا بغرض جمع بيانات منهم عن طريق المقابلة بالإضافة إلى 18 موظفاً للمقابلة أيضاً، وجمع بيانات 44 موظف من خلال استبانة تم إعدادها وتوزيعها لبيان وجهه نظرهم بخصوص قضايا تتعلق برأس المال الفكري.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه لا يوجد إدراك لدى إدارة الشركة لمفهوم إدارة رأس المال الفكري، وبالتالي فإن تطبيق مكونات رأس المال فكري في الشركة ضعيفة ولا يكاد يكون أثرها ملموساً على نتائج.

7. دراسة (Passetti and et al., 2009) بعنوان: "الأصول غير الملموسة ودورها في

تحقيق الميزة التنافسية من خلال التأثير المباشر وغير المباشر للثقافة والسمعة المؤسسية".

هدفت الدراسة إلى توضيح كيفية تحقيق الميزة التنافسية من خلال الأصول غير الملموسة من خلال معرفة التأثير المباشر وغير المباشر لكل من الثقافة والسمعة المؤسسية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي حيث أجريت الدراسة على 104 مؤسسة ضمن سبع صناعات في قطاعات مختلفة في اقتصاد الولايات المتحدة الأمريكية.

توصلت الدراسة إلى أن الثقافة المؤسسية ليست العامل الوحيد الذي يعزز الأداء المالي للمنظمات، ووجود علاقة إيجابية بين رأس المال الفكري والأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية.

1.8.4 تحليل الدراسات السابقة:

في ضوء إطلاع الباحث على الدراسات السابقة تبين ما يلي:

رغم أهمية ومكانة قطاع الصناعة المالية الإسلامية على المستوى الدولي والمحلي، إلا أنه يوجد ندرة في الدراسات على المستوي المحلي أو على المستوى العالمي على حد علم الباحث التي تتحدث عن دور رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة البشري والهيكلية والعلاقاتية في تحقيق

الميزة التنافسية لهذا القطاع، وأن الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع إما أنها تناولته بشكل نظري دون تحليل الواقع الذي يعيشه هذا القطاع، أو أن بعض الدراسات تناولته كجزء من المنظومة المصرفية دون تخصيص للموضوع. استخدمت المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على الاستبانة كأداة للحصول على البيانات، وذلك نظرا لعدم وجود البيانات الثانوية، وقليل من الدراسات الأجنبية استخدمت النماذج القياسية نظرا للاهتمام الحديث بمفهوم رأس المال الفكري في تطوير أداء المؤسسات.

بالنسبة للدراسات المحلية

لم تتطرق الدراسات المحلية لدور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لقطاع هام من القطاعات الاقتصادية التي أولت له العديد من الدول اهتماما كبيرا خاصة بعد بروز الأزمات المالية العالمية، فهناك دراسة ركزت على أثر تطبيق الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي في المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة (عايش، 2008م)، وهناك دراسات ركزت دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات أو الجامعات أو الشركات (عبد الهادي، 2016م) (الخصري، 2015م) (قشقش، 2014م) (أبو شعبان، 2011م)، بالإضافة إلى دراسة تطرقت إلى إدارة رأس المال الفكري ودوره في تحسين البيئة الاجتماعية بقطاع غزة (سالم، 2015م) وهناك دراسة تطرقت فقط إلى بناء نموذج وصفي جديد لقياس رأس المال الفكري (مهنا، 2014م).

■ بالنسبة للدراسات العربية والأجنبية:

تطرقت بعض الدراسات العربية للموضوع قيد الدراسة، فهناك ورقة بحثية تطرقت إلى رأس المال الفكري الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة دون أن تقوم بتحليل واقع رأس المال الفكري في المصارف الإسلامية ميدانيا (دربالي وزيتوني، 2013م)، وهناك دراسات تحدثت عن دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف بشكل عام، حيث تم التطرق إلى الصناعة المالية الإسلامية في تلك المؤسسات كجزء من القطاع المصرفي (محمد، 2014م)، (بريش، 2013م)، (الروسان والعجلوني، 2010م)، أما الدراسات الأجنبية منها من تطرقت إلى دور رأس المال الفكري في توليد الثروة (Mitchell, 2010)، وهناك دراسات تحدثت عن قيمة دور رأس المال الفكري والأصول غير الملموسة، وتأثيره على أداء تلك المنظمات (Hassett and. Shapiro, 2011)، ولكن لا يوجد دراسة أجنبية تتحدث عن دور رأس المال الفكري وعلاقته بالصناعة المالية الإسلامية حسب علم الباحث.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

1. تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تركيزها على دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية.
2. تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الإطار النظري من حيث توضيح مفهوم رأس المال الفكري وأهميته وخصائصه ونماذج قياسه، بالإضافة إلى التعرف على الميزة التنافسية مفهومها ومؤثراتها.
3. تستفيد الدراسة الحالية من تجارب الدراسات السابقة في التعرف على المنهجية المستخدمة في مختلف الدراسات وتحديد المنهجية المناسبة للموضوع قيد الدراسة.
4. تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة وخصوصاً الدراسات المحلية في أنها تدرس موضوعاً مهماً وقطاعاً حيويًا وهو دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، وهو ما لم تتطرق إليه أي من الدراسات التي أجريت خاصةً على المستوى المحلي، وهو ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات الأخرى التي أجريت في هذا المجال.
5. وتختلف الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها مزجت بين التحليل الوصفي حيث تم تحليل الاستبانة، واستخدام التحليل القياسي العميق، حيث تم استخدام نموذج الانحدار للوصول إلى نتائج تدعم النتائج التي تم التوصل إليها في التحليل الوصفي.

1.8.5 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

يتضح مما سبق يوجد دراسات سابقة التي تتحدث بعمق في موضوع البحث، والدراسات كانت إما ورقة بحثية تكلمت بشكل عام عن الموضوع أو تحدثت عن الموضوع في إطار موضوع عام، ولم تكن هناك أية دراسات تبحث في موضوع دور رأس المال الفكري، ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية - حسب علم الباحث-، لذلك فإن هذا الدراسة نعتقد أنها إضافة نوعية جديدة للباحثين والمهتمين وصناع القرار .

وعليه فإن أهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها تعتبر الدراسة من أولى الدراسات في فلسطين - حسب علم الباحث - التي تدرس دور رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في قطاع غزة.

كما أن هذه الدراسة تتميز بأنها مزجت بين استخدام منهج التحليل الوصفي واستخدام منهج التحليل القياسي عبر استخدام تحليل الانحدار .

الفصل الثاني

رأس المال الفكري

الفصل الثاني

رأس المال الفكري

2.1 المقدمة

يعتبر رأس المال الفكري من المفاهيم الحديثة التي لاتزال قيد البحث، حيث ظهر مفهوم رأس المال الفكري في تسعينيات القرن الماضي نتيجة للتحويل نحو اقتصاد المعرفة، كما أنه لا يزال في مرحلة التطور والبناء والاكتشاف، ويُعتبر (Ralph Stayer) الذي كان يعمل مديراً لشركة جونسون فيلي للأطعمة أول من أطلق عبارة رأس المال الفكري في بداية تسعينيات القرن الماضي، حيث قال: في السابق كانت المصادر الطبيعية أهم مكونات الثروة الوطنية، وأهم موجودات الشركات، وبعد أن كان رأس المال المتمثل في النقد والموجودات الثابتة هما أهم مكونات الشركات، حل الآن محل المصادر الطبيعية والنقد والموجودات الثابتة رأس المال الفكري الذي يعد أهم مكونات الثروة الوطنية وموجودات الشركات (المفرجي وصالح، 2003م، ص14).

ويمكن القول بأن رأس المال الفكري يمثل القوة الخفية للمؤسسة التي تستطيع به أن تزيد من الميزة التنافسية لها في السوق الذي تنتمي له، وتحقق معدلات نمو متزايدة سواءً في حصتها السوقية أو في مستويات الربحية (mina et al., 2014).

2.2 مفهوم رأس المال الفكري

تعددت المسميات التي استخدمت للدلالة على رأس المال الفكري منها: رأس المال المعرفي ورأس المال غير الملموس والأصول غير المادية والأصول المعرفية والموجودات غير الملموسة ورأس المال الرقمي، وعلى الرغم من تعدد الاجتهادات في تعريف رأس المال الفكري سنجد أنه تعددت الرؤى حول مفهوم رأس المال الفكري، حيث ذهب فريق إلى حصر رأس المال الفكري في طائفة مميزة من أفراد المؤسسة، ونلمس ذلك من خلال التعاريف التالية:

عرف (Stewart) رأس المال الفكري بأنه يتمثل في المهارات والخبرات المتميزة التي يمتلكها الأفراد في المنظمة بحيث لا يوجد من يمتلكها من المنظمات المنافسة، فضلاً عن كونها استراتيجية يدفع الزبائن ثمنها بشراء المنتج.

أما (spender) عرف رأس المال الفكري أنه يمثل نخبة متميزة من العاملين، لهم القدرة على تفكيك هيكلية الصندوق الأسود للعمل الإنتاجي إلى مكوناته الأولية، وإعادة ترتيبها واستخدامها بشكل متميز. أما (Webster) فيعرفه على أنه صفة للقياديين التحويليين، وتتمثل قدرتهم على

تحويل التقنية من البحث إلى التصنيع بنجاح عالٍ، يساهم في بقاء المنظمة في عالم المنافسة لمدة زمنية طويلة (بريبش، 2013، ص29).

في حين يرى (Draker) أن رأس المال الفكري يتمثل في مهارات العاملين ومعارفهم وخبراتهم إذا كانت هذه المهارات والخبرات وتلك المعارف متميزة، ولا يوجد من يمتلكها في المؤسسات الأخرى (الهالي، 2011م، ص21).

ويرى (Youndt) أن رأس المال الفكري هو قدرات متميزة يتمتع بها عدد قليل من الأفراد الموظفين في الشركات التي تُمكنهم من تقديم إسهامات متميزة فكرياً بحيث تُمكن الشركات من زيادة إنتاجها، وتحقيق درجات عالية مقارنة بالمنافسين (المعاني وآخرون، 2011م، ص227).

وعرفه (العنزي، 2001م) بأن رأس المال الفكري هو المعرفة المفيدة التي يمكن توظيفها واستثمارها بشكل صحيح لصالح المنظمة، ويعد الفكر الذي يكمن في ذهن الأفراد، ولا يمكن لمسه، ولا رؤيته أو قياسه أو تقديره بثمن.

ويلاحظ الباحث أن التعاريف السابقة حصرت رأس المال الفكري بما يمتلكه الأفراد من خبرات ومهارات ومعارف؛ بذلك ركزت على مكون رأس المال البشري دون ذكر لما تملكه المؤسسة من أصول غير ملموسة لها علاقة بالمكونين الرئيسيين الآخرين، وهما رأس مال التنظيمي ورأس مال العلاقات؛ لكن هناك فريق آخر من الباحثين طوّر مفهوم رأس المال الفكري، ولم يقتصروا المفهوم بما يمتلكه الأفراد داخل المؤسسة من مهارات، بل إن المفهوم أعمق من ذلك؛ فهناك مكونات أخرى يشملها رأس المال الفكري، ويتضح ذلك من خلال التعاريف الآتية:

يعرفه (Ulrich, 1998) أنه مجموعة المهارات المتوفرة في المنظمة التي تتمتع بمعرفة واسعة تجعلها قادرة على جعل المنظمة عالمية، بهدف الاستجابة لمتطلبات الزبائن المختلفة والفرص التي تواجهها.

وعرفه (عبد، 2006م) بأنه مجموعة من القيم غير الملموسة التي تعتبر جزء من رأس مال المؤسسة، وتشتمل على مكونات بشرية، وهيكلية، وعلائقية تساهم في إنتاج أفكار مبدعة مبتكرة وجديدة، وتساعد على تحسين الحصة السوقية للمؤسسة، وتعظيم القدرات التنافسية للمؤسسة أمام المنافسين الآخرين، وتتوزع القيم غير الملموسة في كل المستويات الإدارية في المؤسسة، ولا يقتصر وجودها على مستوى إداري.

وعرفت دراسة (الميهي، 2013م) بأنه مجموعة من الموارد غير الملموسة التي تحقق قيمة للمؤسسة، إضافة إلى القيم التي تحققها مواردها المادية، وترتبط بالإمكانات البشرية والداخلية والخارجية، وتُساهم في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة أمام المؤسسات الأخرى لفترة زمنية طويلة الأجل (مليجي، 2014م، ص11).

في حين عرفه (قشقش، 2014م) بأنه ناتج التفاعل بين ما تملكه المؤسسات من موارد غير ملموسة متمثلة في مهارة وكفاءة وخبرة العاملين في المؤسسة، وما تمتلكه من علاقات خارجية وزبائن، وما تمتلكه من هيكل تنظيمي يساعدها في تحقيق قيمة مضافة وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.

على ضوء ما تقدم يتضح للباحث بأن رأس المال الفكري مصدرٌ حقيقيٌّ ومهمٌ لتحقيق الثروة وخلق القيمة وزيادة إنتاجية المؤسسة؛ مما يحقق لها مستويات عالية مقارنة بمؤسسات أخرى، ويعظم القدرات التنافسية لها، ويتضح أن رأس المال الفكري لا يقتصر وجوده في مستوى إداري معين بل ينتشر في كافة المستويات الإدارية.

ويرى الباحث أن تعريف رأس المال الفكري يختلف باختلاف زوايا البحث والاهتمام، ومرحلة التطور التي يمر بها المفهوم، والتنوع الذي تمر به المعارف والموارد غير الملموسة.

وفي ضوء ما تم استعراضه من تعريف الباحثين يُعرّف الباحث رأس المال الفكري " هو الأصول غير الملموسة سواءً كان يمثلها الأفراد بامتلاكهم المهارات والخبرات والقدرات، أو ما تمتلكه المؤسسة من الأصول غير ملموسة مصدرها موارد بشرية مبدعة منتجة لكل ما هو متميز في المؤسسة، تؤدي إلى زيادة إنتاجيتها وتزيد من حجم زبائنها، وتحقق ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة".

يرى الباحث أن عظم دور رأس المال الفكري يتطلب من المؤسسة أن تعمل على زيادة الاستثمار في الأصول المعرفية من أجل زيادة الإنتاجية وتحقيق ميزة تنافسية لها، إلى جانب استثمارها للموارد المادية، لأن رأس المال الفكري أصبح سلاحاً تنافسياً مهماً يضمن لها البقاء في عالم الأعمال، ويمكن توضيح أهم الفروقات بين رأس المال الفكري ورأس المال المادي من خلال المقارنة الواردة في الجدول (2.1).

جدول (1.2): الفرق بين رأس المال المادي والفكري

البيان	رأس المال المادي	رأس المال الفكري
الصفة الأساسية	مادي ملموس	غير مادي - غير ملموس
موقع التواجد	ضمن البيئة الداخلية للشركة	في عقول الأفراد العاملين في الشركة
التمثيل النموذجي	الآلات المعدات المباني	الأفراد ذوي المعارف والخبرة
القيمة	متناقصة بالاندثار	متزايدة بالابتكار
نمط خلق الثروة	بالاستخدام المادي	بالتركيز والانتباه والخيال الواسع
المستخدمون له	العمل العضلي	العمل المعرفي
الواقع التشغيلي	يتوقف عند حدوث المشاكل	يتوقد عند حدوث المشاكل
الزمن	له عمر إنتاجي ويتناقص بالطاقة	ليس له عمر مع تزايد في القدرات الابداعية

المصدر: يوسف، عبد الستار حسين. (2009م). دراسة تحليلية لرأس المال الفكري وطرق قياسه في منظمات الأعمال. مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة، سلطنة عمان، (117)، ص 17.

ويرى الباحث أن المقارنة تكشف حقيقة أساسية، وهي أن القيمة والثروة والميزة التنافسية تنشأ من امتلاك المؤسسة لرأس المال الفكري أو الأصول المعرفية إلى جانب امتلاك رأس المال المادي، ورغم ذلك معظم الشركات تولي اهتماماً أكبر لرأس المال المادي، ويرى الباحث أن أكثر الفروق أهمية بين رأس المال المادي ورأس المال الفكري هو أن رأس المال الفكري لا يخضع للتناقص مع مرور الزمن، وإنما يتزايد بالابتكار والإبداع، وهناك فرق آخر أن رأس المال الفكري ليس من السهل تحديد مكوناته وأركانه بدقة كما هو الحال في رأس المال المادي وهذا يمثل تحدياً حقيقياً للمؤسسات.

2.3 أهمية رأس المال الفكري:

تميز الإنسان بالمنزلة الرفيعة بما فضل الله تعالى البشر بالعقل والتفكير، حيث أفرد القرآن لأصحاب العقول والألباب موقعاً مهماً في القرآن الكريم، فلقد ذكرت كلمة العقل والفكر في 61 آية موزعة على 43 سورة كريمة، أي بنسبة 38% من مجموع سور القرآن الكريم (العنزي وصالح، 2009م).

لعل أهم ما يميز العصر الحديث هو ظهور قوة المعرفة، التي تمثل عنصراً مهماً يعطي المؤسسة القدرة على الاستمرار، وامتلاك القدرة التنافسية، وعليه أصبحت المؤسسات والحكومات تولي موضوع بناء قاعدة للمعرفة ومعرفة كيفية إدارتها الأهمية التي تستحقها، وأصبحت الأصول غير الملموسة أساس القدرة التنافسية لأي مؤسسة (Sokolovska, et al., 2014).

كما أن توفر الأصول المعرفية في الشركة فرصة لتوليد ميزة تنافسية مستدامة وزيادة القيمة، ويكمن دور الأصول غير الملموسة والقدرة الاقتصادية للمنظمة في فن تجميع مجموعة متماسكة من الموارد في بوتقة تحقق ما تصبو إليه المؤسسة (Gogan, et al., 2015).

ولقد ذكرت منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي أن الاستثمار في الأصول غير الملموسة مسؤولة عن أكثر من ثلثي نمو إنتاجية العمل في العديد من البلدان، ووفقاً لهذه المنظمة يقدر البنك الدولي أن الشكل الغالب للثروة بالنسبة لمعظم البلدان هو رأس المال غير الملموس (Florinda, 2013).

وتبرز أهمية رأس المال الفكري في النقاط الآتية:

- يساعد في خلق معارف وثقافات جديدة في المؤسسة.
- زيادة كفاءة استخدام الأصول وتحقيق إنتاجية أعلى وخدمة أفضل للزبائن.
- من أهم مصادر الربحية والدعامة التنافسية للمنظمة، وتحقيق الميزة التنافسية.
- يعتبر أساساً مهماً في بناء المنظمات الذكية، وذلك من خلال توفير العقول المتميزة وقدرتها على استثمار باقي الموارد لتوسيع مساحة التميز لمنظمتهم (فرحاتي، 2016م، ص84).

رأس المال الفكري قادر على خلق ثروة خيالية، من خلال قدرته على تسجيل براءات الاختراع، وهذا ما أكدته البحوث التي تناولت رأس المال المعرفي، ويعد رأس المال الفكري يعد السلاح الأساسي للمنظمة، لأن الموجودات الفكرية تمثل القوة الخفية التي تضمن البقاء والاستمرارية للمنظمة (Koenig, 2000).

وذكرت دراسة (Akbar Bhatti & Zaheer, 2014) أنه لا يمكن إنشاء الثروة حتى يتم توليد الأرباح من الابتكارات، والابتكارات التي تخلق الثروة هي النتيجة المتوقعة لإدارة المعرفة، وتصف الدراسة خلق القيمة من خلال الابتكار أنها العملية التي يتم من خلالها التعرف على موارد رأس المال الفكري، واستخدامها في ظل البيئة المتغيرة بسرعة، ويجب على الإدارة تحديث واستخدام المعرفة (الداخلية والخارجية) على نحوٍ فعالٍ للبقاء قادرة على المنافسة.

من هنا يرى الباحث أن عظم أهمية رأس المال الفكري تتزايد يوماً بعد يوم مع تطور مفهوم رأس المال الفكري، ومع تزايد إدراك القطاعات الاقتصادية المختلفة للدور البارز الذي تلعبه الأصول غير الملموسة بشكل يتيح للمؤسسات استغلال الأصول المعرفية بشكل أمثل، وأهمية الاستثمار فيه بالشكل الذي يحقق مضاعفة الربحية لتلك القطاعات، وتحقيق الميزة التنافسية لها في السوق، ولعل الناظر إلى نتائج الشركات العملاقة سيجد أنه لا يوجد وجه مقارنة بين حجم الأرباح الضخمة التي تحققها تلك الشركات مقارنة بحجم الأصول ورأس المال المادي المحدود، ولا يفسر ذلك إلا امتلاك تلك الشركات لرأس المال المعرفي، الذي أصبح في الوقت الحاضر أكثر أهمية من رأس المال المادي في ظل الثورة المعرفية، وتسارع الشركات والحكومات على امتلاك التكنولوجيا، والتي أصبحت المورد الأساسي للعديد من الدول التي تفوقت اقتصادياً رغم قلة إمكاناتها المادية على العديد من الدول التي تمتلك إمكانات ضخمة من الموارد المادية.

وتبقى هناك مسألة في غاية الأهمية وهي أنه عند فشل الأعمال المرتبطة برأس المال الفكري فإن الموارد غير ملموسة أو الأصول المعرفية قد تذهب كلها، وهي أعباء تتحملها المؤسسة مثل تبخر الأموال المستخدمة في التدريب، أو خسارة المؤسسة جزء من سمعتها، أو انسحاب الأفراد منها وهو ما يسمى برأس المال الفكري السالب (نجم، 2010م، ص 127).

2.4 مكونات رأس المال الفكري:

القيمة السوقية للمؤسسة تتحدد بنوعين من رأس المال النوع الأول رأس المال المادي ويتمثل في التجهيزات والآلات والممتلكات، وأيضاً النقود بأشكالها المختلفة، وأما النوع الثاني فهو رأس المال الفكري ويتمثل في الأصول غير الملموسة التي تمتلكها المؤسسة، وهو متغير مهم يؤثر تأثيراً كبيراً على نجاح وفشل المؤسسة، وينعكس ذلك على القيمة السوقية للمؤسسة، ولعل ذلك دفع الكثير إلى الاهتمام المتزايد برأس المال الفكري ومكوناته وقياسه (أبو سويرح، 2015م).

واختلف الباحثون في رؤيتهم لمكونات رأس المال الفكري، البعض منهم رأى أن رأس المال الفكري يتكون من عنصرين: الأول يتمثل برأس المال البشري وهي المعرفة المتعلقة بالشخص

والمحفوظة في ذهنه في المؤسسة، والعنصر الثاني الأصول الفكرية وهي المعرفة المستقلة والتي تملكها المؤسسة، ومنهم من يرى أن رأس المال الفكري يمثل القيمة الاقتصادية لنوعين من الموارد غير الملموسة وهما: رأس المال التنظيمي ورأس المال البشري، في حين يرى باحثون رأس المال الفكري هو جزء أو مكون يشير إلى المورد البشري (petty and Guthrie, 2000).

وهناك العديد من التصنيفات لمكونات رأس المال الفكري نذكر منها:

أولاً-تصنيف معهد Brooking: لقد حدد المعهد مكونات رأس المال الفكري بأربعة مكونات:

1. الأصول السوقية: وتتمثل في العناصر غير الملموسة المرتبطة بالسوق منافذ التوزيع، العملاء، والعلامة التجارية.
2. أصول الملكية الفكرية: وتتمثل في براءات الاختراع، العلاقات التجارية، وحقوق الطبع.
3. الأصول البشرية: وتتمثل في القدرة على الابتكار، والخبرات المختلفة التي توضح أداء الأفراد.
4. أصول البنية التحتية: وتشمل ثقافة المؤسسة، قواعد بيانات العملاء، طرق تقييم الخطر، طرق إدارة قوى البيع، الهيكل المالي (Brooking, 1996).

ثانياً- تصنيف Sveiby: قسم رأس المال الفكري إلى ثلاثة أقسام، وأولى أهمية كبيرة لكفاءات العاملين والتقسيم كالتالي :

1. كفاءة العاملين وتعليمهم وخبراتهم.
2. التركيب الداخلي: أي الشكل القانوني، الإدارة، النظم، الثقافة، والبرمجيات.
3. الهيكل الخارجي: مثل العلامة التجارية، علاقات الزبائن والموردين (Sveiby, 1998).

ثالثاً-تصنيف الباحثة (Al Ali) قسمت رأس المال الفكري إلى:

1. الموارد المعرفية: وهي المعرفة العامة، التغذية العكسية للزبائن، القوة الفكرية للعاملين.
2. العمليات الإبداعية: وتتمثل في العمليات الإنتاجية والممارسات والأنظمة الموظفة من قبل المنظمة لنقل وتحويل النموذج الأول من التصميم إلى واقع في الأسواق الخارجية.
3. الملكية الفكرية: ويمكن استخدامها لكسب ميزة تنافسية وتحقيق العوائد عن طريق بيع جزء أو كل الملكية الفكرية (Al Ali, 2001).

رابعاً-تصنيف Guthrie & Petty: يتكون رأس مال الفكري من العناصر الآتية:

1. الهيكل الداخلي: ويتمثل في رأس مال المنظمين (الهيكلية).

2. الهيكل الخارجي: ويتمثل في رأس مال الزبائن (العلاقات).

3. كفاءة العاملين: ويتمثل في رأس المال البشري (فرحاتي، 2016م، ص70).

خامساً-تصنيف: Despers & Channvel قسما رأس المال الفكري إلى أربعة مكونات:

1. رأس المال البشري: ويتمثل في الموارد البشرية المتواجدة في المنظمة، إضافة إلى المعرفة الموجودة لدى الأفراد ويمكن تحويلها إلى قيمة، وأيضا النظم والاجراءات التنظيمية.

2. رأس المال الهيكلي: ويتمثل في البنية التحتية للمنظمة.

3. الموجودات العملية: وتتمثل في رأس المال الهيكلي الذي يستخدم لخلق القيمة مثل شبكة التوزيع، تسهيلات العمليات.

4. الموجودات الفكرية: وتتمثل في الأصول الفكرية للمنظمة (يوسف، 2005م، ص6).

سادساً-تصنيف أحمد المعاني وآخرون: قسم رأس المال الفكري إلى:

1. رأس المال الهيكلي: ويتمثل في الأنظمة، البراءات وقواعد البيانات.

2. رأس المال البشري: ويتمثل في التعليم، التدريب، الخبرة.

3. رأس المال البائني: ويتمثل في العقود، الولاء، العلامة التجارية.

4. رأس المال النفسي: ويتمثل في التفاؤل، الثقة والأمل والقدرة على المقاومة الموجودة لدى الأفراد في المنظمة (المعاني وآخرون، 2011م، ص234)

سابعاً-تصنيف برينان وكونل (Brennan & Connell, 2000): قدما إطارا للأصول الفكرية يتكون من:

1. رأس المال البشري: وهو ما يستطيع أن يفعله الأفراد بصورة فردية وجماعية.

2. منظومة المعرفة التنظيمية: تمثل مفهوم الأصول الفكرية وتشير إلى مخزون المعرفة في الشركة وتتضمن حقوق الاختراع وقواعد البيانات وتكنولوجيا الإنتاج والمعلومات.

3. السوق: العلاقات بين المنظمة والأطراف الخارجية (فرحاتي، 2016م، ص72).

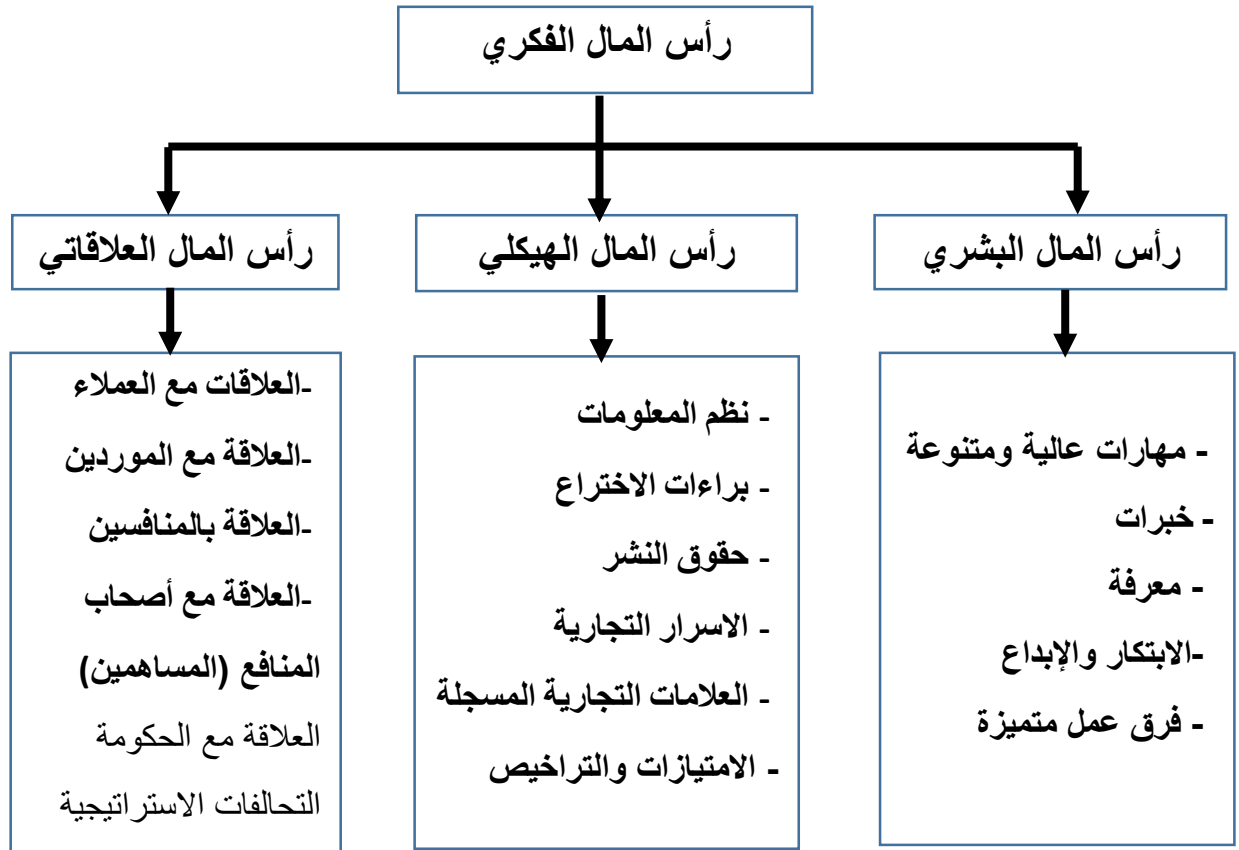
ويرى الباحث أن هذا التقسيم الذي قدماه Brennan & Connell يتفق مع المكونات

الثلاثة التي أشار إليها الباحثون الآخرون، رأس المال البشري الذي ذكره صراحة والثاني منظومة المعرفة التنظيمية وتمثل رأس المال الهيكلي والثالث السوق ويمثل رأس مال العلاقات.

فيما يرى كل من (Choong, 2008) بأن مكونات رأس المال الفكري ثلاث مكونات وهي المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقات.

وقد وافق ذلك القول العديد من الباحثين (مهنا، 2014م، ص26) منهم:

(Auer, 2004; Marques and Simon, 2003; Skyrme, 2005; Dzinkowski, 2000; Atrill, 1998; Lynn, 1998; Jurczak, 2008; Petrash, 1996; Wall, Kerk and Martin, 2004; Bontis and Choo, 2002; Kim and Taylor, 2014; Bischoff et al., 2011; Ricceri, 2008; Malhorta, 2007; Huafang, 2008; Kavida and Sivakumar, 2009; Siana Halim, 2010; Xiao, 2008).



الشكل (2.1): مكونات رأس المال الفكري

المصدر: السعيد، هاني محمد. (2008م). رأس المال الفكري: انطلاقة إدارية معاصرة. ط1. مصر: دار السحاب للنشر والتوزيع، ص37.

يرى الباحث أن تقسيم رأس المال الفكري إلى ثلاثة مكونات وهي: رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس مال العلاقات هو محل اتفاق معظم الباحثين، وهو الأكثر شمولاً لأركان مفهوم رأس المال الفكري، كونه يتضمن أماكن تواجد الأصول غير الملموسة سواءً على مستوى الأفراد ويعبر عنها رأس المال البشري، أو في البيئة الداخلية للمؤسسة ممثلة برأس المال الهيكلي، أو في البيئة الخارجية للمؤسسة ممثلاً في رأس مال العلاقات، وهذه المكونات سيعتمد عليها الباحث في هذه الدراسة.

أولاً: رأس المال البشري:

يعبر رأس المال البشري عن المعرفة الكامنة في الفرد نفسه، وهي المواهب والمهارات والخبرات اللازمة لتوليد الابتكار، وهي المصدر الحقيقي للقيمة، وتشمل المعرفة النظرية والعملية للأفراد والقدرات والمواهب المختلفة، مثل الفنية والرياضية أو التقنية (Florinda, 2013).

ويتمثل في المعرفة التي يمتلكها الموظفون والتي لا تمتلكها المؤسسة، وهي معارف مرتبطة بالمهارات والتجارب والخبرات والابتكار والابداع، ولقد عرف إدفنسون ومالون رأس المال البشري بأنه مجموع المهارات، والخبرات، ومعرفة العاملين في المؤسسة، وهذا الجزء من رأس المال يتزايد بالاستخدام، وبالتالي تزداد وتتراكم المعرفة والخبرة والتعلم لديه مع مرور الزمن (نجم، 2010م).

مؤشرات قياسه:

1. إبداع العاملين: قدرات الإبداع والابتكار لدى العاملين، والدخل الذي يتحقق لهم من الأفكار الأصلية للعاملين.

2. قدرات العاملين: القدرات الاستراتيجية لإدارة المؤسسة، مستوى جودة العاملين، قدرة التعلم لدى العاملين، كفاءة عمليات تدريب العاملين، قدرة العاملين على المشاركة في اتخاذ القرار.

3. اتجاهات العاملين: تطابق اتجاهات العاملين مع قيم المؤسسة، درجة رضا العاملين، معدل دوران العمل، متوسط مدة خدمة العاملين (Edvinsson and Malone, 2007).

رغم ذلك فإن عملية قياس رأس المال البشري مازالت صعبة، وتواجه العديد من العقبات خاصة في ظل تبني المؤسسات التقليدية معايير تهتم بقياس الأصول المادية، هذا بالإضافة إلى مشاكل في قياس الإبداع والتعلم وقياس مهارة الأفراد (المعاني وآخرون، 2011م).

ثانيا: رأس المال الهيكلي (التنظيمي):

يُعبّر هذا النوع من رأس المال عن الجدارة الجوهرية للمنظمة، ومعرفتها الصريحة التي يتم الاحتفاظ بها داخل هياكل وأنظمة المؤسسة، وهو الذي يصنع الوجود المادي للشركة وقيمتها الدفترية، وبالتالي فهو يمثل القيم التي تدعم رأس المال البشري، ولكنه يبقى في المنظمة عندما يترك الأفراد شركتهم، وهو يشمل:

1. رأس المال الابتكاري: هو عبارة عن تقديم تشكيلة جديدة من عناصر الإنتاج الأساسية والعناصر ذات العلاقة بنظام الإنتاج بالمؤسسة، ويمكن التعبير عنه ببراءات الاختراع، تراخيص الإنتاج، عدد التكنولوجيات الجديدة المبتكرة، ومبيعات المنتجات الجديدة المبتكرة نسبة إلى المبيعات الكلية.
2. رأس مال العمليات: المعرفة المتصلة بعمليات المنظمة، ويمكن التعبير عنه بنظم المعلومات قواعد البيانات، وشبكات التوزيع (نجم، 2010م).

المؤشرات لقياس رأس المال الهيكلي:

1. الثقافة العامة: طبيعة بناء ثقافة المنظمة، وتطابق ثقافة العاملين مع منظور المنظمة ورؤيتها
2. الهيكل التنظيمي: صلاحية نظام الرقابة في المؤسسة، وضوح العلاقة بين السلطة والمسؤولية
3. التعلم التنظيمي: بناء شبكة معلومات داخلية واستخدام هذه الشبكة، بناء مخزون تعليمي للمنظمة واستخدامه.
4. العمليات: مدة عمليات الأنشطة والأعمال، مستوى جودة المنتج، كفاءة العمليات التشغيلية.
5. نظام المعلومات: الدعم المتبادل والتنسيق بين المتعاملين، توفر البيانات والمعلومات ذات العلاقة بأنشطة المنظمة وأعمالها، المشاركة في المعرفة (ياسين، 2007م).

ثالثا: رأس المال العلاقات (الزبائن):

المؤسسة لا تستطيع امتلاك العملاء، ولكنها تحقق قيمة مضافة لها من خلال علاقتها مع هؤلاء العملاء وقدرة المؤسسة على الاحتفاظ بهم، وتبادل الأفكار والمعلومات، وحجم الحصة السوقية مقارنة بالمنافسين ومعدلات النمو السوقي، وكذلك القدرة على جذب العملاء (العنزي وصالح، 2009م).

مؤشرات رأس مال العلاقات:

1. القدرات السوقية الأساسية: بناء قاعدة بيانات للعملاء واستخدامها، توفير الامكانيات اللازمة لخدمات العملاء، القدرة على تحديد حاجات ورغبات العملاء.
2. كثافة السوق: الحصة السوقية، السوق المحتملة، الوحدات المباعة إلى عدد العملاء، سمعة العلامة التجارية والاسم التجاري للمنظمة، وبناء قنوات للبيع والتوزيع.
3. ولاء الزبائن: رضا العملاء، شكاوى العملاء، مقدار الاستثمار في بناء علاقات العملاء، مستوى كسب عملاء جدد، ومستوى خسارة عملاء حاليين (ياسين، 2007م).

2.5 خصائص رأس المال الفكري

تناولت العديد من الأدبيات والدراسات موضوع رأس المال الفكري مفهومه وأهميته وتفصيلاً لمكوناته، واتضح له مجموعة من الخصائص العامة التي تميزه عن رأس المال المادي وهي:

1. يمثل أصولاً غير ملموسة ويصعب قياسه بدقة.
 2. صعوبة فصل الأصول الفكرية عن بعضها البعض.
 3. يمثل أحد عناصر الإنتاج التي تزيد الميزة التنافسية للمؤسسة.
 4. يميل رأس المال الفكري إلى المرونة وعدم الجمود.
 5. التكامل بين مكوناته الفرعية (شعبان، 2011م، ص55).
- وإلى جانب الخصائص العامة لرأس المال الفكري؛ هناك خصائص جوهرية تتعلق بطبيعة رأس المال الفكري وتتضمن:

1. الخصائص التنظيمية: (Organizational)

- تواجد رأس المال الفكري في جميع المستويات الاستراتيجية الإدارية.
 - المرونة التي تساعد على التجديد المستمر من خلال الأفراد.
 - البعد عن المركزية الإدارية بشكل كبير.
- ### 2. الخصائص المهنية: (Professional)
- ترتبط بممارسة العناصر البشرية داخل التنظيم:
- امتلاك العديد من المهارات المهنية والخبرات المتراكمة بحيث يكون من الصعب استبدالهم.
 - التمتع بدرجة تعلم تنظيمي عالية.

3. **الخصائص السلوكية والشخصية:** وترتبط بالعنصر البشري وبنائه الذاتي، وتتضمن:

ميل رأس المال الفكري لتحمل المخاطرة عند بدء العمل بدرجة كبيرة، والإقدام على الأعمال والأنشطة المجهولة التي تتسم بعدم التأكد، والاستفادة من خبرات الآخرين، ومبادرته بتقديم الأفكار والمقترحات البناءة والانفتاح على الخبرة (الهالي، 2011م، ص23).

ويستخلص الباحث من خلال اطلاعه على التعاريف المختلفة لرأس المال الفكري والدراسات السابقة التي تحدثت عن مكونات وعناصر رأس المال الفكري الخصائص الآتية:

1. يعمل رأس المال الفكري بكفاءة وفاعلية في المناخ غير الرسمي.
2. يتسم رأس المال الفكري بالمبادرة وتقديم الأفكار الابتكارية.
3. يتصف رأس المال الفكري بالمرونة والبعد عن الجمود.
4. يتواجد في كافة المستويات الإدارية.
5. تتزايد قيمته بالنقادم من خلال اكتساب الخبرات والمهارات وزيادة التعلم.
6. فعال لتحديد القيمة الحقيقية للمؤسسات القائمة على المعرفة.
7. يصعب قياس الأصول الفكرية المكونة له.

2.6 تنمية واستثمار رأس المال الفكري:

أكد الكثير من الباحثين على أهمية استثمار رأس المال الفكري بقولهم "رأس المال الفكري المستثمر عملية يمكن تشبيهها بالذهب المستخرج".

2.6.1 تعريف الاستثمار في رأس المال الفكري:

الاستثمار بشكل عام هو الموارد المالية التي تخصصها المؤسسة لمشروع استثماري مقترح تنفيذه خلال فترة زمنية معينة؛ أي إيداع مقدار معين من الأموال في الوقت الحاضر بغية توقع الحصول على مقدار أكبر منه في المستقبل. أما تعريف الاستثمار الفكري فهو توظيف الأموال من قبل المؤسسة في أصولها بغرض حصولها على الموارد المعرفية، والتي تتمثل في الموارد البشرية العالية التخصص في مجال المعرفة، وإعادة تأهيل وتدريب العاملين فيها وتحديثها واسترجاعها، ويعد الانفاق بهدف تكوين الخبرات المعرفية والحصول على البيانات والمعلومات و تخزينها، والاستثمار في الموارد الفكرية وخاصة رأس المال الفكري مشروعاً اقتصادياً استثمارياً تسعى المؤسسة من خلاله إلى تحقيق نوعين من الأهداف: أهداف مادية متمثلة في الوفورات

التي يحققها المورد المعرفي جراء انخفاض تكاليف الانتاج وتحسين نوعية المنتجات، وأهداف غير مادية متمثلة في تقديم الخدمات للمستفيدين (حسن، 2008م، ص158).

2.6.2 أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري:

يعد رأس المال الفكري في المؤسسة بمثابة ميزة تنافسية لها، ويمثل كنزاً مدفوناً يحتاج إلى من يبحث عنه، واستخراجه للوجود وممارسته، ومن أهم أساليب استخراجه هو نشر المعرفة والتدريب والتطوير (الدوري وصالح، 2009م).

إن اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستثمار في رأس المال الفكري مرتبط بهدف المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية لها؛ فلا تستطيع المؤسسة تطوير أنشطة البحث والتطوير إذا لم يكن لديها موظفين ومعدات، وتتجسد أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري من خلال الجوانب التالية :

1. يعزز الاستثمار مستوى أداء المؤسسات وخاصة التي تتمتع بمركز استراتيجي قوي.
2. يحتم الاستثمار في رأس المال الفكري على المؤسسات التعرف على مستويات الاستثمار الملائمة من خلال تحديد الحد الأدنى والحد الأقصى من المبالغ المخصصة للاستثمار.
3. يساهم الاستثمار في رأس المال الفكري على تشجيع التطوير والتجديد والابداع والابتكار.
4. يساعد الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، وذلك من خلال الاستثمار في الأصول المعرفية غير الملموسة وتكنولوجيا المعلومات واستخدام الحاسوب والمهارات المعرفية المتقدمة.
5. يساهم الاستثمار في رأس المال الفكري المتمثل بالخبرات والمهارات العالية للعاملين في تعزيز القدرة على إدارة قنوات التوزيع (حسن، 2008م، ص160).

وأورد (بيصار، 2017م، ص148) في أهمية الاستثمار في رأس المال الفكري التالي:

1. يعزز الاستثمار في الموارد المعرفية أي رأس المال الفكري مستوى أداء المنظمات.
2. يعد زيادة الاستثمار في رأس المال الفكري مؤشر مهم لقياس ربحية المنظمات، ويساهم بشكل فاعل في تحقيق العوائد المالية العالية للمؤسسة.
3. الاستثمار المعرفي يمكن أن يلعب دوراً مهماً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة من خلال تخفيضه تكاليف العمل الإداري بنسب عالية.

2.6.3 جوانب تنمية الاستثمار في رأس المال الفكري.

لتفعيل حجم الاستثمار في رأس المال الفكري يجب أن تهتم المؤسسة في تنمية رأسمالها الفكري وذلك من خلال عدة جوانب نذكر أهمها:

1. استقطاب أفضل المواهب البشرية: أن تكون المؤسسة ذات نظام فعال وآلية واضحة في عملية الاختيار والتعيين، مع ضرورة وجود حوافز تستقطب الكوادر المدربة وتوفير رأس مال للتدريب ونقل الخبرة بين العاملين.

2. إغناء رأس المال البشري: من خلال تشجيع العاملين وتحفيزهم على الانضمام لبرامج التدريب والتطوير والعمل بروح الفريق داخل المؤسسة.

3. المحافظة على العاملين المتميزين: ويتم ذلك بتوفير نظم وأساليب الادارة القائمة على التشجيع والابداع والابتكار، وضرورة ايجاد أسس لتقوية الولاء المؤسسي لضمان عدم هروب العاملين ذوي الكفاءة إلى المؤسسات المنافسة (شعبان، 2011م، ص59).

4. المهارة والمعرفة: تحتاج المنظمات إلى الأفراد الذين يمتلكون المعارف والمهارة، فهم بمثابة خزين واسع من المهارات والمعرفة، تستطيع بهم بناء قاعدة صلبة من الموجودات الفكرية.

5. التنشيط والتعليم المستمر: الاهتمام بالكفاءات والمواهب، بمعنى أن تعمل بمبدأ التنشيط المكثف للعاملين للتزود بالمعرفة، فلا بد من استخدام الخبرات والمهارات والمعارف الموجودة في عقول الافراد من خلال توفير بيئة مناسبة لتوليد الأفكار باستخدام العصف الذهني وأساليب الفكر الجماعي وأسلوب الاجتماعات المرنة والتعاون والتفاعل داخل المؤسسة.

6. الاهتمام بالمستفيدين: الزبائن يمثلون محور اهتمام عمل المنظمات إنتاجية كانت أم خدمية، وهذا يتطلب من المنظمة أن تتفهم احتياجاتهم وتعمل على تلبية رغباتهم، حيث يعد رضا المستفيدين من المؤشرات المهمة التي تدخل في تقييم أداء المؤسسات واتجاهاتها ومدى تحقيقها للأهداف (عززي وصالح، 2009م، ص264).

ويرى الباحث أن الاهتمام في الاستثمار في رأس المال الفكري ينبغي ألا يكون مقتصرًا على المؤسسات بل يجب أن يكون محل اهتمام الدولة على اعتبار أن رأس المال الفكري يمثل مورداً استراتيجياً مهماً لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال:

1. توفير بيئة ملائمة لاكتساب واستغلال المعرفة، مع تعميم وتسهيل استخدام التكنولوجيا.

2. توعية أفراد المجتمع بأهمية العلم ومساهمة البحث العلمي في التنمية الاقتصادية.

3. تشجيع الباحثين على الإبداع والاختراع من خلال التحفيزات المادية والمعنوية، مع التركيز على مراكز البحث العلمي.
4. تشجيع القطاعات الاقتصادية على تمويل البحث العلمي والاستفادة من نتائجه.
5. تحقيق قفزة نوعية في مجال التطور التكنولوجي وتشجيع استخدام الإنترنت.
6. التركيز على التنمية البشرية، والفوارق بين تنافسية وإنتاجية الأمم ومعدلات تطورها ناتجة عن الفوارق في مستويات التعليم والصحة وتدريب القوى العاملة.
7. تعزيز وتكثيف الجهود والطاقت والتنسيق فيما بين الدول العربية قصد تطوير منظومة التعليم والتكنولوجيا واتخاذ إجراءات للاستفادة من الكفاءات المهاجرة (بيصار، 2017م).

تستثمر الشركات بشكل متزايد في رأس المال الفكري، ولكن عملية تحديد مكان وكيفية الاستثمار لا تزال غير منضبطة نسبياً، مما يؤدي إلى نتائج عكسية وهدر للموارد، على سبيل المثال أظهرت أبحاث أن المديرين التنفيذيين كثيراً ما يستثمرون في تكنولوجيا المعلومات بهدف خلق رأس المال الهيكلي يقوم على تبادل المعارف؛ ولكن النتيجة الوحيدة هي العديد من قواعد البيانات التي لا أحد يستخدمها، وفي حالات أخرى تستورد الإدارة المواهب الجديدة لتجد أنها بعد ذلك أنها تختلف عن الثقافة القائمة، ولتجنب هذه الأخطاء، هناك العديد من المبادئ التي ينبغي أن تحدد النهج المتبع لتحديد مكان الاستثمار في إدارة المعرفة (Mory, et al., 2001).

2.7 قياس وتقييم رأس المال الفكري:

إن قياس وتقييم رأس المال الفكري من المسؤوليات الصعبة والمهمة التي تواجه المؤسسات، وفي هذا الجانب سنتطرق إلى أهمية قياس رأس المال الفكري، نماذج القياس، وأهم معوقات القياس.

2.7.1 أهمية قياس رأس المال الفكري:

في ظل عدم قدرة أساليب القياس التقليدية المستخدمة في الأصول الملموسة على قياس رأس المال الفكري، والذي أصبح يمثل جزءاً مهماً من أصول المؤسسات اجتهدت العديد من الجهات الأكاديمية والاقتصادية إلى استحداث مقاييس جديدة يمكن من خلالها تحديد الأصول غير الملموسة وقياسها، وتتجسد أهمية قياس رأس المال الفكري في النقاط الآتية:

1. إبراز قيمة المعرفة المتميزة التي تمتلكها المؤسسة خصوصاً في مجتمعات تتعاضد فيها المعرفة وتشكل جزءاً كبيراً من قيمة المنتج في المؤسسة.

2. عدم استطاعة الأساليب المحاسبية التقليدية على قياس وتقدير قيمة الأصول المعرفية لها، والذي تشكل جزء كبيراً من أصولها، علاوة على أن الأساليب المحاسبية التقليدية لا تولي عناية كبيرة بأهمية قياس رأس المال الفكري (الهالي، 2011م، ص31).
3. مساعدة المؤسسات بأن تكون أكثر كفاءة وتمتلك ميزة تنافسية تميزها عن المؤسسات الأخرى.
4. توفير فهماً أفضل للأصول غير الملموسة، وتؤدي إلى إعداد تقارير مالية أكثر موضوعية.
5. اعتماد مقاييس رأس المال الفكري على حقائق غير مادية والتركيز على النوعية، فضلاً عن أن الأساليب المحاسبية التقليدية تعكس نتائج المعاملات السابقة والتدفقات النقدية بينما تركز مقاييس رأس المال الفكري على خلق القيمة (عبد المنعم، 2009، ص14).

ويرى (Gogan, 2014) أن الحاجة لقياس وتقييم رأس المال الفكري ازدادت في العصر الحالي، بسبب أن المعرفة أصبحت تلعب دوراً مهماً في تنمية المؤسسات وتحقيق الميزة التنافسية لها، والأساليب المحاسبية التقليدية غير كافية لبناء التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات، لذلك يتم استخدام مقاييس رأس المال الفكري كأداة تكميلية تساعد الإدارة على إدارة رأس المال.

ورغم عظم أهمية قياس رأس المال الفكري إلا أن الكثير من المؤسسات لا تقوم بإعداد تقارير عن أصولها غير الملموسة لتتمكن من تقييم تلك الأصول، بسبب اعتقادهم أن البيانات المالية فقط تعكس القيمة الحقيقية للمؤسسة، أو نقص الخبرة والدراية الكافية للقيام بذلك أو الخوف من الكشف عن معلومات ترغب المؤسسة في بقائها سرية (مهنا، 2014م).

2.7.2 نماذج قياس رأس المال الفكري:

في الواقع لا توجد طريقة واحدة مستخدمة لقياس رأس المال الفكري في المؤسسات بشكل عام، وإنما هناك عدة طرق يتوقف اختيار الطريقة المناسبة على توفر البيانات المناسبة التي تتلاءم مع الطريقة المختارة، ويمكن تصنيف الطرق المستخدمة في قياس رأس المال الفكري إلى :

1. **النماذج الوصفية:** وهذه النماذج تصف السمات والخصائص لرأس المال الفكري وتركز على استطلاع الآراء والاتجاهات التي تعتبر مهمة في تأثيرها غير المباشر على أداء عمليات المعرفة وتحقيق نتائجها المرغوبة بالاعتماد على الخبرة الذاتية وتقدير الشخص للقائمين بالدراسة، ويدخل ضمن هذه النماذج أداء تقييم معرفة الإدارة، التقييم الذاتي لإنتاجية المهن المعرفية، بطاقة الدرجات الموزونة لقياس أصول المعرفة (نجم، 2010م، ص222).
2. **النماذج المرتبطة برأس المال الفكري والملكية الفكرية:** وهذه المقاييس تركز على قياس قيمة رأس المال الفكري ومكوناته الأساسية وهي: رأس المال الهيكلي، رأس المال البشري، رأس

المال العلائقي، وتتولى هذه المقاييس تحويل المعرفة والأصول المعرفية غير الملموسة في أقسام المؤسسة المختلفة إلى أشكال الملكية الفكرية لتكون أكثر تحديداً وأسهل استخداماً. (بريش، 2013م، ص47)

3. **نماذج القيمة السوقية:** هذه المقاييس تركز على الفرق بين القيمة الدفترية لأصول المعرفة وقيمتها السوقية أو الفرق بين (قيمة المؤسسة في السوق) وحقوق ملكية الأسهم، إن هذه المقاييس تعتمد غالباً على الأسس والمبادئ المالية والمحاسبية ومن أمثلتها: القيمة السوقية، القيمة الدفترية، القيمة غير الملموسة المحسوبة.

4. **نماذج العائد المعرفة:** هذه النماذج تقوم على أساس احتساب العائد على الأصول، حيث يحسب متوسط العوائد قبل الضريبة الخاص بالمؤسسة لثلاث أو خمس سنوات، ويتم تقسيم هذا المتوسط على متوسط الأصول الملموسة لنفس الفترة الزمنية والنتائج يقارن مع متوسط الصناعة لحساب الفرق، وإذا كان الفرق صفر أو سالب تكون المؤسسة ليس لديها رأس مال فكري يزيد عن متوسط الصناعة، وتبعاً لذلك تكون قيمة رأس المال الفكري للصفر، أما إذا كان الفرق بين معدل العائد على الأصول وبين متوسط الصناعة موجب عندها تكون المؤسسة لديها رأس مال فكري موجب ويزيد عن متوسط الصناعة (زرقرن ورواني، 2008، ص12). واستحوذت النماذج الوصفية على النسبة الأكبر بين النماذج المختلفة بسبب خصائص رأس المال الفكري التي يتصف بكونه غير مادي، ومن ثم غير قابل للقياس المباشر، لأنه غير متوافق مع البنود التي تتضمنها التقارير المالية (عززي وصالح، 2009م).

ويرى الباحث أنه رغم توفر مكونات رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية في قطاع غزة واهتمام البنوك الإسلامية بتطوير وتدريب الأيدي العاملة، وحرص البنوك الإسلامية على تكوين علاقة ممتازة مع الزبائن وبناء هيكل تنظيمي يوضح خطوط السلطة والمسؤولية، ولكن لاحظنا عند إجراء المقابلات أو توزيع الاستبانة أن إدارة البنوك ليس لديها معرفة أو فهم واضح لمفهوم رأس المال الفكري وهو ما استنتج منه الباحث أنه لا يوجد طريقة أو منهجية لدى إدارة البنوك الإسلامية لقياس رأس المال الفكري.

2.7.3 أسباب صعوبة قياس رأس المال الفكري

إن عملية القياس والتقييم تأتي في إطار النظام الرقابي وتقييم الأداء التنظيمي لأي منظمة، وأيضاً تتم في إطار العملية الإدارية، ولا شك أن عملية وضع معايير وقياسها وتحديد نقاط القوة والضعف هو أمر حيوي وصعب، وتتزايد هذه الصعوبة وهذا التعقيد في المنظمات

الخدمية نظراً لطبيعة وخصائص الخدمات المقدمة، إلا أن التعقيد والتداخل والصعوبة تكون أكثر حالاً ووضوحاً في رأس المال الفكري، وذلك لأمر كثيرة منها:

1. حداثة المفهوم وعدم التحديد الواضح لأبعاده من قبل العديد من الباحثين .
2. انخفاض إدراك أو عدم إدراك أهمية رأس المال الفكري لدى الكثير من مديري المؤسسات.
3. طبيعة البنود والاصول والموارد المعنوية وغير الملموسة والتي يتكون منها رأس المال الفكري .
4. بعض الاصول غير الملموسة يصعب قياسها، فالإبداع هو جوهر عملية المعرفة وخلق القيمة، ولكن من الصعب التنبؤ بعملية الإبداع ومخرجاته.
5. الطبيعة الخاصة لرأس المال الفكري، فقد يكون أحد مكوناته ذا قيمة بالنسبة لمنشأة ما بينما يكون غير ذي قيمة بالنسبة لمنشأة أخرى، وهذا يجعل عملية المقارنة بين المؤسسات عملية غاية في الصعوبة (جاد الرب، 2006م، ص425).

ويرى الباحث أن أحد الأسباب المهمة لصعوبة قياس رأس المال الفكري هو الاختلاف بين المختصين الذين تناولوا موضوع رأس المال الفكري خاصة أنه يتم الحديث عن أصول وموجودات معرفية وفكرية يصعب السيطرة عليها وتحديد قيمتها بدقة.

2.8 رأس المال الفكري وأهميته في الصناعة المالية الإسلامية

حتى تستطيع الصناعة المالية الإسلامية تحقيق الميزة التنافسية؛ وكسب حصة أكبر من السوق على المستوى العالمي والمحلي فإنها بحاجة إلى وجود رأس مال فكري، وبذلك تمتلك المعرفة التي تتسجم مع خصوصيتها في جانب العمل المصرفي وكذلك الضوابط الشرعية لفقه المعاملات المالية، وكذلك امتلاك المهارات والقدرات التي تتناسب طبيعة التحديات الذي تواجهها هناك مجموعة من العوامل تزيد من أهمية تطوير رأس المال الفكري بالنسبة للصناعة المالية الإسلامية وأهمها:

1. تطوّر حجم الصناعة المصرفية الإسلامية

حيث بلغ معدل النمو في حجم الأصول المصرفية الإسلامية للسنوات (2009م -2014م) حوالي 20%، إذ وصل حجم الأصول المصرفية الإسلامية إلى 1392 مليار دولار بنهاية العام 2014م، ويتوقع أن يصل حجم هذه الأصول المالية إلى 3.4 تريليون دولار في نهاية العام 2018م، وهذا يعتبر تحدياً للبنوك الإسلامية يتطلب وجود مهارات وعارف وخبرات على مستوى متميز تستطيع بها المحافظة على نموها وتطورها وحافظتها على ميزة تنافسية مستدامة (شحادة، 2016م).

2. التطورات التكنولوجية والاقتصادية

طبيعة التطورات التكنولوجية والاقتصادية؛ تفرض على مؤسسات الصناعة المالية الإسلامية أن تنتشر وعياً وإدراكاً، وتربي كادراً بشرياً يمتلك من المهارات والمعارف والخبرة الميدانية ويؤمن بثقافة مؤسسته وقيمها ويحترمها، مما يجعله قادراً على التكيف ومواجهة أي تغيير يطرأ تكنولوجياً كان أو اقتصادياً والتعامل معه بما يخدم المؤسسة التي ينتمي إليها (زيتوني، ودريالي، 2013م).

3. الحاجة إلى تطوير منتجات مصرفية إسلامية جديدة:

إنّ الابتكار والإبداع مطلبان أساسيان لبناء ميزة تنافسية مستدامة لأي مؤسسة، مع ضرورة عدم الاكتفاء بما هو موجود من منتجات دون تجديد وكأن الصيرفة الإسلامية وصلت إلى التشبع ولا مجال للابتكار المزيد من منتجاتها، وهو أبرز التحديات للصناعة المالية والمصرفية الإسلامية خاصة في ظل التسارع والتطور في احتياجات المجتمع (البلتاجي، 2010م).

4. المنافسة القوية

الصناعة المالية الإسلامية وجودها أصبح ينافس كبريات المصارف في العالم، ومكّنها ذلك من تنامي الحصة السوقية لها في السوق المصرفي، وهذا كلّه يزيد من الضغط على المصارف الإسلامية لتزيد من قدراتها التنافسية، لذلك عليها أن تتجه نحو تعزيز قدرات مواردها البشرية وتوئلهما لتقديم خدمات مصرفية غاية في الجودة على كافة المستويات، تدعم أهدافها التنافسية من خلال كسب عملاء جدد، والمحافظة على علاقات المصرف مع عملائه الحاليين (زيتوني، ودريالي، 2013م).

الخلاصة

تناول هذا الفصل الإطار النظري لموضوع رأس المال الفكري، من خلال مجموعة من المراجع المختلفة، والتي تُظهر أهم مفاهيم رأس المال الفكري في المراجع العربية والأجنبية ومن ثم تحدث عن الأهمية البالغة لرأس المال الفكري في ظل اقتصاد المعرفة وقدم تفصيلاً لخصائص ومكونات رأس المال الفكري وأهميته، ونماذج قياسه وأسباب صعوبة قياس رأس المال الفكري في المؤسسات، وسبل الاستثمار في تنميته، ثم تحدث عن أهمية رأس المال الفكري في الصناعة المالية الإسلامية.

وخلص الباحث إلى أن الأصول الفكرية أصبحت أهم من أي أصول أخرى، لأن المعرفة أضحت أهم ما يمكن للمؤسسات من أن تميز به عملها عن المؤسسات المنافسة لها، وأن رأس المال الفكري يشكل ميزة تنافسية للمنظمات التي تحتاج توظيف أفراد ذوي كفاءات وقدرات ومهارات متميزة، تستطيع من خلالها تقديم خدماتها بأعلى جودة وأقل تكلفة.

ويؤكد الباحث على عظم أهمية رأس المال الفكري في خلق القيمة التي لا تقل أهمية عن رأس المال المادي في خلق القيمة، وإن لم يظهر تأثيره جلياً في المدى القصير فسيظهر حتماً في المدى الطويل، وخلص الباحث إلى ضرورة أن تتسابق البنوك الإسلامية في استقطاب رأس المال الفكري وتعمل على تطويره والمحافظة عليه، لأنه مصدرٌ أساسيٌ لتحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية التي ستكون محور بحثنا في الفصل التالي.

الفصل الثالث

الميزة التنافسية وآلية تحقيقها

الفصل الثالث

الميزة التنافسية وآلية تحقيقها

3.1 المقدمة

نتيجة التحولات السريعة والتطورات الهائلة التي يشهدها الاقتصاد العالمي منها تزايد انفتاح الأسواق، تحرير التجارة، التسارع في مجال التكنولوجيا، تزايد وتيرة العولمة، والتراجع في قدرة الدولة على وضع سياسة الحماية لمنتجاتها، وتحول النظرة من الاقتصاد الذي يعتمد على الإنتاج الكمي إلى الاقتصاد الذي يعتمد على المعرفة والمعلومات؛ كل ذلك فرض على المؤسسات تحديات جديدة يتوجب عليها اكتساب ميزة تنافسية، وذلك من خلال حصولها على مصادر تساهم في تحقيق تفوقها المطلوب، من أجل تقديم منتجات تلبي احتياجات العملاء الحالية والمستقبلية بالشكل المناسب، حيث إن إشباع حاجات المستهلكين أصبح مطلباً أساسياً تسعى المؤسسات إلى تحقيقه لتوسيع حصتها السوقية، وتقوية مركزها التنافسي في السوق، لكن الحصول على ميزة تنافسية وحده لا يكفي، إذ لا بد من الحفاظ عليها وتمييزها وتطويرها بما يضمن للمؤسسة ديمومتها، لذلك أصبح امتلاك وتنمية وتطوير الميزة التنافسية هدفاً استراتيجياً تسعى المؤسسات الوصول إليه باستخدام العديد من الأساليب أبرزها رأس المال الفكري، الذي يعتبر مصدراً مهماً لتطوير المعرفة والمهارة المكتسبة وزيادة الكفاءة والفاعلية التنظيمية، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

3.2 ماهية الميزة التنافسية

الحديث عن الميزة التنافسية يتطلب إلقاء الضوء على كل من مفهوم المنافسة والتنافسية.

3.2.1 مفهوم المنافسة

ويمكن تعريف المنافسة أنها نظام من العلاقات الاقتصادية يتضمن وجود عدد كبير من المشترين والبائعين، وكل منهم يتصرف بشكل مستقل عن الآخرين للبلوغ بربحه إلى الحد الأقصى، وهذا يتطلب من المؤسسة الاهتمام بمركزها التنافسي، من أجل بنائه، أو متابعته أو حمايته، والمحافظة عليه (قنديل، 2008م، ص48).

وتعد المنافسة نوع من أشكال السوق تسمح بحرية تواجد عدد كبير من المؤسسات والمستهلكين، ويتعلق مفهوم المنافسة بالمواجهة بين المؤسسات في التكاليف والجودة في إطار شروط السوق التي تحكم التسعير للسلع والخدمات وعملية التبادل (الصفار، 2000م، ص23).

كما يتم التطرق إلى مفهوم المنافسة على أنها تمثل مختلف العمليات والتحركات التي تقوم بها المؤسسة، في إطار تحقيق أهدافها على حساب المؤسسات الأخرى والتي تهدف إلى زيادة خياراتها السوقية، مقابل تقليص حركات المؤسسات المزاحمة (بوارى ودالي، 2015م، ص30).

3.2.2 مفهوم التنافسية

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة، ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان خلال الفترة (1980م-1987م) التي عرفت عجز كبير في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية خاصة في (تبادلها مع اليابان) وزيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجدداً بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد، وبروز ظاهرة العولمة، وكذلك التوجه لتطبيق اقتصاديات السوق (ررفافي، 2014م).

وهناك العديد من التعاريف للتنافسية التي تبين لنا بوضوح اختلاف الباحثين والمفكرين في تحديد مفهوم التنافسية، ومن بين هذه التعريفات نذكر ما يلي:

يُعرّف معهد التنمية الإدارية التنافسية بأنها قدرة المؤسسة على تصميم وإنتاج وتسويق منتجات متفوقة مقارنة بما يقدمه منافسوها (الصالح، 2012م، ص298).

وعرفها (العيهار، 2004م) أيضا بأنها الجهود والإجراءات والابتكارات والضغط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية والابتكارية والتطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها.

من خلال ما سبق يتضح لنا بأن هذه التعاريف تناولت تعريف التنافسية حسب المؤسسة ولكن هناك تعاريف أخرى تتناول تعريف التنافسية حسب القطاع وأخري حسب الدولة.

تُعرّف دراسة (سلطان، 2010م) المنافسة على مستوى الصناعة أو القطاع على أنها قدرة مؤسسات قطاع معين في دولة ما على تحقيق تميز مستمر في الأسواق الدولية دون قيام الحكومة بالدعم والحماية، وبالتالي تميز تلك الدولة في هذه الصناعة.

ويُعرّف المعهد الدولي للإدارة والتنمية في سويسرا تنافسية الدولة هي قدرة الدولة على توليد ثروة أكبر من منافسيها في الأسواق العالمية (عبد الله، 2005م، ص230).

ويمكن للباحث استخلاص تعريف التنافسية على أنها السلوك الذي تقوم به المؤسسات ويمكنها من فرض وجودها في السوق وزيادة حصتها السوقية بشكل يحقق تنافسية للقطاع الذي تنتمي له في الأسواق الداخلية والخارجية ويحقق زياد مستدامة لدخل الأفراد في المجتمع.

ويرى الباحث أن هناك تكاملاً بين المستويات الثلاث حيث إن تنافسية الدولة لن تتحقق إلا بتحقيق تنافسية القطاعات المختلفة فيها، ولن تتحقق التنافسية للقطاعات إلا بتحقيق تنافسية المؤسسات المختلفة القائمة به.

3.2.2.1 أهمية التنافسية وأسبابها

نظراً لما تشهده مؤسسات اليوم من ضغوط ومزاومة كبرى في الأسواق، أصبحت التنافسية الشغل الشاغل لمختلف المؤسسات، وتكمن أهمية التنافسية في كونها المحرك الأساسي للاقتصاد وضرورة مهمة للنهوض به، وتكمن أهمية التنافسية فيما يلي:

1. تعظيم أكبر قدر من الاستفادة من الميزات التي يوفرها الاقتصاد العالمي والتقليل من سلبياته.
2. التنافسية وسيلة فعالة لضمان الكفاءة، وتعزيز النمو وتحسين مستويات المعيشة.
3. مساعدة المؤسسات في إنجاز أفضل المواقع لها، والتطوير الدائم والمستمر.
4. تحسين جودة المنتج المحلي والرفع من كفاءة الإدارة بتأهيل العناصر الفنية.
5. توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة الاستغلال الأمثل للموارد، وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وتعزيزها والارتقاء بمستوى نوعية الإنتاج ورفع الإنتاج ورفع مستوى الأداء (قحماز، 2015م، ص50).

وتتعدد الأسباب التي جعلت من التنافسية عنصراً أساسياً في عالم المؤسسات، وتمثل في حقيقتها نتاج للعولمة وتحرير التجارة وحرية الأسواق ومن أهم العوامل:

1. تعدد الفرص في الأسواق، وتطور بحوث السوق، وحرية وسهولة تنقل المعلومات.
2. تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية، وتسارع وتيرة الإبداع والابتكار.
3. ارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق، القوة الحقيقية في السوق للعملاء.
4. سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المنظمات (رفرافي، 2014م، ص41).

وذكرت دراسة (مدخل، 2010م) عوامل تؤدي إلى تحقيق للتنافسية في المؤسسة منها:

1. سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات وبين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الانترنت وغيرها من آليات الاتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة.
2. تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عمليات الإبداع والابتكار بفضل الاستثمارات الضخمة في عمليات البحث والتطوير ونتيجة للتحالفات بين المؤسسات الكبرى.

3. زيادة الطاقة الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في اختراق الأسواق والوصول إلى المستهلكين المستهدفين.

ويرى الباحث أن سهولة الاتصال وسهولة تنقل المعلومات، وتدفق العديد من المنافسين تجعل من البدائل المختلفة للمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسة سهل الوصول إليها من قبل للمستهلك، وهذا يجعل مهمة جذب المستهلك وتحقيق التنافسية وجعله ضمن حصة المؤسسة السوقية بشكل مستدام أمراً في غاية الصعوبة.

ونستنتج أن المنافسة والتنافسية يؤثران على بعضهما البعض حيث إن تنافسية المؤسسات في امتلاك الخصائص الفريدة والموارد المتميزة والقدرة على التطوير والابتكار والمعرفة يمكنها من المنافسة في اقتناص كبر حصة سوقية مقارنة بالمنافسين الآخرين.

3.2.3 مفهوم الميزة التنافسية

احتل مفهوم الميزة التنافسية مكانة مهمة في التفكير الاستراتيجي للمؤسسات، فلم يكن ظهور الميزة التنافسية بالصدفة، وإنما هو نتاج التحول في مفهوم الميزة النسبية بسبب التحولات التي عرفها العالم على جميع الأصعدة، فلقد كان مفهوم الميزة النسبية الأساس في تحديد مسار التجارة الدولية ومجالات التخصص وتقسيم العمل بالنسبة للمؤسسات والدول، بعدها حل مفهوم الميزة التنافسية محل الميزة النسبية الذي كان سائداً في فترة الستينات، وبرز هذا المفهوم بشكل واضح في مطلع الثمانينات حين قدّم بورتر مفهوم الاستراتيجيات التنافسية بين منظمات الأعمال، وأشار إلى أن العامل الأهم والمحدد لنجاح منظمات الأعمال هو الموقف التنافسي لها في الصناعة التي تعمل بها (قشقش، 2014م).

ويعتبر مفهوم الميزة التنافسية من المفاهيم ذات المضامين غير المحددة، وقيمة الميزة التنافسية تكمن في عدم تمكن المنافسين من إنتاج السلع والخدمات التي تنتجها المنظمة أو تقليدها، ومن بين التعاريف التي أعطيت للميزة التنافسية ما يلي:

يعرف مايكل بورتر الميزة التنافسية أنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع (فرحاتي، 2016م).

عرف نبيل مرسي خليل الميزة التنافسية على أنها ميزة وعنصر تفوق تم تحقيقه في حالة إتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس (جربي، 2013م).

كما عرف كونل الميزة التنافسية إنها ميزة على المنافسين تُكتسب عن طريق تقديم قيمة أكبر للعميل إما من خلال أسعار أقل أو عن طريق تقديم فوائد أكثر، والتي تُبرز أسعار أقل أو عن طريق تقديم فوائد أكثر والتي تبرز الأسعار الأعلى (واصل، 2013م).

ويعرف علي السلمي الميزة التنافسية بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون، ويؤكد تميزها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم مزيد من المنافع والقيم تتفوق عما يقدمه لهم المنافسون الآخرون (السلمي، 2001م).

بالإضافة إلى ذلك نجد أن الميزة التنافسية هي مجموع المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين:

- إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه المنافسون.

- تأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المؤسسة ومنافسيها (بربيش، 2013م).

من التعاريف السابقة يستنتج الباحث أن هناك اختلاف في وجهات النظر حول مفهوم الميزة التنافسية، وهذا يعكس مدى صعوبة الميزة التنافسية ودرجة تعقدها واختلاف استخدامها أو التعامل معها من مؤسسة إلى أخرى، وأن أي مؤسسة لن تتمكن من بناء أو امتلاك الميزة التنافسية دون أن ترتقي بأدائها إلى المستوى الذي تتفوق به على المنافسين الآخرين، ولمدى زمني مناسب يضمن لها استدامة تلك الميزة.

ويعرف الباحث الميزة التنافسية على أنها الخصائص المكتسبة لدى المؤسسة والتي تميزها عن المؤسسات المنافسة، وتتيح لها فرصة إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه المنافسون الآخرون، وتحقق لها القدرة على زيادة حصتها السوقية لفترة طويلة الأجل.

من التعاريف السابقة يمكن يستخلص الباحث بعض المميزات للميزة التنافسية منها:

- إن الميزة التنافسية تؤدي إلى تميز المؤسسة عن المؤسسات الأخرى.

- استدامة الميزة التنافسية تتحقق بقدرة المؤسسة بالحفاظ عليها بعيدة عن التقليد.

- تتبع الميزة التنافسية من داخل المؤسسة وتتحقق بقدرة العاملين فيها على الابداع.

- أن الميزة التنافسية نسبية وتتحقق بالمقارنة مع المنافسين وهي ليست مطلقة.

3.3 مصادر وأبعاد واستراتيجيات الميزة التنافسية

في هذا القسم من البحث نتحدث عن مصادر الميزة التنافسية وأبعادها واستراتيجياتها المختلفة.

3.3.1 مصادر الميزة التنافسية

تختلف مصادر الميزة من مؤسسة إلى أخرى حسب المجال الذي تنشط فيه وحسب إمكانياتها، ويمكن أن تكون مصادر الميزة التنافسية تبعاً لقدراتها الداخلية إضافة إلى البيئة الخارجية، ويجب أن تمتلك المؤسسة القدرة على استغلال مواردها على نحو كفؤ وفعال لتطوير المزايا التنافسية (Adams & Lamont, 2003).

ولا يمكن لأي مؤسسة أن تتمتع بميزة تنافسية إلا إذا توافرت لديها مجموعة من الموارد والمصادر ونذكر منها ما يلي:

1. الميزة التنافسية المبنية على ما تمتلكه المؤسسة لأنواع محددة من الموارد أو الخصائص ذات قيمة مثل المركز السوقي المتميز والموارد الطبيعية النادرة.
2. الميزة التنافسية المبنية على حصول المؤسسة على امتيازات معينة سواء في سوق المواد أو سوق المنتج مثل العلاقة الحصرية مع قناة التوريد أو التوزيع.
3. الميزة التنافسية المبنية على تفوق المؤسسة في المعرفة أو القدرات في قيادة وإدارة العمليات التنظيمية (حسين، 2011م، ص122).

بينما يرى (Morgan and Hant, 1995) بأن مصادر خلق الميزة التنافسية المستدامة تتمثل في (المالية، المادية، القانونية، البشرية، والمعلوماتية)، بينما رأى باحثون بأن استخدام مدخل الزبون والتركيز على معايير الرضا والولاء يساعد المؤسسة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (فرحاتي، 2016م).

تتمثل أيضاً مصادر الميزة التنافسية بالقدرات التي تمتلكها المنظمة والتي يمكن تصنيفها كما يلي:

أولاً: قدرات مبنية على ما تملكه المؤسسة من أصول

1. قدرات مبنية على حياة الشركة لممتلكات قانونية مثل حقوق الملكية الفكرية والعقود والأسرار التجارية.
2. قدرات مرتبطة بقوة مركز الشركة وتنتج من الأفعال والقرارات السابقة للشركة مثل سمعة الشركة وتركيبية سلسلة القيمة الخاصة بالشركة.

ثانياً: قدرات مبنية على ما تملكه المؤسسة من مهارات

1. القدرات الوظيفية: وترتبط بمقدرة الشركة على القيام بأعمال معينة وتنتج من المعارف والمهارات والخبرات لدي موظفي الشركة وغيرهم من الأفراد الموجودين في سلسلة القيمة من موردين وموزعين ووكلاء إعلان.
2. القدرات الثقافية: ويتم تطبيقها على مستوى المنظمة ككل، وتقوم على دمج المعتقدات والقيم والعادات والاتجاهات التي تنتقل إلى العاملين في المنظمة، وعلى سبيل المثال عندما تنتج ثقافة المنظمة إدراكاً لمعايير الجودة العالية، ومقدرة على التفاعل مع التحديات، ومقدرة على التغيير وعلى التعلم فإن الثقافة تكون مساهماً رئيسياً في تحقيق الميزة التنافسية للشركة (حسين، 2011م، ص123).

ويرى (عبد الرحمن، 2009م) أن مصادر الحصول على ميزة تنافسية تتمثل في الآتي:

1. الابتكار: تصاعد اهتمام المؤسسات بالابتكار والتركيز عليه مع التزايد المستمر في عدد المؤسسات، والذي صاحبه انفجار تنافسي على المستوى الوطني والعالمي، إلى درجة اعتباره الحد الأدنى من الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة، وأصبحت القدرة على الابتكار مصدراً متجدداً للميزة التنافسية.
2. الزمن: حيث يعتبر الوقت سواءً في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه في السابق، فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية.
3. المعرفة: هي حصيلة خبرة ومعلومات ورصيد تجارب ودراسات فرد أو مجموعة من الأفراد في وقت محدد، والتسارع الكبير في المعرفة جعل هذا المورد ذو أهمية كبيرة في خلق الميزة التنافسية، لذلك فإن المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل مسبق المعرفة الجديدة، وتجسدها في تكنولوجيا وأساليب إدارية و سلع وخدمات جديدة.

3.3.2 أبعاد الميزة التنافسية

توجد مجموعة من الأبعاد والعوامل التي تدخل في بناء المزايا التنافسية، وهي تمثل أسس وأركان البناء العامة للمزايا التنافسية، ويمكن لأي منظمة أن تتبناها بغض النظر عن مجالها، وسنتطرق في هذا الجزء إلى أهم الأبعاد والتي يوجد فيها نوع من التناظر بين الكتاب حولها، وهذه الأبعاد هي بعدين رئيسيين:

1. بعد القيمة المدركة لدى العميل

تتمثل في مدى إدراك العملاء بما تحققه لهم المؤسسة مقارنة بمنافسيها، فلكي تحقق المؤسسة الميزة التنافسية يجب أن يدرك العملاء أن ما يحصلون عليه من قيم جراء تعاملهم مع تلك المؤسسة هي الأعلى مقارنة بما يقدمه المنافسون الآخرون، ولتحقيق ذلك الهدف تجتهد المؤسسة لأن تستغل وتوظف مواردها وإمكانياتها المتنوعة في تحسين القيمة المدركة من طرف العملاء؛ وهناك عدة عوامل تبلور هذا الإدراك لدى المؤسسة لعل أهمها هو عنصر السعر والجودة مقارنة بالسعر والجودة التي يقدمها المنافسون، وخدمات ما بعد البيع (قشقتش، 2014م، ص51). وتحسين القيمة المدركة لدى العملاء اتجاه لابد أن تستند على أربعة مبادئ:

زيادة ولاء العملاء، مواجهة ضغط المنافسة، الحصول على عنصر التمايز القائم على إعطاء أولوية لخدمة العملاء، وزيادة فعالية التسويق (أبو القاسم، 2005م، ص121).

2. بعد التمييز

يقصد بها الخصائص المتميزة التي تمتلكها المؤسسة ولا يستطيع المنافسون تقليدها بسهولة، ولكي يتحقق ذلك لابد من الحصول على:

- الموارد المالية: وهي امتلاك المؤسسة لطرق تمويل ضمن ظروف وشروط خاصة مميزة عن منافسيها الآخرين يتعذر عليهم الحصول على تلك التمويلات بتلك التكلفة.
- الموارد المادية: قدرة المؤسسة على امتلاك أدوات وتجهيزات وآلات وتقنيات بطرق خاصة تكون غالبا ذات جودة عالية وسعر منخفض، استعمالها واستغلالها يعطي منتج أو خدمة نهائية متميزة عن منتج المنافسين من حيث الجودة والتكلفة.
- الموارد البشرية: يمثل العنصر الجوهري والعنصر الأهم في المعادلة في خلق التميز للمؤسسة نظرا لإشرافه وعلاقته المباشرة على عملية الإنتاج أو إسناد الخدمة للعملاء.
- الإمكانيات التنظيمية: وهي قدرة المؤسسة على الإدارة بكفاءة وفاعلية لأنظمتها البشرية والتسويقية لسد احتياجات عملائها (الجرى، 2013م، ص84).

3.3.3 استراتيجيات الميزة التنافسية

إن نجاح المؤسسات المعاصرة أو فشلها يعتمد على مركزها التنافسي الذي يتأتى من خلال الاستراتيجية التنافسية، التي تعبر عن الطريقة التي تسلكها المؤسسات من أجل البحث عن الميزة التنافسية وتحقيق هيمنتها على السوق، من خلال المحافظة على حصتها السوقية الحالية وزيادة

حصتها السوقية في المستقبل، في هذا القسم سوف نتطرق إلى استراتيجيات الميزة التنافسية والتي حددها Porter:

1. استراتيجية قيادة التكلفة

هي استراتيجية تنافسية تعتمد على التكلفة المنخفضة الموجهة إلى سوق، وتتطلب أساليب وأدوات محكمة تتعلق بالتسهيلات البيعية ذات الكفاءة العالية، متابعة مستمرة للتكاليف بهدف خفضها، ومراقبة هامش الربح، وتهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق تكلفة أقل بالمقارنة مع المنافسين، ويتطلب تحقيقها توافر عدة شروط وهي:

1. وجود طلب مرن للسعر، حيث أن تخفيض السعر بنسبة معينة يزيد مشتريات بنسبة أكبر.
2. عدم وجود طرق كثيرة لتمييز المنتج.
3. نمطية السلعة المقدمة.
4. معدات وآلات ذات كفاءة عالية، والحصول على المواد الأولية بأسعار منخفضة تقلل تكلفة الإنتاج (واصل، 2013م، ص43).

يرى الباحث أن تطبيق هذه الاستراتيجية يستوجب من المؤسسة أن تحتكر الميزة في التكاليف، لأن استراتيجية المؤسسة تصبح غير قابلة للاستمرار في حالة وجود منافسين يقلدون المؤسسة في استراتيجيتها، وأهم ما تحققه المؤسسة من خلال تطبيقها هذه الاستراتيجية هي أن تكون في موقع أفضل بالنسبة لمنافسيها من حيث الأسعار، وتحتل موقعا تنافسياً ممتازاً يمكنها من تخفيض السعر ومواجهة المنافسين المحتملين الجدد.

2. استراتيجية التمييز

ويقصد بها قدرة المؤسسة على إنتاج منتج مختلف عن منتجات المؤسسات المنافسة من وجهة نظر المستهلكين؛ يحقق القيمة المضافة للمنتج وجذب ورضا للمستهلكين، وتحقق المؤسسة التمييز عن منافسيها عندما تتمكن من كسب ميزة محل اهتمام العملاء وتتميز فيها، وقد تختلف طرق التمييز من قطاع إلى آخر وتتخذ عدة أبعاد نذكر منها:

- تصميم مميز للمنتج عن المنتجات المنافسة.
- تكنولوجيا متميزة.
- خصائص مميزة للمنتج (سمات خاصة، الجودة).
- خدمات ما بعد البيع أو طرق مميزة في التوزيع (زايد، 2003م، ص134).

وحتى تضمن المؤسسة استراتيجية تميز ناجحة ودائمة، عليها أن تسعى لتكثيف مجهودات البحث والتطوير تجاه المنتج من خلال:

- تقديم تصميمات وتشكيلات مختلفة للمنتج وفي زمن أقل.
- زيادة استخدامات المنتج.
- خدمة المستهلك من خلال تقديم المساعدة الفنية له.
- التسليم في زمن قصير، صيانة أسرع، وشروط ائتمانية أفضل (بريش، 2013م، ص64).

3. استراتيجية التركيز

يقصد بالتركيز اختيار المؤسسة لشريحة معينة، وتعتمد على خدمة جزء من المنتجات، الزبائن، الأسواق، وهي بذلك تختلف عن الاستراتيجيتين السابقتين في أنها تستهدف جزء من السوق وليس كله وتتقسم استراتيجية التركيز فرعين:

- التركيز على أساس التكاليف: تتمثل في البحث عن ميزة في قطاع مستهدف في ظل التكاليف المنخفضة.

- التركيز على أساس التميز: تتمثل في التمييز في قطاع مستهدف ويمكن تحقيق ميزة تنافسية في ظل هذه الاستراتيجية من خلال تكاليف أقل للمنتج المقدم، تمييز المنتج بشكل أفضل بحيث يشبع حاجات القطاع السوقي المستهدف (شعبان، 2011م).

3.4 أنواع ومحددات الميزة التنافسية

3.4.1 أنواع الميزة التنافسية

يمكن أن نميز بين نوعين من الأفضليات التنافسية: أفضلية التكلفة، وأفضلية التميز (التفرد)

1. أفضلية التكلفة الأقل

هذه الميزة تعني أن تعمل المؤسسة على تصميم وإنتاج وتسويق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع المؤسسات المنافسة، وتعتبر عملية خفض التكاليف من أحد المقومات الأساسية لزيادة القدرة التنافسية للمنتج، واستمرار تزايد هذه القدرة ينتج عنه خفض الأسعار بشكل يتعدى قدرة المنافسين، وتمتلك المؤسسة ميزة التكلفة الأقل إذا كانت تكاليفها المتراكمة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من تكاليف إنتاج المنافسين الآخرين، وحتى تمتلك المؤسسة ميزة التكلفة الأقل لابد من مراقبة عوامل تطور التكاليف، لأن التحكم في هذه العوامل سيكسب المنظمة ميزة التكلفة الأقل عن منافسيها، وتكون المراقبة كما يلي:

- مراقبة التعلم من خلال مقارنة أساليب وتقنيات التعلم مع المعايير نفس القطاع.
 - مراقبة الروابط والعلاقات الكامنة بين الأنشطة المنتجة للقيمة ومن ثم استغلالها.
 - مراقبة الاتصال بين وحدات المنظمة ومعرفة كيفية العمل بين النشاطات المتماثلة.
 - مراقبة الإدماج والفصل بين النشاطات المنتجة للقيمة بشكل يقلص تكاليف هذه الأنشطة.
 - مراقبة الإجراءات التقديرية وتغيير الإجراءات المكلفة التي لا تساهم في عملية التميز.
 - مراقبة التموضع أو التمرکز الخاص بالأنشطة، بالموردين والعملاء بهدف تقليص التكاليف.
 - مراقبة العوامل الحكومية والسياسية كالتشريعات الموضوعة لتنظيم النشاط الاقتصادي
- (فرحاتي، 2016م، ص155).

2. أفضلية التميز

وهي قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميز؛ له خصائص فريدة وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك مقارنة بالمنافسين، مثلاً جودة أعلى، خصائص خاصة بالمنتج، وخدمات ما بعد البيع (الوليد، 2009م، ص26).

ميزة التميز تعطي المؤسسة القدرة على بيع كميات أكبر من منتجاتها بسعر مرتفع نسبياً وضمان ولاء العملاء لمنتجاتها، وتستمد المؤسسة ميزة التميز من خلال عوامل التفرد، وتشمل العناصر التالية:

- تتبع خاصية التفرد من الروابط الكامنة بين الأنشطة مع الموردين ومع قنوات التوزيع.
 - التموضع أو مركز المؤسسة وهذا ينطبق على الموقع التي تحتلها وحداتها التابعة لها.
 - التعلم والتدريب وتطوير الأداء إلى الأفضل بفضل المعرفة التي يملكها كافة أفراد المنظمة.
 - إدراج ودمج أنشطة جديدة منتجة للقيمة، والتنسيق بين الأنشطة لزيادة تميز المؤسسة.
 - حجم النشاط، والذي قد يتناسب إيجابياً أو سلبياً مع عنصر التميز والتفرد الخاص بالمؤسسة
- (فرحاتي، 2016م، ص156).

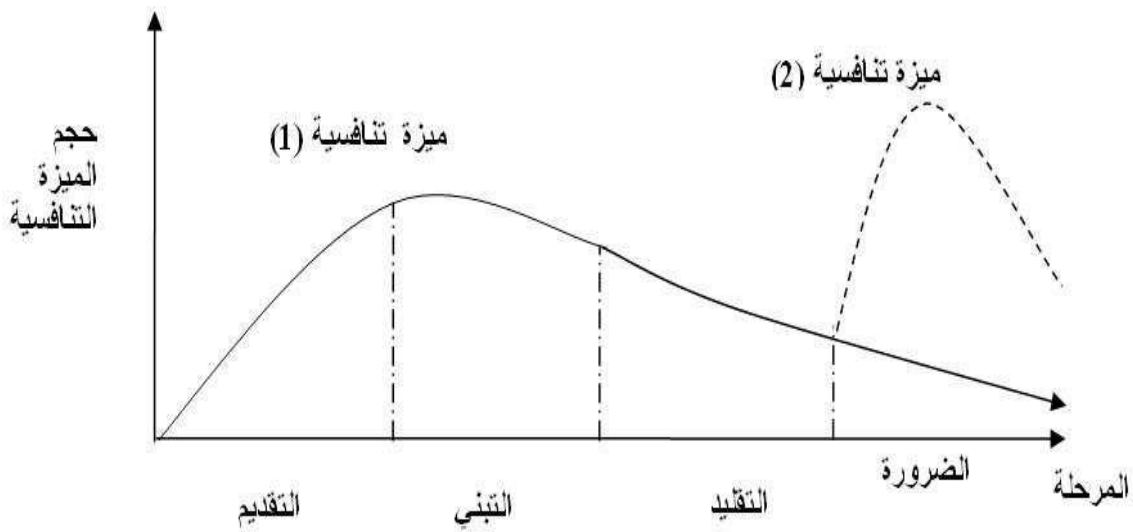
3.4.2 محددات الميزة التنافسية

تحدد الميزة التنافسية للمؤسسات من خلال متغيرين هامين تستطيع الميزة التنافسية من خلالهما مواجهة المنافسين والبقاء لأكثر فترة ممكنة وهما:

1. حجم الميزة التنافسية

يتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا أمكن للمؤسسة المحافظة على ميزة التكلفة الأقل أو ميزة التميز في مواجهة المؤسسات المنافسة، وبشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلبت جهوداً أكبر من قبل المؤسسات المنافسة للتغلب عليها أو تحييد أثرها.

ويمكن القول بأن الميزة التنافسية تمر بدورة حياة شبيهة بدورة حياة المنتجات الجديدة وهذا ما يبيّنه الشكل رقم (3.1).



الشكل (3.1) دورة حياة الميزة التنافسية

المصدر خليل، نبيل مرسي. (1998م). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. مصر: مركز الاسكندرية، ص 86.

يتضح لنا من خلال هذا الرسم البياني السابق مختلف المراحل التي تمر بها الميزة التنافسية في دورة حياتها وهي كالاتي:

- أ- مرحلة التقديم: تمثل أطول المراحل بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية، لكونها لا تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد المادي والمالي، وتحقق الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، ويرجع ذلك للقبول الذي تناله من قبل عدد متزايد من العملاء.
- ب- مرحلة التبني: تعرف الميزة في هذه المرحلة نوعاً من الاستقرار من حيث الانتشار، لأن تلك الميزة تصبح تحت دائرة الاهتمام من قبل المنافسين.
- ج- مرحلة التقليد: بتقليد تلك الميزة من قبل المنافسين يتراجع حجم الميزة، وتتجه تدريجياً إلى الركود وبالتالي يتراجع تفوق المؤسسة.

د- مرحلة الضرورة: هنا تظهر ضرورة تحسين وتطوير الميزة الحالية بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة مختلفة تماماً عن الميزة الحالية تحقق للمؤسسة محافظة لحصتها السوقية أمام المنافسين (مدخل، 2012م، ص71).

ويستنتج الباحث مما سبق أنه يمكن للمؤسسة من الناحية النظرية أن تحقق سمة الاستمرارية للميزة التنافسية من خلال محافظتها على ميزة التكلفة الأقل أو تمييز المنتج في مواجهة المؤسسات المنافسة، لكن هذا يصعب تحقيقه من الناحية العملية خصوصاً في ظل وجود التحديات المختلفة ووجود جهود مكثفة تبذل من طرف المؤسسات المنافسة للتغلب على تلك الميزة أو تحييد أثرها في السوق. بذلك يرى الباحث أنه رغم أهمية جهود المؤسسة في استغلال مواردها لتحقيق استدامة الميزة التنافسية إلا أن ذلك لا يضمن لها تحقيق الاستدامة لأن ذلك يرتبط أيضاً بردة فعل المنافسين الآخرين.

2. نطاق التنافس (السوق المستهدف)

يتناول هذا العنصر درجة توسع نشاطات وعمليات المؤسسة التي قد تكسبها مزايا تنافسية إضافية حقيقية، وذلك نشاطاتها أو الأسواق تهدف المؤسسة الوصول إليها، يمكن القول بأن هناك أربعة أبعاد لنطاق التنافس التي حسب يمكنها أن تؤثر على الميزة التنافسية كما يبين ذلك الجدول (3.1).

جدول (3.1): نطاق التنافس

نطاق التنافس أو السوق	التعريف أو الشرح
1. نطاق القطاع السوقي (Segment scope)	يعكس مدى تنوع مخرجات المؤسسة والعملاء الذين يتم خدمتهم. وهنا يتم الاختيار ما بين التركيز على قطاع معين من السوق أو خدمة كل السوق.
2. النطاق الرأسى (Vertical scope)	يعبر عن مدى أداء المؤسسة لأنشطتها داخليا (قرار التصنيع) أو خارجيا بالاعتماد على مصادر التوريد المختلفة (قرار الشراء). فالتكامل الرأسى المرتفع بالمقارنة مع المنافسين قد يحقق مزايا التكلفة الأقل أو التمييز، ومن جانب آخر يتيح التكامل درجة أقل من المرونة للمؤسسة في تغيير مصادر التوريد (أو منافذ التوزيع في حالة التكامل الرأسى الأمامى).

التعريف أو الشرح	نطاق التنافس أو السوق
<p>يعكس عدد المناطق الجغرافية أو الدول التي تنافس فيها المؤسسة، ويسمح النطاق الجغرافي للمؤسسة بتحقيق مزايا تنافسية من خلال المشاركة في تقديم نوعية واحدة من الأنشطة والوظائف عبر عدة مناطق جغرافية مختلفة. وتبرز أهمية هذه الميزة بالنسبة للمؤسسة التي تعمل حالياً في نطاق عالمي، حيث تقدم منتجات أو خدمات في كل ركن من أركان العالم .</p>	<p>3. النطاق الجغرافي (Geographic scope)</p>
<p>يعبر عن مدى الترابط بين الصناعات التي تعمل في ظلها المؤسسة، إذ إن وجود روابط بين الأنشطة المختلفة عبر عدة صناعات من شأنه خلق فرص لتحقيق مزايا تنافسية عديدة، حيث يمكن استخدام نفس التسهيلات أو التكنولوجيا أو الأفراد أو الخبرات عبر الصناعات المختلفة التي تنتمي إليها المؤسسة</p>	<p>4. نطاق الصناعة (Industry scope)</p>

المصدر خليل، نبيل مرسي. (1998م). الميزة التنافسية في مجال الأعمال. (د. ط). الاسكندرية: الدار الجامعية، ص 87.

3.5 خصائص الميزة التنافسية والعوامل المؤثرة فيها

3.5.1 خصائص الميزة التنافسية

خصائص الميزة التنافسية يُفترض أن تُفهم في إطار شامل صحيح ومستمر، وحتى تعطي الميزة التنافسية النتائج المرجوة للمؤسسة يجب أن تمتلك مجموعة من الخصائص منها ما يلي:

1. مستمرة بمعنى أن تحقق المؤسسة السبق والتميز عن المنافسين على المدى الطويل.
2. تتسم الميزة التنافسية بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة وهذا يعطي المؤسسة فهماً بأن الميزة التنافسية ليست مطلقة وليست صعبة التحقيق.
3. متجددة وفق متطلبات البيئة الخارجية وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.
4. أن يتناسب الميزات التنافسية المستخدمة مع الأهداف والنتائج التي ترغب المؤسسة تحقيقها.
5. مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة وفق متطلبات التغييرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور قدرات وكفاءات المؤسسة (الغالبى وإدريس، 2007م، ص 309).

3.5.2 العوامل المؤثرة في الميزة التنافسية

تنشأ الميزة التنافسية نتيجة لمجموعة من العوامل التي تنقسم إلى لعوامل داخلية وأخرى خارجية

1. العوامل الخارجية

تكون الميزة التنافسية خارجية عندما تقدم المؤسسة منتج أو خدمة ذو نوعية متميزة، والتي تُنشئ قيمة للمشتري إما عن طريق تخفيض تكاليف الاستعمال أو عن طريق تحسين أداء الاستعمال، وهذا ما يعطي للمؤسسة قوى أكبر في السوق ، والذي يساعد المؤسسة على تحقيق الميزة التنافسية بسرعة ردة فعلها في التعامل مع تغير احتياجات العميل، أو التغيرات التكنولوجية أو الاقتصادية أو القانونية، فالتاجر الذي استورد التكنولوجيا الحديثة والمطلوبة في السوق أسرع من غيره سيستطيع خلق ميزة تنافسية عن طريق سرعة رد فعله على تغير التكنولوجيا واحتياجات السوق، ومن هنا تظهر أهمية قدرة المؤسسة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية، وهذا يعتمد على مرونتها وقدرتها على متابعة المتغيرات عن طريق تحليل المعلومات وتوقع التغيرات (بريش، 2013م).

2. العوامل الداخلية

تكون الميزة التنافسية داخلية عندما تمتلك المؤسسة الأفضلية في الموارد أو القدرات وبتحكمها في تكاليف الإنتاج وإدارة وتسيير المنتج، فالإنتاجية الجيدة تعطي للمؤسسة مردودية حسنة وتزيد من طاقاتها على مواجهة التخفيض في الأسعار التي يفرضها السوق أو المنافسين، وهنا يلعب الابتكار والإبداع دور كبير في خلق ميزة تنافسية، ولا يقتصر الإبداع هنا في تطوير المنتج أو الخدمة ولكنه يشمل والإبداع في أسلوب العمل أو التكنولوجيا المستخدمة والإبداع في خلق فائدة جديدة للعميل (ررافي، 2014م).

3.6 مؤشرات الميزة التنافسية وأساليب تحقيقها

3.6.1 مؤشرات الميزة التنافسية

توجد العديد من المؤشرات التي تعبر عن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية لكن الأكثر شيوعاً هي: مؤشرات الربحية، الحصة السوقية، النمو السنوي للمبيعات، وذلك نظراً لكون هذه المؤشرات تتميز بمزايا مثل: توفر البيانات اللازمة لحسابها، سهولة الحصول على هذه البيانات، هذه المؤشرات كمية يسهل حسابها بدقة.

1. **الربحية:** هي مقياس يستعمل لتقييم أداء المؤسسة، وتعتبر الربحية مؤشراً مهماً على القدرة التنافسية الحالية للمؤسسة، ويتم حسابه عن طريق نسبة صافي الدخل إلى الأصول أو الاستثمارات، وتستطيع المنظمة تعظيم الربح عن طريق تحسين الاستثمارات للمؤسسة، واستغلال الموارد بشكل أفضل (قشقش، 2014م، ص51).

2. **الحصة السوقية:** يستخدم مقياس الحصة السوقية للتمييز بين الربحين والخاسرين في السوق، ولتحديد نصيب المؤسسة من المبيعات في السوق مقارنة مع المنافسين، ويعطي مقياس الحصة السوقية مؤشراً عن وضع المؤسسة في السوق، ويمكن معرفة الحصة السوقية بعدة طرق منها:

- الحصة السوقية الإجمالية: وتحسب بقسمة مبيعات المؤسسة على إجمالي المبيعات الكلية في السوق.
- الحصة السوقية النسبية: وتحسب بقسمة مبيعات المؤسسة الكلية على مبيعات أكبر المنافسين في السوق.
- الحصة السوقية الخدم: وتحسب بقسمة مبيعات المؤسسة الكلية على المبيعات الإجمالية للسوق المخدم.

3. **النمو السنوي للمبيعات:** المبيعات من خلالها فقط تحقق المنظمة الأرباح، وبالتالي تحقق النمو والاستمرارية، وكلما ارتفع هذا المعدل كلما دل ذلك على نجاح المنظمة، وعلى زيادة حصتها السوقية مما يجعل مركزها التنافسي قويا (عتوم، 2009م).

3.6.2 أساليب تحقيق الميزة التنافسية

1. **الكفاءة المتفوقة:** أحسن قياس للكفاءة هو مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، وكلما ارتفع معدل كفاءة عمليات المنظمة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات، وبالتالي يساعد ذلك في تحقيق كفاءة عالية مقارنة بالمنافسين.

2. **الجودة المتفوقة:** عندما تحقق المنظمة مستويات عالية من الجودة سيؤدي هذا إلى زيادة قيمة منتجاتها وخدماتها بالنسبة للعملاء، وسيتمكنها من فرض سعر أعلى لمنتجاتها مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة، بل ويمكنها البقاء والاستمرار.

3. **الإبداع المتفوق:** يتحقق من خلال تقديم منتج جديد، العمل بأسلوب جديد مختلف عن المنافسين، والتجديد أحد الأسس البنائية للميزة التنافسية.

4. الاستجابة المتفوقة لحاجات الزبون: أن تحقق المؤسسة ميزة تنافسية من خلال قدرتها على تقديم وإنتاج سلع وخدمات تشبع احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسيها (شعبان، 2011م، ص72).

3.7 دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية

استدامة الميزة التنافسية وعدم تناقص العوائد المرتبطة بالميزة التنافسية في المدى الطويل مرتبطة بصعوبة التقليد والإلغاء للميزة من طرف المتنافسين، والتي يجب أن تبنىها المؤسسة بوضع حواجز للتقليد، وهي عوامل تجعل من الصعوبة بالنسبة للمنافسين أن يستنسخ الكفاءات المميزة للمؤسسة، وكلما ارتفعت هذه الحواجز كلما ترسخت المزايا التنافسية وزادت استدامتها، ويعتبر رأس المال الفكري والمعرفي للمؤسسة أهم الأصول التي تنشأ حواجز للتقليد، فالمعرفة التي تتجسد في قدرات المؤسسة غالبا ما تكون غير مرئية، وحيث أن القدرات ترتكز على الطريقة التي تتخذ بها القرارات والعمليات وتجري إدارتها داخل المؤسسة، كما أنها نتاج تفاعل عدد كبير من الأفراد داخل بيئة تنظيمية متفردة، وهي بذلك تكون موارد تتصف بالغموض، صعوبة التقليد والإحلال وقد تكون نادرة ومحمية بشكل قانوني (ثجيل وطبايبة، 2011م).

تستطيع المنظمة الاستمرارية في امتلاك الميزة التنافسية من خلال المعرفة، لأنها مصدر أساسي للميزة، وما ينتج عنها هو رأس المال الفكري، وبالتالي من المهم أن تقوم المؤسسات بإدراك كيفية امتلاكه، إدارته وقياسه، وتشبه العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية بنظام مدخلاته هي مكونات رأس المال الفكري، أما المعالجة فتتمثل في تطبيق مبدأ (القيمة، الندرة، صعوبة التقليد، الاستغلال الأمثل) على مكونات رأس المال الفكري، أما مخرجات النظام فتتمثل في امتلاك المنظمة لرأس مال فكري استراتيجي متميز، يشتمل على مكوناته المتمثلة في رأس مال بشري متميز، رأس مال هيكلية متميز، ورأس مال زبوني متميز، وعندما تحوز المنظمة على هذه المكونات تتمكن من تحقيق الميزة التنافسية المتمثلة في الجودة المتفوقة، الإبداع المتفوق، الكفاءة المتفوقة والاستجابة المتفوقة (فرحاتي، 2016م، ص223).

ونوضح المكونات السابقة كما يلي:

1. رأس المال البشري المتميز

تحقيق التميز في أداء المنظمة لا يستند إلى مجرد امتلاكها للموارد الطبيعية والمالية والتكنولوجية فقط، بل بالدرجة الأولى على توفر الكفاءات البشرية التي لها القدرة على تعظيم الاستفادة من تلك الموارد، من أجل تحقيق الميزة التنافسية، فالموارد الفكرية تعتبر مصدر الفكر

والابتكار والإبداع، لكن مراعاة أن تكون هذه الكفاءات موارد استراتيجية تتصف بالندرة وصعوبة التقليد، القدرة على خلق القيمة (شعبان، 2011م، ص80)

إن بناء المجتمعات الحديثة وتطويرها يعتمد إلى حد كبير على تنمية مواردها البشرية في قطاعات العمل الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، باعتبار أن الإنسان وسيلة التنمية وأداتها وغايتها، وقد ازدادت أهمية العنصر البشري في الجهود التنموية في العقود الأخيرة في ضوء التطورات المذهلة في العلوم والمجالات الحياتية المختلفة وفي تقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة، فانقل بذلك مركز الثقل للنمو الاقتصادي والاجتماعي إلى عنصر المعرفة والموارد البشرية بدلاً من الموارد المادية والمالية (بن صالح وسحنون بونعجة، 2011م، ص3).

ويرى الباحث أن تميز رأس المال البشري يحتاج إلى وضع استراتيجية تَعَلَّم للمؤسسة تكون الأساس في زيادة الخبرات والمهارات والقدرات، وبالشكل الذي يؤدي إلى انجاز الأعمال بكفاءة وفعالية، ومن ثم بلوغ الأهداف المتمثلة في زيادة القيمة المضافة والعائد على الاستثمار.

2. رأس المال الهيكلي المتميز.

يعبر رأس المال الهيكلي للمنظمة عن الموجودات المعرفية التي تبقى في دائرة المنظمة عندما لا يؤخذ العنصر البشري بعين الاعتبار، وعلى المنظمة أن تقوم بالاهتمام بكل العناصر حتى تحقق الميزة التنافسية وترفع قيمتها السوقية، ويمكن للمنظمة أن تمتلك رأس مال هيكلي متميز من خلال تشجيع وتطوير قدرات الإبداع والمشاركة لدى الأفراد ونشر المعرفة لغرض تعميق إنتاجيتهم في مختلف الميادين، من خلال تكثيف الأنشطة وتطوير البنى التحتية وتكييفها بما تقتضيه متغيرات البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، مثل اقتناء أحدث نظم المعلومات والبرمجيات وقواعد البيانات، إضافة إلى اعتماد الهيكل التنظيمي المناسب الذي يشجع الأفراد مهما كان موقعهم التنظيمي على العمل أكثر واستغلال المعارف التي لديهم أحسن استغلال، ويمكن أن نحدد جوانب تميز رأس المال الهيكلي في مجال التشغيل والعمليات وهي: ترسيخ أبعاد هذا المكون في تحقيق التفوق التشغيلي من خلال تحسين العمليات التشغيلية الهادفة إلى تحقيق النوعية العالية بالتكلفة المنخفضة، وخفض زمن دورة العمليات الداخلية والاستفادة القصوى من طاقة الموجودات المادية والإدارية والاستفادة من هذا المورد في تحسين تدفق الإنتاج بسرعة دون أي أعطال أو إسراف في استخدام المورد، ورفع جودة مستوى الإنتاج وتقليل نسبة الفاقد (شعبان، 2011م، ص81).

3. رأس مال العلاقات (الزبوني) المتميز

تعتبر نقطة الانطلاق لأي منظمة هي الأسواق دائماً أي (الزبائن)، وهي نقطة الوصول التي تعكس مدى قوة العلاقة التي تربط بين المنظمة وعملائها ومورديها، على اعتبار أن المحافظة على الأسواق أو دخول أسواق جديدة، أو اكتساب حصص سوقية إضافية والحصول على عملاء متميزين، وتلبية حاجات المستهلك أهداف تسعى لتحقيقها المنظمة، وهذا لن يكون إلا من خلال دراسة السوق والبحوث التسويقية الفعالة والتي مهما كلفت عوائدها فإن عوائدها مضمونة وإيجابية على قيمة المنظمة، وتحقيق الميزة التنافسية لها، ومجالات تميز الزبائن هي:

1. خلق التفوق والتميز عن طريق الإبداع والتطوير مثل إيجاد منتجات جديدة أو اختراق أسواق جديدة، أو كسب زبائن جدد.
2. زيادة قيمة الزبائن عن طريق عمليات إدارة الزبائن وتعميق العلاقة مع الزبائن الحاليين؛
3. تخفيض أوقات التسليم أو سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن.
4. العمل على أن تصبح المنظمة عضواً جديداً في المجتمع من خلال ترسيخ علاقات حقيقية ومؤثرة مع أصحاب المصالح الخارجيين (فرحاتي، 2016م، ص225).

3.7.1 آليات تحقيق الميزة التنافسية من خلال رأس المال الفكري

1. الابتكار كآلية لدعم الميزة التنافسية

حيث يعد الإبداع والابتكار هو العامل الرئيسي في قدرة الشركة على الاحتفاظ بمكانتها التنافسية في السوق بين الشركات المنافسة، فكلما زادت سرعة وجودة الابتكارات التي تقدمها الشركة كلما احتفظت الشركة بتفوقها على المنافسين، وبالتالي لا بد أن تحرص الشركات على تحفيز العاملين بها وحثهم على الإبداع المستمر الذي يضمن تحسين مستويات جودة المنتجات والخدمات (Bin Ahmad & Mushar, 2011).

2. التعلم كآلية لدعم الميزة التنافسية

يرى أحد الكتاب أن التعلم هو السبيل الوحيد لنشر المعرفة، والذي يمكن اعتباره الوجه الآخر المكمل للابتكار، بحيث لا يمكن الحديث عن الابتكار بدون نشره في أرجاء المؤسسة عن طريق التعلم الذي يعرف بأنه ظاهرة جماعية لاكتساب وإعداد الكفاءات، التي تتيح تغيير طريقة ممارسة الأعمال، أي أن التعلم لا بد وأن ينعكس إيجابياً على نتائج الأعمال بما يجعله أداة فعالة في تحقيق ودعم الميزة التنافسية (نجم، 2007م، ص278).

ويرى الباحث أنه لكي يكون التعلم مصدراً للميزة التنافسية لا بد أن يتسم بالاستمرارية، وتعدد مصادره، وأن يكون هو نمط الثقافة السائد في الشركة ويكون ضمن مسؤولية الجميع، وتعتبر المعرفة هي العامل الأكثر تأثيراً على الاستمرارية في امتلاك القدرة التنافسية ، لذلك يجب على المنظمات السعي دوماً لامتلاكها وتطويرها ومعرفة كيفية إدارتها، وما ينتج عن ذلك هو ما يعرف برأس المال الفكري، وبالتالي يجب على المنظمة معرفة كيفية امتلاك وإدارة وقياس رأس المال الفكري، وكذلك ضرورة المحافظة عليه من التقليد من قبل المنافسين أو التقلص والتقدم نتيجة لعدم اعتماده على القدرة الإبداعية المتجددة لرأس المال البشري الذي تمتلكه الشركة.

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل مفهوم الميزة التنافسية، حيث وجدنا أنها تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين وأن الاستمرارية للميزة التنافسية مرتبطة بصعوبة التقليد والإلغاء للميزة من طرف المتنافسين، ثم الحديث في هذا الفصل عن مصادر وأبعاد واستراتيجيات الميزة التنافسية حيث نجاح المؤسسات المعاصرة أو فشلها يعتمد على مركزها التنافسي الذي يتأتى من خلال الاستراتيجية التنافسية، ثم تم التطرق إلى خصائص الميزة التنافسية والعوامل المؤثرة بها سواء العوامل الداخلية أو الخارجية منها والتطرق إلى المؤشرات التي تعبر عن امتلاك المنظمة للميزة التنافسية وأخيرا دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية.

وخلصنا في هذا الفصل إلى ضرورة أن تعمل المؤسسات على بناء وخلق مزايا تنافسية فريدة خاصة بها لأنها هي التي تضمن بقاء المنظمة، وأن امتلاك المنظمة رأس المال الفكري المصدر الأساسي للميزة التنافسية ونتاج المعرفة والابتكار يضمن لها الاستمرارية وعدم قدرة المنافسين على التقليد لاعتماده على القدرة الإبداعية المتجددة.

الفصل الرابع

الصناعة المالية الإسلامية في فلسطين

الفصل الرابع

الصناعة المالية الإسلامية في فلسطين

4.1 المقدمة

إن قوة أي نظام مالي ومصرفي تعتمد على مرونته ومقدرته في إيجاد الأدوات والمنتجات المبتكرة، والتي تجعله قادراً على التكيف والتأقلم مع الحاجات والمتطلبات الجديدة التي تفرضها المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، ولا شك أن فشل النظام في تحقيق ذلك يعني بالتأكيد عدم قدرته على الاستمرار، ولقد أثبت النظام المالي الإسلامي قوته وقدرته على مواجهة التحديات والأزمات في ظل ما يشهده النظام المالي من نمو متسارعٍ من حيث عدد المؤسسات؛ وما وصلت إليه حجم الأموال المدارة؛ وما تميزت به سنوات العقد الحالي من نقلة نوعية في هذه المؤسسات من حيث تطوير هذه الصناعة بمنتجاتها المختلفة، وتحقيق درجة عالية من التنوع فيها، لتتحول إلى صناعة عالمية تعمل في بيئات اقتصادية ودول مختلفة، وتقدم خدمات منافسة لعملائها.

في ظل تنامي هذه الصناعة والتحديات الكثيرة التي تواجهها، وخاصة بعد اكتشاف قصور أدوات التمويل التقليدية، ومساهمتها المباشرة في إحداث الأزمات المالية، وتمتع الصناعة المالية الإسلامية بمزايا تنافسية عن الصناعة المالية التقليدية، أصبح من الضروري تفعيل دور رأس المال الفكري لتطوير الصناعة المالية الإسلامية كبديل عن نظيراتها التقليدية، ومن ثم تفعيل دورها في تعزيز متانة النظام المالي الإسلامي.

4.2 ماهية الصناعة المالية الإسلامية

تختلف الصناعة المالية الإسلامية بجوهرها عن الصناعة المالية التقليدية، ويظهر ذلك جلياً خلال التطرق لمفهوم الصناعة المالية الإسلامية وتاريخها وخصائصها

4.2.1 مفهوم الصناعة المالية الإسلامية:

عرّف عبد الهادي السبهان الصناعة المالية الإسلامية: " مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم كالتطوير والتنفيذ لكل الأدوات والعمليات المالية المبتكرة بالإضافة إلى صياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل ككل ذلك في إطار موجّهات الشرع الحنيف". وعرّف بن علي بعزوز وعبد الكريم قندوز الصناعة المالية الإسلامية: " مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم والتطوير والتنفيذ لكل من الأدوات والعمليات المالية المبتكرة، بالإضافة إلى صياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل " (جدي، 2015م).

كما عرّف مرغاد لخضر الصناعة المالية الإسلامية في دراسته: "عملية تطويرية وتويعيه وإبداعية لأدوات التمويل في الأسواق المالية بما فيها النقدية، والتي تتيح فرص التقليل من المخاطر من خلال الإطار الإسلامي الذي يشترط فيه مبدأ الالتزام بالمشاركة في الربح والخسارة، والتخلي عن شروط الفائدة الربوية في تنشيط المعاملات المالية المشروعة بهدف تلبية حاجيات تمويلية جديدة تحقق الرفاه الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع" (لخضر، 2013م، ص48).

بعد استعراض التعاريف المختلفة يجد الباحث أن هناك تشابهاً بين مفهوم الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، إلا أن الصناعة المالية الإسلامية تختلف في كونها ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية، بمعنى أن منتجات الصناعة المالية الإسلامية بعيدة عن المعاملات المالية التي تقوم على أساس سعر الفائدة.

ويُعرّف الباحث الصناعة المالية الإسلامية أنها عملية ابتكار وتطوير وتطبيق أدوات مالية، وصياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصدقية الشرعية، وتحقق ميزة تنافسية مستدامة لها.

4.2.2 الحاجة للصناعة المالية الإسلامية

تبرز الحاجة إلى البحث عن حلول مالية إسلامية من عدة جوانب أهمها أن قواعد الشريعة الإسلامية الخاصة بالتبادل منضبطة ومحددة، وعليه فإن قبول التعاملات التي تلبي احتياجات الناس بصورة كفاءة اقتصادية يظل مرهوناً بعدم منافاته لهذه القواعد، واستيفاء هذا الشرط يكون بحاجة إلى استيعاب القواعد والمقاصد الشرعية، وفي نفس الوقت فهم وتقدير احتياجات الناس الاقتصادية، وهذا يتطلب قدراً من البحث حتى يمكن الوصول للهدف المنشود (السويلم، 2004م).

وهناك جملة من الأسباب التي تدعو إلى تبني الصناعة المالية الإسلامية يمكن إيجازها فيما يلي:

1. ظاهرة التحول نحو الصيرفة الإسلامية: الصحة والتغير الثقافي الذي شهده العالم الإسلامي في النصف الثاني من القرن العشرين، أدى إلى ولادة مؤسسات مالية إسلامية جديدة بديلة عن المؤسسات التقليدية تتناسب مع توجهات المجتمع للتخلص من الربا، فسعت الكثير من الحكومات إلى تعبئة الكثير من المدخرات وتوظيفها في المصارف الإسلامية، كما أن الصيرفة الإسلامية لم تعد تقتصر على البنوك الإسلامية بل أصبحت تُقدّم من قبل العديد من البنوك التقليدية (الجدي، 2015م، ص122).

2. انضباط قواعد الشريعة الإسلامية

إن قواعد الشريعة الإسلامية الخاصة بالتبادل منضبطة ومحددة، وعليه فإن قبول التعاملات التي تلبى احتياجات الناس بكفاءة اقتصادية يظل مرهوناً بعدم إخلاله لهذه القواعد، ويتطلب ذلك استيعاب القواعد والقاصد الشرعية، وفي الوقت نفسه إدراك وتقدير احتياجات الناس الاقتصادية، والجمع بين هذين يتطلب قدراً من البحث بعناية حتى تتمكن من الوصول للهدف المنشود (السبهاتي، 2003م، ص5).

3. تطور المعاملات المالية

تتميز المعاملات في الإسلام أنها تجمع بين الثبات والتطور والمرونة أيضاً، فمهما اختلفت الصور والأشكال فليس لأحد أن يحل شكلاً جديداً ما دام جوهره يدخل تحت ما حرمه الله تعالى، ولكن يمكن استحداث أشكال يتعامل بها الناس في بيوعهم ما دام البيع يخلو من المحذور، لهذا كان لا بد لمن يدرس فقه المعاملات المعاصرة أن يميز بين الثابت والمتطور، وأن ينظر إلى التكيف الشرعي للصور المستحدثة، وبالتالي بيان الحكم الشرعي ومن ثم إيجاد البدائل إن أمكن ذلك (مفتاح، 2014م).

4. المنافسة مع المؤسسات المالية التقليدية ومواجهة التحديات

إن وجود المؤسسات المالية الرأسمالية، ونموها إلى درجة عالية من التطور فرضت تحدياً كبيراً على الاقتصاد الإسلامي فلا يكفي أن تكون منتجات الصناعة المالية عملية فحسب، بل يجب مع ذلك أن تحقق مزايا متكافئة مع التي تحققها الحلول الرأسمالية أو متفوقة عنها، ومن هنا برزت الحاجة لتطوير الصناعة المالية الإسلامية وتأسيسها وتخصيصها بمزايا تبرزها عن نظيرتها التقليدية (الجدي، 2015م، ص123).

ولخص (جاسر، 2010م) فوائد تطوير الصناعة المالية الإسلامية منتجاتها في النقاط التالية:

1. التطوير المستمر للمنتجات يزيد من خبرة المؤسسة ويبقيها في حيوية مستمرة.
2. تنوع مصادر الربحية للمؤسسة والمصارف المالية الإسلامية.
3. تقليل مخاطر الاستثمار بتنويع صيغته وقطاعاته.
4. دعم المركز التنافسي للمؤسسة المالية في السوق.

ويرى الباحث أن الحاجة للصناعة المالية الإسلامية لم تعد تقتصر فقط على العالم الإسلامي بل أصبحت محل اهتمام الدول الغربية كون تلك الصناعة أده لجذب كم هائل لمخدرات شريحة مهمة

لا تتعامل مع البنوك الربوية، وأيضاً مع وجود توجهها من قبل المختصين بعد الأزمات المالية يدفع بقوة باتجاه تبني أدوات الصناعة المالية الإسلامية.

4.2.3 تاريخ الصناعة المالية الإسلامية

من حيث الواقع وُجِدَت الصناعة المالية الإسلامية منذ أن جاءت الشريعة الإسلامية بأحكامها المطهّرة، وربّما كان توجيه النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لبلال المازني رضي الله عنه، حين أراد أن يبادل التمر الجيد بالتمر الرديء، حيث قال له صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "لا تفعل بع الجمع بالدرهم واشتر بالدرهم جنياً"⁽²⁾ رواه البخاري، فيه إشارة إلى أهمية البحث عن حلول تلبي الحاجات الاقتصادية دون إخلال بالأحكام الشرعية، لكن الملاحظ أن الشريعة الإسلامية لم تأت بتفصيل هذه الحلول، وإنما جاءت بتفصيل ما لا يحل من المعاملات المالية، وهذا يتفق مع القول بأن الأصل في المعاملات الحل إلا ما عارض نصاً أو حكماً شرعياً ثابتاً، وعليه فالشريعة الإسلامية لم تحجر دائرة الابتكار، وإنما على العكس حجرت دائرة الممنوع، وأبقت دائرة المشروع متاحة للجهد البشري في الابتكار (قندوز، 2014م).

شهدت الصناعة المالية الإسلامية ترحيباً وقبولاً وتطوراً تدريجياً تعبر عنه مراحل تطور البنوك الإسلامية المتمثلة في:

1. مرحلة احتضان فكرة المصارف الإسلامية وتجسيدها في الواقع

وتنقسم هذه المرحلة إلى فترتين:

أ- **فترة التنظير:** تميزت هذه المرحلة بظهور العديد من الدعوات والدراسات التي قدمها الرواد في مجال العلوم الشرعية والفكر الإسلامي بعامّة والاقتصاد الإسلامي بشكل خاص، والتي تتادي بضرورة وجود مصارف بلا فوائد، وكيفية تحرير الاقتصاديات الإسلامية من مشكلة المعاملات المالية الربوية وتلك الممارسات التي لا تتفق وأحكام الشريعة الإسلامية، حيث نشأت تجربة التمويل الإسلامي في مصارف الادخار المحلية بمصر عام 1963 لتمويل المشروعات الصغيرة، كما كان لماليزيا وبنغلادش دور في نشأة الصناعة المالية الإسلامية (أحمد، 2001م).

ب- **فترة التطبيق:** شهد عقد الستينات وبداية السبعينات دعوات من قبل بعض الباحثين ترى أن استخدام معدل الفائدة ليست الأداة المثلى لتوظيف الأموال، وأن البديل المناسب هو المعدل

(2) كل لون من النخيل لا اسمه فهو جمع، وقيل الجمع: التمر مختلط من أنواع متفرقة، وليس مرغوباً فيه، كما يخلط لإلراءته، أما الخنوب فهو التمر الجيد.

الصفري، وتلبية لرغبة المجتمعات في إيجاد صيغة بعيداً عن شبهة الربا تم التفكير في إنشاء مصارف إسلامية تعمل طبقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، وعملاً بما جاء به في توصيات مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية بمدينة جدة/السعودية سنة 1972م، ونتيجة لذلك تم إعداد اتفاقية تأسيس البنك الإسلامي للتنمية سنة 1974م، وياشر البنك عمله سنة 1976م بمدينة جدة في المملكة العربية السعودية، ويتميز هذا المصرف بأنه مصرف حكومات لا يتعامل مع الأفراد في النواحي المصرفية، وأما إنشاء أول بنك إسلامي خاص متكامل فقد أنجز سنة 1975م وهو بنك دبي الإسلامي، وظهرت بنوك أخرى مثل بنك فيصل المصري وبنك البحرين الإسلامي، وتميزت تجربة المصارف الإسلامية خلال عقدي السبعينات والثمانينات بمحدودية الأدوات والآليات، وقصور البرامج والمنتجات (لعمش، 2012م).

2. مرحلة التطوير والانتشار الدولي

خلال عقد التسعينات بدأت بعض المصارف الإسلامية بتطوير أدوات ومنتجات جديدة خارج إطار المراجعة التقليدي، وظهرت صيغ تمويلية جديدة مثل الإجارة والاستصناع والسلم، وأصبحت بعض المصارف تقود عمليات تمويل مجمعة بصيغ إسلامية، وأخرى تؤسس صناديق استثمارية إسلامية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، وأصبح الهدف هو تقديم أدوات وآليات منافسة تحظى بالقبول والرضي في السوق التنافسية التي تعمل فيها، وشهدت الأصول المالية الإسلامية ارتفاعاً كبيراً، حيث ارتفعت من 800 مليار دولار سنة 2009 إلى حوالي 2 تريليون دولار سنة 2014م أي بارتفاع يقدر بنسبة 250 % في 5 سنوات فقط، وتتوزع أصول الصناعة المالية الإسلامية على أكثر من 80 دولة من جميع قارات العالم (بوريش ولشهب، 2015م).

4.2.4 الفرق بين الصناعة المالية الإسلامية والتقليدية

بالرغم من تشابه كلاً من الصناعة المالية الإسلامية والتقليدية في الحاجة للابتكار في ظل وجود قيود تنظيمية، إلا أن الابتكار في الصناعة المالية الإسلامية لا يؤدي إلى تجاوز الأحكام الشرعية على النحو الذي يكون في الصناعة المالية التقليدية ويمكن التماس ذلك في الجوانب الآتية:

1. الانضباط بالنظم الإسلامية موجود بشكل لا يتواجد في النظم التقليدية لتوفر دافع التدين لدى المسلمين والذي يمثل حائلاً قوياً يحد من حالات الالتفاف على الأحكام الشرعية الصريحة، وهو ما لا يتوفر في الصناعة المالية التقليدية.
2. أحكام الشريعة نفسها أكثر اتساقاً وانضباطاً من أحكام النظم والقوانين البشرية، لذلك فإنه لا يتخللها التناقض بعكس الأنظمة والقوانين الوضعية.

3. تهدف الأحكام الشرعية إلى تحقيق مصالح المتعاملين بها بشكل لا يتعارض مع المصالح العامة، مما يجعل المتعاملين أكثر قناعة، بعكس الأنظمة التقليدية التي تحتوي على كثير من التنافر والتعارض بين المصالح العامة والخاصة، فكثير من القوانين تخدم فئة على حساب فئة أخرى في المجتمع (السويلم، 2004م، ص11).

ويرى الباحث أن الفروق بين الصناعتين هي ليست فروقا شكلية أو سطحية؛ ولكن فروقا جوهرية وعميقة تتعلق بالفلسفة التي يتبناها القائمين على تلك الصناعة، لذلك فإن التقليد لأدوات الصناعة التقليدية دون الدراسة العميقة للجوانب المختلفة سيؤدي حتماً إلى صبغ الأدوات المقلدة بالفلسفة التي تقوم عليها البنوك الربوية، وهذا ما سنتعرف عليه في الجزئية القادمة.

4.3 مناهج تطوير الصناعة المالية الإسلامية وتحدياتها

4.3.1 مناهج تطوير الصناعة المالية الإسلامية

للصناعة المالية الإسلامية مداخل متعددة، وهي تختلف تبعاً للطرق المستخدمة من قبل المؤسسات المالية الإسلامية في إقامة هذه الصناعة لكنها في الغالب لا تخرج عن إحدى المناهج الآتية:

1. منهج المحاكاة:

أن يتم مسبقاً تحديد النتيجة المطلوبة من مُنتج الصناعة المالية الإسلامية، وبغض النظر عن الحكم الشرعي فإن هذه المنتجات تتشابه في النتيجة التي يحققها المنتج التقليدي، ومن أبرز مزايا هذا المنهج السهولة والسرعة في تطوير المنتجات، إذ أنها لا تتطلب الكثير من الجهد والوقت في البحث والتطوير، فهي مجرد متابعة المنتجات الرائجة في السوق وتقليدها، ورغم ذلك فإن تلك المنهجية تثير الكثير من الجدل كونها قائمة على المحاكاة والتقليد للمنتجات المالية التقليدية، وسلبياتها كثيرة منها:

- أ- تصبح الضوابط الشرعية مجرد قيود شكلية وليست قواعد حقيقية ولا قيمة اقتصادية من ورائها، وهذا يضعف قناعة العملاء بالمنتجات الإسلامية.
- ب- المنتجات المالية التقليدية تعاني مشكلات وأمراض، ومحاكاة هذه المنتجات تُدخل المنتجات المقلدة في دائرة نفس المشكلات، وهذا يفقد الصناعة قيمتها وهويتها.
- ت- مُنتج الصناعة المالية التقليدية هو جزء من منظومة متكاملة قائمة على فلسفة ورؤية محددة، ومحاولة تقليد المُنتج هو تقليد لجوهر هذه المنظومة، ويجعل الصناعة المالية الإسلامية مهددة بأن تصبح تابعة للصناعة التقليدية (سعدي ولعلام، 2014م).

يرى الباحث أن هذه المنهجية إن كانت مجرد تقليد دون دراسة معمقة لجوانبها ومقاصدها الشرعية فإن منتجاتها ستكون تكرر لأدوات الصناعة المالية التقليدية؛ التي قد تحمل في طياتها مخالفات شرعية، ولكن الدراسة المعمقة من قبل المختصين قد تسمح بتقليد منتجات الصناعة المالية التقليدية إذا كانت تتوافق مع المصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية، خاصة أن هناك كثير من الخدمات تقدمها البنوك التقليدية لا تشوبها مخالفات شرعية، لذلك فإن اتباع المنهج السليم من شأنه القضاء على السلبيات المذكورة والحكمة ضالة المؤمن.

2. المنهج التحوير

يقصد بالتحوير البدء من منتج مقبول شرعا تم تحويل عناصره أو أجزائه محاولة للوصول لمنتج جديد، ويمكن تطبيق ذلك في اشتقاق منتج جديد من منتجين أو أكثر، ومثال ذلك عقد الاستصناع، فهو عقد يمكن اعتباره اشتقاق من عقدين: الإجارة والسلم، ولكن يمتلك عقد الاستصناع خصائص تميزه عن العقدين، وهذا المنهج يفتح المجال لتوليد مجموعة كبيرة من المنتجات المقبولة مع إعادة النظر في جوانبها الشرعية، لأنه ليس بالضرورة أن نصل إلى منتج مالي يراعي الضوابط الشرعية، حتى وإن كان الأصل المعتمد عليه حلالا (قندوز، 2007م).

3. منهج الأصالة والابتكار

ويقوم هذا المدخل على تطوير وابتكار المنتجات المالية الإسلامية بناء الاحتياجات الفعلية للعملاء، والعمل على تصميم المنتجات المناسبة لها تضمن للمؤسسات المالية حصة سوقية جيدة، شرط أن تكون متوافقة مع مبادئ الشرع الإسلامي، وهذا المنهج يتطلب دراسة مستمرة لاحتياجات العملاء، والعمل على تطوير الأساليب التقنية والفنية اللازمة لها، وذلك لضمان الكفاءة الاقتصادية للمنتجات المالية، كما يتطلب وضع أسس واضحة لصناعة مالية إسلامية مستقلة عن الصناعة المالية التقليدية، هذا المنهج أكثر جدوى وإنتاجية من المنهج التحوير أو التقليد ولكنه أكثر تكلفة، ويتميز هذا المنهج في أنه يحافظ على أصالة المؤسسات المالية الإسلامية، كما يسمح لها بالاستفادة من منتجات الصناعة المالية التقليدية ما دامت تفي بمتطلبات المصادقية الشرعية، كما يساعد ذلك على استكمال المنظومة المعرفية للصناعة المالية الإسلامية (الفنطقي، 2016م).

ولضمان نجاح تلك المناهج في تطوير منتجات الصناعة المالية الإسلامية ينبغي الاجتهاد في تقوية وسلامة البنية التحتية لها، من خلال العمل على تنفيذ عدد من المشاريع التي تعود بالنفع والفائدة على المنتجات المالية الإسلامية بشكل عام، منها تأسيس مراكز مختلفة داخل المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، ومن هذه المراكز مركز الرصد والتواصل

المالي الإسلامي (مع العملاء والجمهور)، ومركز اعتماد التدريب المالي الإسلامي، ومركز المنتجات المالية ومركز المعلومات والدراسات المالية، بالإضافة إلى تأسيس الهيئة الشرعية لتكون المرجعية العليا، ويساهم ذلك في نمو هذه الصناعة المالية الإسلامية من خلال تشجيع خدمات البحوث والتطوير وتسجيل المنتجات وضمان جودتها الفنية والشرعية، وحمايتها والحفاظ على سلامة منهجها ومسيرتها على الصعيدين النظري والتطبيقي، إلى جانب التعريف بخدمات هذه الصناعة، ونشر المفاهيم والقواعد والأحكام والمعلومات المتعلقة بها (خنيوة وموسى، 2011م).

ويرى الباحث أنه ليس من الصواب بأن تقوم الصناعة المالية الإسلامية بتبني منهج واحد، وإنما من الأفضل استخدام المناهج الثلاثة في إنتاج وتطوير منتجات تلك الصناعة حسب ما تتطلبه الحالة أو المنتج محل الابتكار والتطوير.

4.3.2 التحديات التي تواجه الصناعة المالية الإسلامية

فرضت التغيرات الكبيرة والمتسارعة التي شهدتها العالم الاقتصادي في الفترة الأخيرة ضغوطاً تنافسية كبيرة وغير متكافئة، خاصة على المؤسسات المالية الإسلامية التي أصبحت تبحث عن وسائل تضمن بها النهوض والاستمرارية إلى جانب مؤسسات مالية تفوقها خبرة وحجماً، وتحقيق ذلك مرتبط بتقديم منتجات مالية إسلامية قادرة على منافسة المنتجات التقليدية من جهة، وتلبية احتياجات البيئة التي تعمل فيها سواء كانت إسلامية أو غير إسلامية من جهة أخرى، لذا فبالرغم من التطور الذي عرفته الصناعة المالية الإسلامية، إلا أنها لازالت دون المستوى المطلوب، ويرجع ذلك إلى مجموعة من التحديات والعقبات التي ذكرها (بوخدوني، 2016م) وهي كما يلي:

1. الافتقار إلى الكفاءات والطاقات المؤهلة: حيث يتطلب العمل المالي الإسلامي تأهيلاً خاصاً، وكفاءات إدارية مدربة تكون لديها إلمام بطبيعة عمل المؤسسات المالية الإسلامية، فالقوى العاملة الضعيفة ستفرض تهديداً من حيث المخاطر التشغيلية وتعيق إمكانية نمو البنك.
2. الافتقار إلى البحث والتطوير: تعاني بعض المؤسسات المالية الإسلامية من غياب ثقافة الإبداع والتطوير، وأظهرت العديد من التقارير أن المخصصات المالية السنوية الأكبر المؤسسات المالية الإسلامية في دول الخليج ضئيلة جداً بعكس المؤسسات المالية الأوروبية التي ولي اهتماماً كبيراً لعمليات البحث والتطوير.
3. غياب حقوق الملكية لصاحب فكرة منتج مالي مطور أو جديد خاصةً أن الكثير من منتجات المالية المبتكرة تتطلب تكاليف تطوير ومخاطر تطبي للتتحقق من جدواه من قبل مؤسسة ما، وبعد نجاح المنتج المطور أو المبتكر تسارع المؤسسات المالية الأخرى إلى تطبيقه والاستفادة

منه دون تحمل أي مخاطر أو تكاليف، وهذا ما يثبط عزائم المؤسسات المالية عن محاولة التطوير والابتكار.

4. ضعف التنسيق بين الهيئات الشرعية، حيث تواجه أعمال المؤسسات المالية الإسلامية تحدياً هاماً، وهو ضعف التنسيق فيما بين الهيئات الشرعية، وتضارب الفتاوى الفقهية بين الدول الإسلامية وحتى داخل البلد الواحد.

وأورد (قندوز ومداني، 2009م) عدداً من التحديات التي تواجه الصناعة المالية الإسلامية وهي:

1. المنافسة وكفاءة التكلفة: وهما تحديان مهمان أمام المؤسسات المالية الإسلامية، حيث الخبرة الكبيرة والشبكات الأوسع والحجم الاقتصادي في السوق العالمي للمؤسسات المالية التقليدية، وهي مميزات تنافسية مهمة تتفوق بها التقليدية على الإسلامية، إضافة إلى هذا تكلفة عمليات التشغيل العالية للمعاملات المالية الإسلامية.

2. المصدقية والثقة: وهذان التحديان في التمويل الإسلامي يبرزان ضمن جملة من القضايا الواقعية ممزوجة بمجموعة من المعتقدات المسيئة لفهم الإسلام، فهناك من يرى في صناعة التمويل الإسلامي قناة لتمويل الإرهاب وموطناً لغسيل الأموال، إضافة إلى المشاكل المتعلقة بضعف المهارات الإدارية والتي تؤثر على مصداقيتها.

3. تسويق المنتجات المالية الإسلامية: يمثل تحدياً كبيراً بالنسبة لنمو قاعدة عملاء البنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، ومن غير المستغرب أن نجد إقبال المسلمين على المنتجات المالية الإسلامية ضئيلاً بسبب عدم فهم الصناعة والافتقار لمعرفة المنتجات، ومن دون تثقيف وتعليم العملاء بمبادئ وآلية عمل التمويل الإسلامي، سيبقى العملاء بعيداً عن تناول المنتجات الإسلامي.

وذكر (الهواملة، 2017م) مجموعة من التحديات التي تواجه الصناعة المالية الإسلامية وهي:

1. خضوع المؤسسات المصرفية الإسلامية لمعايير وضوابط لا تتفق مع طبيعة عملها في الدول التي تنشط فيها، ومعاملتها بنفس المعايير والضوابط المالية المطبقة على البنوك التقليدية، وبالتالي قصور بعض القوانين على معالجة مهمة البنوك الإسلامية في تحقيق متطلبات عملائها في تطبيق صيغ تمويل غير ربوية

2. مدى استجابة البنوك المركزية في تجسير الفجوات التنظيمية والتشريعية القائمة، حيث أن العديد من المصارف المركزية لم تقم بإصدار تعليمات وسياسات واضحة للبنوك الإسلامية، وفي أسوأ الأحوال هناك أحكام مسبقة تجاه البنوك الإسلامية ويتم معاملتها معاملة البنوك التقليدية

3. عدم وجود هيئات رقابية شرعية على المستوى المطلوب خاصة من الناحية التقنية إذ يفكرون للخبرة بالأمور المحاسبية والمالية، يجعل الحكم من قبلهم على أدوات وصيغ التمويل وآليات العمل الجديدة تشوبها الكثير من الشكوك والانقادات مما يصعب التوصل إلى فتوى موحدة ويرى الباحث أن التحديات المذكورة يمكن معالجتها بالاهتمام بتدريب وتطوير العنصر البشري وجعله على قدر كبير من الكفاءة وقادراً على الابتكار والتطوير لمنتجات المؤسسة المالية، ويصمم هيكل تنظيمي للمؤسسة المالية يعمل بانسجام، وينظم ويزيد من فاعلية العلاقة مع الزبائن، وينظم العلاقة مع الحكومة والجهات ذات العلاقة، ويتلخص ذلك بالاهتمام برأس المال الفكري.

4.4 خصائص الصناعة المالية الإسلامية.

الصناعة المالية الإسلامية تهدف إلى إيجاد منتجات وأدوات مالية تجمع بين المصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية، فالمصادقية الشرعية هي الأساس في كونها إسلامية، والكفاءة الاقتصادية هي الأساس في قدرتها على تلبية احتياجات الاقتصادية ومنافسة الأدوات التقليدية.

1. المصادقية الشرعية

تعني المصادقية الشرعية أن تكون المنتجات الإسلامية موافقة للشرع بأكبر قدر ممكن، وهذا يتضمن الابتعاد والخروج من الخلاف الفقهي قدر المستطاع. إذ ليس الهدف الأساس من الصناعة المالية الإسلامية ترجيح رأي فقهي على آخر، وإنما التوصل إلى حلول مبتكرة تكون محل اتفاق قدر الإمكان (السويلم، 2004م، ص16).

ومع ذلك فإن الاختلافات الفقهية وآثارها على الصناعة المالية الإسلامية في حد ذاتها أصبحت قضية مختلف بها، بين من يرى أنها تمثل أحد العوائق التي تحد من انتشار التمويل الإسلامي وتؤثر على تنافسيتها، ومن يرى أنها تؤدي إلى التنوع، وإثراء تجربة الصناعة المالية الإسلامية (الهواملة، 2017م).

2. الكفاءة الاقتصادية

تتميز الصناعة المالية بخاصية أخرى تتميز بها عن الصناعة التقليدية وهي الكفاءة الاقتصادية، وتعني استخدام واستغلال الموارد الاقتصادية بالكيفية التي تعظم المردود الاقتصادي والاجتماعي من ذلك، وإنتاج تشكيلة مثلى من المنتجات المالية تتيح أقصى درجات الإشباع للحاجات، ويمكن لمنتجات الصناعة المالية زيادة الكفاءة الاقتصادية عن طريق توسيع الفرص الاستثمارية في مشاركة المخاطر وتخفيض تكاليف المعاملات وتخفيض تكاليف الحصول على معلومات وعمولات الوساطة والسمسرة (سعدي وعلام، 2014م، ص6).

3. الابتكار الحقيقي بدل التقليد

ويهدف الابتكار إلى إيجاد منتجات وأدوات مالية تحقق الكفاءة الشرعية وهو أساس في كون تلك المنتجات والأدوات إسلامية، وتحقق الكفاءة الاقتصادية في مقدرتها على تلبية الاحتياجات المتنامية والمتجددة، ويخلق هذا الابتكار تنوعاً حقيقياً حيث إن كل أداة من أدوات لها طبيعة تعاقدية تختلف في خصائصها عن الأدوات الأخرى وهو ما يلبي المصلحة الحقيقية للمتعاملين وليس مجرد عقد صوري وهو ما يؤكد القيمة الحقيقية للابتكار (قنطجني، 2016م).

ويرى الباحث أن الخصائص السابقة مترابطة وتكمل بعضها البعض ولا تنفصل عن بعضها البعض فالصناعة المالية الإسلامية تهدف إلى إيجاد منتجات وأدوات مالية تجمع بين المصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية، حيث إن تحقيق المصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية يتطلب تحقيق خاصية الابتكار والتطوير باستخدام المنهج العلمي الصحيح.

4.5 نبذة عن البنوك الإسلامية

4.5.1 مفهوم البنك الإسلامي

يمكن تعريف البنك الإسلامي على أنه مؤسسة مالية نقدية تقوم بالأعمال والخدمات المالية والمصرفية وجذب الموارد النقدية، وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل نموها وتحقيق أقصى عائد منها بما يحقق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، في إطار أحكام الشريعة الإسلامية السمحة (العجلوني، 2008م).

وعرفته لجنة خبراء التنظيم في المصارف الإسلامية بأنه مؤسسة مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع التكافل الإسلامي، وتحقيق عدالة التوزيع، ووضع المال في المسار الإسلامي (الخاقاني، 2011م، ص 173).

4.5.2 وظائف البنوك الإسلامية

تتلخص وظائف البنوك الإسلامية في الأمور الآتية:

1. اجتذاب المدخرات من أجل استثمارها في القطاعات المختلفة.
2. إدارة استثمارات أموال الغير، حيث يكون المصرف مضارباً لقاء نسبة من ناتج الاستثمار في حالة تحقيق الربح فقط وإذا تحققت الخسارة فإنه المصرف يخسر جهده ووقته ويتحمل صاحب المال الخسارة المالية.

3. استثمار الاموال، حيث يقوم المصرف بتوظيف الاموال المتاحة من مصادر ذاتية وحسابات الاستثمار التي يتلقاها بصفته مضارباً بتأسيس منشآت أو الاسهام في منشآت قائمة.
4. تقديم الخدمات المصرفية مقابل أجر محدد مثل الحوالات، الشيكات، فتح الاعتمادات، إصدار خطابات الضمان، الخدمات الاستشارية، وهي تماثل خدمات المصارف التقليدية.
5. تقديم الخدمات الاجتماعية من خلال الاقراض أو من صندوق القرض أو صندوق الزكاة والصدقات وذلك لتحقيق أهداف سياسية أو حزبية معينة.
6. الاتجار المباشر والاستثمار المباشر في المصارف الإسلامية (شيخون، 2002م، ص85).

4.5.3 صيغ أو أساليب التمويل في البنوك الإسلامية

أساليب أو صيغ التمويل تعتبر الهدف الأساسي أو الحيوي للبنك، على اعتبار أن الاستثمارات هي جوهر الصناعة المالية الإسلامية، ومصدر أساسي لتحقيق الربحية وزيادة الحصة السوقية وتحقيق التنمية الاقتصادية، ومن أهم هذه الصيغ أو الأساليب هي:

1. **المضاربة (تمويل رأس المال مع تقاسم الربح):** يقوم المصرف بتهيئة رأس المال فيما يقوم العميل بإدارة المشروع وهو هنا يسمى مضارب، أما العائد الكلي من المشروع فيقسم طبقاً لنسبة متفق عليها، وتعد المضاربة نظام من شأنه أن يسهل عملية الاستثمار على أساس تعاقد بين من يملك المال (المصرف) وبين المستثمر (المضارب)، ويتوجب أن يكون هناك تحديد لنصيب كل طرف من الربح عند التعاقد (الشمري، 2008م، ص54).
2. **المشاركة:** وهي شراكة بين المصرف والعميل يتم بموجبها تقاسم الارباح على أسس متفق عليها سلفاً، لكن الخسائر تقسم بناء على نسب المشاركة في الملكية، ويمكن لهذه الشراكة أن يديرها المصرف أو العميل أو كلاهما أو طرف ثالث، ويتقاسم كل من المصرف والعميل بنسبة متساوية أو متباينة من أجل إنشاء مشروع جديد أو تبني مشروع قائم، بحيث يصبح كل واحد منهما مالكاً لرأس المال ومستحقاً لنصيب من الارباح، وتقسم الخسارة أيضاً على قدر حصة كل منهما في رأس المال.
3. **المرابحة:** هي شكل من التمويل يستخدم غالباً لتمويل شراء أصول أو السلع النهائية أو الخدمات، وهنا يقوم المصرف بشراء مادة ويبيعها إلى العميل بأسعار أعلى بدفع أجل، ويحصل المصرف على الربح المصرف وهو الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع (الوادي، 2009م).

4. **الاستئناح:** وهو بمثابة عقد شراء بين المصرف والعميل، حيث يقوم العميل بتحديد سلع يتم صنعها، وبعد أن يتم صنع السلع أو الشحن يقوم المصرف ببيع هذه السلع إلى العميل بموجب اتفاقية مسبقة، وهذا الشكل من التمويل يعمل على نفس مبدأ المراجعة مع استثناء مهم هو أن المادة التي تُشترى ليست موجودة بعد (قنطججي، 2016م، ص74).
5. **الإجارة:** واحدة من صيغ الاستثمار التي شاعت مؤخراً، وهذا النوع يقوم على تأجير المعدات، كبديل عن شراء هذه المعدات، وخاصة المعدات غالية الثمن، ويقوم البنك بشراء الأصل أو المعدات وقد تكون موجودة، ثم يقيم البنك بتأجيرها، مع الوعد أو عدم الوعد بالبيع في نهاية مدة عقد الإجارة أو خلاله حسب طبيعة العقد (داوود، 2012م، ص157).
6. **السلم (شراء بتسليم لاحق):** هو بيع موصوف في الذمة، ويكون فيه السعر مدفوعاً مقدماً من قبل المصرف، وتسلم السلع لاحقاً من قبل العميل إلى شخص محدد بتاريخ محدد لإيجاره المبلغ المقترض، وبإمكان المصرف منح مثل هذا القرض لزيائته المشاركين في عمليات التمويل المحلية كالمضاربة والمشاركة (القريشي وعبد الكريم، 2012م، ص48).
7. **المزارعة:** وهي نوع من الشركة الزراعية يتم خلاله تعاقد واتفق المالك والعامل، على أن تكون الأرض والبذار من المالك والعمل من المزارع والمحصول بنسبة يتفقان عليها
8. **المساقاة:** وتعني السقي أو هي عقد على استغلال الأشجار التي تبقى أصولها أكثر من سنة، والتي تعتبر أصول ثابتة بين الطرفين أحدهما صاحب الأشجار والآخر يقوم بتربيتها وفق حصة معلومة من الثمار (الشمري، 2008م، ص77).
- وهناك أساليب أخرى مثل القرض الحسن والرهن وضمان الأموال سواء حسابات جارية أو حسابات استثمار أو أموال الودائع، وهناك أيضاً المغارسة والجعالة والحوالة وأدوات أخرى. جميع هذه الأدوات مثلت بديل عن البنك المتخصص في النظام المصرفي التقليدي في تلبية الحاجات التمويلية للقطاعات المختلفة، ورغم وجود تنوع في الأدوات التمويلية الإسلامية إلا أن المراجعة احتلت المكانة الأهم لدى البنوك الإسلامية من غيرها، لاعتبارات تتعلق بتدني درجة المخاطرة فيها، ثم إن الربح شبه مؤكد، وهناك عامل آخر ومهم يتمثل في أن المراجعة تسهم في سرعة دوران النقود لقصر الأجل التمويلي لها، وهذا يساعد على تكرار استثمار رأس المال في مدة قصيرة وزيادة فرص الربح في كل مرة، ولهذا نجد أن البنوك الإسلامية اعتمدت عليها في كثير من تعاملاتها المصرفية، وهي في الوقت نفسه تلبي احتياجات الشركات والمشاريع المحتاجة للتمويل من خلال توفير المواد الخام والمعدات والآلات سواء من مصادر محلية أو

خارجية في حال استخدامها كبديل للاعتماد المستندي المتبع في البنوك التقليدية والقائم على سعر الفائدة أو الاستيراد من الخارج (الطالب، 2016م).

وذكر محمد غانم "مدير دائرة التمويل والاستثمار في البنك الوطني الإسلامي" (مقابلة شخصية، 8 يونيو 2017م) أن عدم وجود الاستقرار الاقتصادي والأمني في غزة يزيد من حجم المخاطرة، وهذا يعتبر أحد الأسباب الرئيسية لعزوف البنوك الإسلامية عن استخدام الأدوات المالية مثل المضاربة والمشاركة والاستصناع، وأضاف أن نسبة المربحة بلغت في البنك الوطني الإسلامي 93% في عام 2015م، أما في عام 2016م بلغت 90%.

وعن أكثر الأدوات المالية الإسلامية استخداماً في بنك الإسلامي الفلسطيني وافق قول رامي حسين "مدير البنك الإسلامي العربي" (مقابلة شخصية، 13 يونيو 2017م) ما تحدث به غانم بأن المربحة لها النصيب الأكبر من المعاملات المالية في البنك الإسلامي الفلسطيني، ولكنه أرفد قائلاً: إن السنوات الأخيرة شهدت تحسناً لصالح الأدوات الأخرى مثل المضاربة والمشاركة والاستصناع والإجارة.

ويرى (أبو شربة، 2014م) أن البنوك بشكل ضمني ترفض تعرض أموالها إلى أي نوع من المخاطرة، إذ تحاول تجنب التمويلات ذات درجة المخاطرة عالية مثل التمويل بالمضاربة أو المشاركة من أجل تجنب المشاركة في الخسارة، لذلك تحبذ البنوك الإسلامية التعامل بأدوات استثمارية أخرى مثل المربحة التي تمثل أكثر من 90% من استثمارات البنوك الإسلامية في فلسطين.

4.5.4 المزايا التنافسية للصناعة المالية الإسلامية

تمتلك الصناعة المالية الإسلامية العديد من المزايا التي تعزز مكانة التنافسية لها، ويزيد من حصتها السوقية بشكل مستمر ومن أهم تلك المزايا:

1. أكثر مقدرة ومرونة في إدارة المخاطر المصرفية، وذلك لكون الصناعة المالية الإسلامية قائمة على الدراسة الحقيقية للمشاريع المستهدفة.
2. قدرتها على تحمل الأزمات والصدمات المالية كونها قائمة على الاستثمار الحقيقي، وخير مثال أنه في الأزمة المالية العالمية كانت البنوك الإسلامية أقل تأثراً بالصدمات.
3. القدرة على إنتاج وتطوير أدوات مالية تلبي مختلف احتياجات المستثمرين ساهم ذلك في انتشارها بسرعة.

4. ارتفاع أعداد المسلمين في العالم الذي يقدر بخمس سكان العالم بالإضافة إلى انتشار الجاليات الإسلامية في كافة الدول الغربية يزيد من فرص انتشار تلك الصناعة ومن ثم زيادة الحصة السوقية (الشمري، 2012م).

يرى الباحث أن الصناعة المالية الإسلامية تمتلك ميزة تنافسية مهمة أنها قائمة على الاستثمار الحقيقي في الأصول والمشاريع، وهذا جعلها أكثر قدرة على مواجهة الأزمات المالية وأقل عرضة للخسارة مقارنة بالصناعة المالية التقليدية، وهذا يعطيها الثقة من قبل العملاء.

4.5.5 جودة الخدمات المصرفية كمدخل لاكتساب الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية

تعد القدرة التنافسية للبنوك الإسلامية أحد مؤشرات المهمة لجودة الإدارة والتحكم، وتتعدد الاستراتيجيات التنافسية المصرفية، فهناك التنافس بالوقت والتنافس بالتكلفة والتنافس بالجودة، ولعل أهم تلك الاستراتيجيات التنافس بالجودة، وتعد جودة الخدمات المصرفية سلاحاً تنافسياً فاعلاً أصبحت البنوك تستعمله كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافساتها لتحقيق الميزة التنافسية، ويتطلب التنافس بالجودة في البنك عدة مقومات أهمها:

1. استلزام حاجات العملاء وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات وكافة وظائف ونظم البنك، أي اعتبار العميل هو المحور الرئيسي الذي تدور حوله كل استراتيجيات البنك.
 2. جعل الجودة على رأس أولويات الإدارة العليا في البنك.
 3. زرع وتنمية ثقافة الجودة لدى العاملين في البنك.
 4. استخدام التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات في تصميم وتقديم الخدمات المصرفية.
 5. تبني مفهوم التحسين المستمر تحت مظلة إدارة الجودة الشاملة.
 6. اختيار وتدريب وحفز العاملين لتقديم أداء متميز قائم على الابتكار المصرفي فنياً وتسويقياً.
 7. تبني فلسفة تأكيد الجودة المنسجمة مع مبدأ الجودة من النبع والأداء السليم من المرة الأولى بدلا من تبني فلسفة مراقبة الجودة (مصطفى، 2004م، ص148).
- ويمكن للبنوك أن تجني العديد من المزايا في حالة تقديم خدمات مصرفية متميزة عالية الجودة، وهذا يعني اكتساب ميزة تنافسية تُمكنها من زيادة ولاء المستهلك، ودفعه لاستمرار التعامل معها وتقل حساسيته للسعر، ويُمكن البنك من زيادة أرباحه والحصول على نصيب وحصة سوقية أكبر من المنافسين الآخرين (مكاوي، 2001م).

وبلخص (الحداد، 1991م) المزايا التي تعود على البنك من وراء تركيز الجهود على تحسين جودة خدماته في الآتي:

1. تحسين ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية.
2. تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء والتحكم في أداء العمليات المصرفية
3. الخدمة المتميزة تتيح للبنك إمكانية رفع الأسعار والعمولات وتحقيق أرباح أكبر.
4. تمكن البنك من الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.
5. الخدمة المتميزة تجعل من زبائن البنك كمندوبي بيع في توجيه وإقناع زبائن جدد.

4.5.6 مؤسسات البنية التحتية للصناعة المالية الإسلامية

تكامل الصناعة المالية الإسلامية يحقق تقدماً ملموساً، ويتضح ذلك من خلال تكامل مؤسساته وهيئاته التي تقدم خدمات الدعم والتدقيق وتحقيق التكامل بين المؤسسات المالية الإسلامية العالمية، ويعد تكامل الهيئات والمؤسسات المالية الإسلامية تطوراً علمياً وتوسعاً يتناسب والاحتياجات المستقبلية، فهذه المؤسسات تشكل بيئة داعمة للعمل المصرفي الإسلامي، ويكمن دورها في تعزيز الرقابة المصرفية على المصارف الإسلامية، حيث تأسس البنك الإسلامي للتنمية عام 1975م بهدف تنمية البنى الأساسية، ودعم مشاريع الخصخصة في الدول الإسلامية، ثم تأسست هيئة معايير المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية عام 1991م، ثم تلاها تأسيس المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية والسوق المالية الإسلامية الدولية عام 2001م، ثم تأسست الوكالة الإسلامية الدولية للتصنيف ومركز إدارة السيولة ومجلس الخدمات المالية الإسلامية عام 2002م، وبسبب الحاجة انبثقت مزيد من مؤسسات البنية التحتية الداعمة للعمل المصرفي الإسلامي بما يتناسب والواقع العملي، حيث يجري العمل على إنشائها وتطويرها تبعاً. وبدأت المؤسسات المالية العالمية تعاملها مع المؤسسات المالية الإسلامية، حيث وافق صندوق النقد الدولي على إنشاء مجلس للإشراف على صناعة الخدمات المالية الإسلامية كهيئة مستقلة تحت إشرافه وإشراف عدد من البنوك المركزية في عدد من الدول العربية والإسلامية نظراً للأهمية المتزايدة لصناعة الخدمة المالية الإسلامية في الكثير من الدول، ورغبة منه في التنسيق لأفضل الممارسات والإشراف على هذه الصناعة مع مجموعة من المسؤولين ورؤساء البنوك المركزية (القنطقجي، 2006م، ص3).

4.6 البنوك الإسلامية في فلسطين

وتعتبر البنوك الإسلامية هي مصنع المنتجات المالية الإسلامية، والشركات والمؤسسات الأخرى العاملة في هذا المجال تعتمد في تعاملاتها على تلك المنتجات، لذلك فإن هذه الدراسة تقوم بالبحث في واقع الصناعة المالية، ومدى نمو وتطور تلك الصناعة من خلال دراسة واقع البنوك الإسلامية كونها انعكاس للصناعة المالية الإسلامية.

وبلغت حصة البنوك الإسلامية من السوق المصرفي الفلسطيني في عام 2016م ما يقارب 12% مع العلم أن حصة الصناعة المصرفية الإسلامية عالمياً تجاوزت 25 % وهو ما يعني وجود فرصة كبيرة أمام الصناعة المالية الإسلامية في فلسطين لتعظيم حصتها السوقية، خاصة في ظل تسارع تطور البنوك الإسلامية في فلسطين، حيث نمت موجودات البنوك التجارية في فلسطين بنسبة 49% منذ 2012م إلى 2016م، بينما نمت الصيرفة الإسلامية بنسبة 94%، و50% في التمويل لدى البنوك التجارية مقارنة مع 133% للبنوك الإسلامية (البنك الإسلامي العربي، 2016م).

4.6.1 نشأة البنوك في فلسطين

مع قدوم القيادة الفلسطينية وتأسيس السلطة الوطنية الفلسطينية في منتصف عام 1994م، بدأت البنوك بممارسة نشاطها في الأراضي الفلسطينية من خلال إعادة افتتاح فروعها التي كانت قد أغلقت في عام 1967م، كما تم إنشاء وتأسيس بنوك فلسطينية جديدة معظمها بنوك تجارية وصل عددها الإجمالي حتى سبتمبر 2000م ثلاث وعشرون بنكاً تمارس أعمالها في مختلف مناطق السلطة الفلسطينية، من خلال شبكة فروع بلغت 115 فرعاً منها أربع بنوك إسلامية تعمل من خلال 12 فرعاً (مقداد وحلس، 2005م).

وتغير عدد المصارف العاملة في فلسطين ومسجلة لدى سلطة النقد الفلسطينية حتى نهاية 2016م بعد انسحاب البنك البريطاني HSBC من السوق المحلي ودخول بنك الصفا الذي يتبع لبنك القاهرة عمان خلال عام 2016م إلى 15 مصرفاً، هذا بالإضافة إلى البنوك الإسلامية غير المسجلة لدى سلطة النقد (بنك الإنتاج والبنك الوطني الإسلامي)، ليكون عدد البنوك الإسلامية خمسة بنوك منها بنكين غير مسجلين لدى سلطة النقد الفلسطينية (سلطة النقد الفلسطينية، 2016م).

جدول (4.1) نشأة البنوك الفلسطينية

الرقم	اسم البنك	عدد الفروع	سنة التأسيس	الجنسية
1	البنك الإسلامي العربي	12	1995م	فلسطيني
2	البنك الإسلامي الفلسطيني	19	1997م	عربي
3	البنك الوطني الإسلامي	4	2009م	فلسطيني
4	بنك الانتاج	1	2013م	فلسطيني
5	مصرف الصفا	1	2016م	فلسطيني

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك الإسلامية. (2016م).

1. البنك الإسلامي العربي

تأسس البنك الإسلامي العربي، كأول شركة مصرفية إسلامية تعمل في فلسطين، عام 1995 وهو شركة مساهمة عامة، وياشر البنك نشاطه المصرفي في مطلع عام 1996، ويقوم بممارسة الأعمال المصرفية والمالية والتجارية وأعمال الاستثمار وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية من خلال المركز الرئيسي بمدينة البيرة وفروعه المنتشرة في فلسطين، ويعمل البنك على ترسيخ مبدأ التعامل مع النظام المصرفي الإسلامي (البنك العربي، 2014م).

2. البنك الإسلامي الفلسطيني

تأسس كشركة مساهمة عامة محدودة عام 1995م، وياشر نشاطه المصرفي في مطلع عام 1997م، ويبلغ رأسماله المصرح به 100 مليون سهم بقيمة إسمية دولار أمريكي واحد للسهم، وتم خلال عام 2016م زيادة رأسماله المدفوع ليصبح 62.5 مليون دولار أمريكي، ويقوم البنك بممارسة الأعمال المصرفية والمالية والتجارية وأعمال الاستثمار وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية (البنك الإسلامي الفلسطيني، 2015م).

1. البنك الوطني الإسلامي

البنك الوطني الإسلامي هو شركة فلسطينية تأسست بموجب قانون الشركات الفلسطيني لسنة 1929 م وتعديلاته كشركة عامة محدودة الأسهم وسجلت تحت رقم (563201581)، ورخص لها بالعمل بموجب قرار مجلس الوزراء الفلسطيني الصادر في جلسته رقم 88 المنعقدة بتاريخ 25/ 11/ 2008م وقد بدأ البنك رحلته بفتح باب الاكتتاب في 15 مارس 2009م، ومن

ثم فتح أبوابه للجمهور في 21 إبريل 2009م، ومنذ ذلك الوقت فإن البنك في نمو متزايد ويحقق إنجازات عديدة، ويقوم البنك بممارسة أعماله المصرفية والمالية وتقديم خدماته وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية من خلال فروع البنك في القطاع (البنك الوطني الإسلامي، 2016م).

2. بنك الإنتاج

شركة مساهمة تأسست بموجب قانون الشركات لسنة 1929م وتعديلاته، تأسست كشركة مساهمة عامة (عامة محدودة الأسهم) وسجلت تحت رقم (563201599) في يوم العشرون من شهر ديسمبر 2012م ورخص للعمل بها بموجب قرار مجلس الوزراء الصادر في جلسته رقم(267) للعمل في المصارف والبنوك وفي عام 2013م تم افتتاح الفرع الرئيسي في قطاع غزة، ويقدم البنك الأعمال المصرفية والمالية والتجارية وأعمال الاستثمار وتنمية الأنشطة الإنتاجية والاقتصادية وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية (بنك الإنتاج، 2013م).

2.6.4 الإنجازات المالية للبنوك الإسلامية الفلسطينية

تعتبر الإنجازات المالية للبنوك الإسلامية في فلسطين مؤشراً مهماً يعكس مدي تطور ونمو الصناعة المالية الإسلامية حيث تبين الجداول الآتية التطور في حجم الموجودات وحجم الودائع والأرباح قبل الضريبة خلال السنوات (2013م، 2014م، 2015م، 2016م) كما يلي:

1. حجم الموجودات في البنوك الإسلامية

جدول (2،4) تطور حجم الموجودات للبنوك الإسلامية (مليون دولار)

السنة				البنك
2016م	2015م	2014م	2013م	
809.082	675.211	595.259	502,251	البنك الإسلامي الفلسطيني
791	651	562	470	البنك الإسلامي العربي
82.538	84.796	76	75,009	البنك الوطني الإسلامي
30.779	24.917	17.518	8.642	بنك الإنتاج

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير البنوك (2013م، 2014م، 2015م، 2016م).

من الجدول (4.2) يستنتج الباحث أن هناك زيادة وتطور في حجم الموجودات في البنوك الإسلامية، حيث زادت موجودات البنك الإسلامي الفلسطيني عام 2016م بنسبة 19.8% مقارنة مع عام 2015م، أما البنك الإسلامي العربي عام 2016م كانت الزيادة بنسبة 21.5% مقارنة مع عام 2015م، وزادت موجودات بنك الإنتاج بنسبة 23.5% مقارنة مع عام 2015م، حيث زادت موجودات المصارف الإسلامية بنسبة 194% مقارنة مع 2015م، ولكن يلاحظ أن البنك الوطني الإسلامي انخفضت موجوداته بنسبة طفيفة تقدر بنسبة 2% مقارنة مع عام 2015م، ونلاحظ أنه بشكل عام أن حجم الموجودات في البنوك الإسلامية في زيادة مستمرة وهو مؤشر مهم على زيادة الحصة السوقية للصناعة المالية الإسلامية في السوق المصرفي الفلسطيني.

2. حجم الودائع في البنوك الإسلامية الفلسطينية

جدول (4.3) حجم الودائع للبنوك الإسلامية (مليون دولار)

معدل نمو الودائع 2013م-2016م	السنة				البنك
	2016م	2015م	2014م	2013م	
55.01%	651.7	536.7	455.9	420.4	البنك الإسلامي الفلسطيني
67.74%	624	520	435	372	البنك الإسلامي العربي
13.06%	59.7	58.60	55.43	52.8	البنك الوطني الإسلامي
98.58%	7.75	6.61	6.73	3.90	بنك الإنتاج

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير البنوك الإسلامية السنوية في فلسطين. (2013م، 2014م، 2015م، 2016م).

بالاعتماد على الجدول (4.3) يستنتج الباحث أن هناك زيادة وتطور في حجم الودائع في البنوك الإسلامية، حيث زادت الودائع في البنك الإسلامي الفلسطيني عام 2016م بنسبة 21.4% مقارنة مع عام 2015م، أما البنك الإسلامي العربي عام 2016م كانت الزيادة في حجم الودائع بنسبة 20.5% مقارنة مع عام 2015م، وزادت ودايع بنك الإنتاج بنسبة 23.5% مقارنة مع عام 2015م، حيث احتل البنك الإسلامي الفلسطيني عام 2016م المرتبة السادسة في الحصة السوقية من حيث حجم الودائع على مستوى البنوك العاملة في فلسطين، واحتل بنك الإسلامي العربي المرتبة السابعة، ولكن يلاحظ أن البنك الوطني الإسلامي ازدادت حجم الودائع فيه بنسبة

طفيفة تقدر بنسبة 2% مقارنة مع عام 2015م ، ونلاحظ أنه بشكل عام أن حجم الودائع في البنوك الإسلامية في زيادة مستمرة، وهو مؤشر مهم على زيادة الحصة السوقية للصناعة المالية الإسلامية في السوق المصرفي الفلسطيني.

وحسب نتائج سلطة النقد الفلسطينية زادت الودائع في البنوك الإسلامية الفلسطينية بنسبة الودائع البنكية في المصارف ارتفعت بنسبة 174% وبلغت التسهيلات 132% خلال نفس الفترة للصناعة المالية الإسلامية، مع العلم أن تلك النتائج لم تتضمن بنك الإنتاج والبنك الإسلامي الوطني لأنهما غير مسجلين في سلطة النقد الفلسطينية (البنك العربي، 2016م).

3. حجم الأرباح في البنوك الإسلامية الفلسطينية

جدول (4.4): حجم الأرباح قبل الضريبة في البنوك الإسلامية (مليون دولار)

السنة				البنك
2016م	2015م	2014م	2013م	
76.16	46.12	9.42	8.96	البنك الإسلامي الفلسطيني
6.2	5.2	4.1	3.5	البنك الإسلامي العربي
2,23	1.78	1.23	2.78	البنك الإسلامي الوطني
0.97	0.63	0.575	0.068	بنك الإنتاج

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير البنوك الإسلامية السنوية في فلسطين. (2013م-2016م).

بالاستناد على الجدول (4.4) وجد الباحث أن هناك زيادة في معدلات النمو في حجم الأرباح قبل الضريبة لمختلف البنوك الإسلامية، حيث ارتفعت الأرباح قبل الضريبة للبنك الوطني الإسلامي عام 2016م ما نسبته 31% مقارنة مع 2015م، وزادت أرباح البنك الإسلامي العربي قبل الضريبة ما نسبته 19%، وزادت أرباح البنك الإسلامي الفلسطيني قبل الضريبة بنسبة 34%، وزادت الأرباح قبل الضريبة في بنك الإنتاج بنسبة 55.4%، وهذا يعد مؤشراً مهماً يؤكد أن مكانة البنوك الإسلامية في تطور وتحسن مستمر.

4.6.3 البنوك الإسلامية وتنمية الموارد البشرية

الموارد البشرية المؤهلة والمدرّبة هي العنصر الأكثر أهمية وفاعلية في نجاح البنوك الإسلامية في إنتاج وتطوير الصناعة المالية الإسلامية، وهذا يتطلب من البنوك مضاعفة الجهود في تدريب وتطوير الموارد البشرية وزيادة كفاءتها.

1. البنك الإسلامي الفلسطيني

بلغ عدد موظفي البنك الإسلامي الفلسطيني 568 موظفاً مع نهاية العام 2016م، وتحتل الإناث منهم نسبة الثلث ويهتم البنك بالكادر البشري ويعتبره رأس المال الأهم له، ويقوم بعمليات الاستقطاب والتعيين والتدريب والتأهيل والترقية والرعاية الصحية والرعاية الاجتماعية والتحفيز بغرض توفير الأجواء المناسبة ليطلق الموظفون طاقاتهم الإبداعية في خدمة أهداف البنك، ويحرص البنك على التطوير المستمر للموظفين وإكسابهم الخبرات اللازمة لتطوير العمل المصرفي من أجل تقديم خدمة مصرفية راقية تواكب التطورات التكنولوجية وتلائم احتياجات الجمهور.

جدول(4.5): التدريب والتطوير في البنك الإسلامي الفلسطيني

عدد الدورات	نوع التدريب
109	الدورات المحلية والخارجية
62	خريج من برنامج 3 Leaders
109	برنامج تدريب داخلي

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على تقرير البنك الإسلامي الفلسطيني. (2016م). رام الله.

2. البنك الإسلامي العربي

لقد بلغ عدد موظفي البنك الإسلامي العربي 411 موظفاً في نهاية العام 2016م، أي بزيادة مقدارها 76 موظفاً في عام 2015م، وتقوم دائرة التدريب بالمساهمة في بناء الكادر البشري للبنك، من خلال دورها في تدريب وتطوير أداء الموظفين باعتبار رأس المال البشري الرافعة الأساسية لأداء البنك وقدرته على تحقيق أهدافه الاستراتيجية، حيث يتم إعداد خطة تدريب سنوية تعتمد من الإدارة العليا في البنك، وتهدف إلى مساندة تحقيق أهداف البنك وخطته الاستراتيجية، بحيث تراعي تلبية الاحتياجات التدريبية للموظفين إضافة إلى تطوير وتحسين مهاراتهم وخبراتهم، وتقديم أفضل الفرص التدريبية التي تساهم في رفع الكفاءة المصرفية للموظفين (البنك الإسلامي العربي، 2016م).

جدول (6.4): التدريب والتطوير في البنك الإسلامي العربي

مكان التدريب	عدد الدورات	عدد الساعات التدريبية	عدد الموظفين المتدربين
الدورات المحلية والخارجية	85	1876	430
ورش العمل الداخلية	14	86	300
ورش العمل الخارجية	9	39	65

المصدر: البنك الإسلامي العربي. (2016م). التقرير سنوي. رام الله، ص24.

6. البنك الوطني الإسلامي

قام البنك الوطني الإسلامي بالعديد من الدورات التي تزيد من كفاءة العاملين وتطوير قدراتهم في الابتكار والتجديد، وترتقي بمهاراتهم الإدارية والفنية والجدول الآتي يبين أنشطة البنك الوطني الإسلامي في التدريب للقوى البشرية.

جدول (6.5): التدريب والتطوير في البنك الوطني الإسلامي

مكان الدورة	عدد الدورات	عدد الموظفين المتدربين
الدورات المحلية والخارجية	7	123
ورش العمل الداخلية	5	6

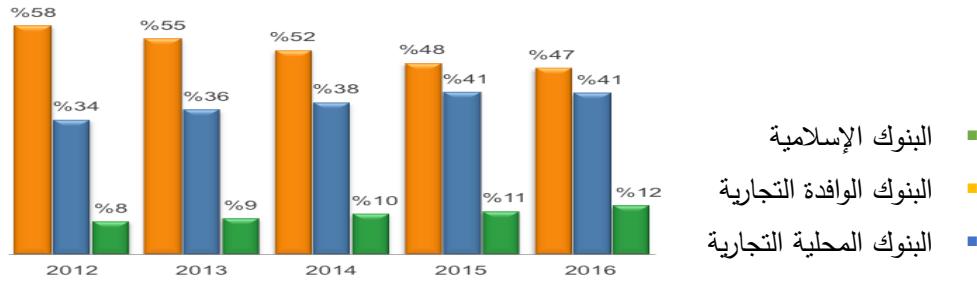
المصدر: البنك الوطني الإسلامي. (2016م). التقرير المالي والإداري. غزة، ص7.

4.6.4 الحصة السوقية للبنوك الإسلامية:

تقاس الحصة السوقية للبنك بنسبة حجم الودائع لديه إلى إجمالي حجم الودائع في الجهاز المصرفي خلال فترة زمنية معينة، أو حجم التمويل الممنوح منه إلى إجمالي حجم التمويل الممنوح من قبل الجهاز المصرفي في نفس الفترة الزمنية، أو حجم الموجودات لديه إلى إجمالي الموجودات في القطاع المصرفي، وتعتمد الحصة السوقية للبنك على عدة معايير منها عمر البنك، عدد فروعه، حجم رأس ماله، والاستراتيجية المتبعة فيه (العجلوني، 2008م، ص361).

أشار سامي الصعيدي مدير عام البنك العربي الإسلامي إلى أن الودائع البنكية في المصارف ارتفعت بنسبة 174% وبلغت التسهيلات 132% خلال نفس الفترة، وقد انعكس ذلك على الحصة السوقية للبنوك الإسلامية، حيث استحوذت البنوك الإسلامية على حصة إضافية

بلغت 4% من الحصة السوقية بالإضافة الى 8% في العام 2012م، وبذلك فإن الحصة السوقية من موجودات القطاع المصرفي بلغت 12% بنهاية العام 2016م (البنك العربي، 2016م).



الشكل (6.1): الحصة السوقية من مجموع الموجودات في القطاع المصرفي

المصدر: جمعية البنوك في فلسطين. (2016م). دراسات مصرفية. رام الله، ص22.

ونظراً لعدم تضمن الحصة السوقية للبنك الإنتاج والبنك الوطني قام الباحث بإضافة موجودات بنك الإنتاج والبنك الوطني إلى إجمالي موجودات القطاع المصرفي ولاحظ الباحث أن النسبة زادت إلى 13% وهذا يعني أن الحصة السوقية لكلا البنكين لا تتعدى 1%.

وأوضح محمد غانم "مدير دائرة التمويل والاستثمار في البنك الوطني الإسلامي" (مقابلة شخصية، 10 يونيو 2017م) أن أهم أسباب انخفاض الحصة السوقية في البنك الوطني الإسلامي يرجع إلى عدم منح سلطة النقد الفلسطينية الترخيص للبنك، وبالتالي عدم قدرة البنك على الانتشار في كافة محافظات السلطة الفلسطينية واقتصار فروعها في قطاع غزة، إضافة إلى عزوف الكثير من العملاء عن التعامل معه.

وذكر عماد البطة "رئيس قسم العلاقات العامة في بنك الإنتاج" (مقابلة شخصية، 8 يونيو 2017م) أن أسباب انخفاض الحصة السوقية لبنك الإنتاج ترجع إلى انخفاض رأس مال بنك الإنتاج، بالإضافة إلى اقتصار فروع البنك على فرع واحد في غزة الذي انعكس على حجم الودائع وحجم موجودات بنك الإنتاج.

ويرى الباحث أنه رغم التطور والنمو في حجم الودائع وحجم الموجودات إلا أن الحصة السوقية للصناعة المالية دون المستوى المطلوب للوصول إلى "الحصة المنطقية" خاصة أن طبيعة المجتمع الفلسطيني متدين بطبعة، مما يعني أن المصارف الإسلامية لم تأخذ فرصتها كاملة بعد.

الخلاصة:

تناول هذا الفصل مفهوم الصناعة المالية الإسلامية وأبرز الفروقات بينها وبين الصناعة المالية التقليدية، وتطرق إلى خصائصها ومناهج تطويرها والتحديات التي تواجهها، ثم تحدث عن البنوك الإسلامية ودورها في تنمية وتطوير منتجات الصناعة المالية الإسلامية، ثم تم التطرق إلى البنوك الإسلامية في فلسطين نشأتها والإنجازات المالية فيها ودورها في تنمية وتطوير القوى البشرية والحصة السوقية لتلك البنوك في سوق المصرفي الفلسطيني.

وخلص الباحث إلى أن الصناعة المالية في فلسطين في تطور ونمو مستمر وأن البنوك الإسلامية حققت إنجازات مالية جيدة في حجم الودائع والموجودات والأرباح ولكن لم تصل هذه الإنجازات إلى المستوى المأمول خاصة في ظل وجود بيئة خصبة تستطيع خلالها البنوك الإسلامية أن تعزز القدرة التنافسية وتزيد الحصة السوقية لها في السوق المصرفي الفلسطيني.

ويرى الباحث ضرورة أن تنتهج المؤسسات المالية الإسلامية نهجاً واضح الرؤية والمعالم في سبيل تطوير الصناعة المالية الإسلامية وتطويرها بمنتجات وخدمات تراعي المقاصد الشرعية في الأموال والكفاءة الاقتصادية، مسترشدة ومستفيدة من الإرث العريق من المعاملات التي أوردها الفقهاء في أمهات كتب الفقه.

الفصل الخامس

منهجية الدراسة

الفصل الخامس

منهجية الدراسة

5.1 منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم خلال الدراسة وصف وتقييم واقع رأس المال الفكري، ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية -دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة، وتمت المقارنة والتفسير والتقييم أملاً في التوصل إلى تعميمات ذات معنى يزيد بها رصيد المعرفة عن الموضوع، واستخدم التحليل القياسي عبر نموذج الانحدار البسيط للتأكيد على النتائج التي تم التوصل إليها.

وقد استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات:

1. **المصادر الثانوية:** حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث في مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.
2. **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث، التي صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على إداري البنوك الإسلامية في قطاع غزة وحصر وتجميع المعلومات الميدانية اللازمة لموضوع البحث، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS (Statistical Package for Social Science) واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

5.2 مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة العاملين في المستويات الإدارية (مدير، نائب مدير، رئيس قسم) في البنوك الإسلامية في قطاع غزة بغزة والبالغ عددهم 84، حيث تم توزيع 65 استبانة وتم الحصول على 57 استبانة بنسبة استرداد 87.70%، وبعد تفحص الاستبانات لم يستبعد الباحث أي منها نظراً لتحقيق الشروط المطلوبة للإجابة.

5.2.1 خصائص وسمات عينة الدراسة

1. توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يبين جدول رقم (5.1) أن ما نسبته 64.9% من عينة الدراسة ذكور، وأن 35.1% من عينة الدراسة إناث، وهذا يؤكد أن نسبة الذكور العاملين أعلى من الإناث، ورغم أن نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة متدنية مقارنة مع الذكور في الاقتصاد الفلسطيني، حيث تصل نسبة مشاركة الإناث 19.3% في قطاع غزة لعام 2016م، وبلغت نسبة الذكور 71.6% في قطاع غزة لنفس الفترة، إلا أننا نلاحظ أن نسبة المشاركة للإناث في البنوك الإسلامية أعلى من النسبة العامة وهذا يتفق من السياسة المعلنة من قبل البنوك بضرورة زيادة نسبة مشاركة الإناث في القوى العاملة (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، 2017م).

جدول (5.1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

العمر	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	37	64.9
أنثى	20	35.1
المجموع	57	100.0

2. توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

يتضح من جدول (5.2) أن ما نسبته 1.8% من عينة الدراسة مؤهلهم العلمي دبلوم، و64.9% من عينة الدراسة بكالوريوس، و29.8% دراسات عليا وما نسبته 3.5% قيم مفقودة، وهذا يبين أن جميع أفراد عينة الدراسة تقريباً من حملة الشهادة الجامعية بكالوريوس فأكثر، وهذا مؤشر هام على توفر عنصر المعرفة لدى العاملين في المستويات الإدارية وحرص البنوك الإسلامية على استقطاب الموارد البشرية التي تضمن لها التفوق التنافسي والريادة ويسهم بشكل فاعل في إنجاز مهامهم بكفاءة.

جدول (5.2): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	العدد	المؤهل العلمي
1.8	1	دبلوم
64.9	37	بكالوريوس
29.8	17	دراسات عليا
3.5	2	قيم مفقودة
100.0	57	المجموع

3. توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

يتضح من جدول (5.3) أن ما نسبته 10.5% من عينة الدراسة مدير فرع، وما نسبته 15.8% من عينة الدراسة مراقب، وما نسبته 68.4% رئيس قسم وما نسبته 5.3% قيم مفقودة، وتتسجم هذه النسب مع الهيكل التنظيمي للبنوك الإسلامية، حيث يتضح أن أكثر من نصف أفراد العينة المسمى الوظيفي لهم رئيس قسم، وهذا ينسجم مع تعدد الوظائف الإدارية والمهام التي يتابع تنفيذها رؤساء الأقسام.

جدول (5.3): توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

النسبة المئوية %	العدد	المسمى الوظيفي
10.5	6	مدير فرع
15.8	9	مراقب
68.4	39	رئيس قسم
5.3	3	قيم مفقودة
100.0	57	المجموع

4. توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

يتضح من جدول (5.4) أن ما نسبته 12.3% من عينة الدراسة أقل من 5 سنوات، وما نسبته 36.8% من (5-10) سنة، وما نسبته 47.4% أكثر من 10 سنوات، وما نسبته 3.5% قيم مفقودة، ونلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة لمن لديهم خبرة 5 سنوات فأكثر، وهو مؤشر على تراكم الخبرة لدى الأفراد العاملين في المجال الإداري والإلمام بالمعارف والمهارات اللازمة لأداء الأعمال بطريقة صحيحة.

جدول (5.4): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	7	12.3
(5-10) سنة	21	36.8
أكثر من 10 سنوات	27	47.4
قيم مفقودة	2	3.5
المجموع	57	100.0

5.3 أداة الدراسة:

1. إعداد استبانة من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.
2. عرض الاستبانة على المشرف ومناقشة مدى مناسبتها لجمع البيانات.
3. عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الذين قاموا بالتعديل والإضافة أو الحذف وتقديم النصح والارشاد.
4. إجراء دراسة اختبارية ميدانية أولية للاستبانة وتعديلها حسب ما يلزم.
5. توزيع الاستبانة على أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة خلال الفترة من 2017/6/8م إلى 2017/6/21م.

تتكون استبانة الدراسة من قسمين رئيسيين هي:

- **القسم الأول:** وهو عبارة عن البيانات الشخصية عن المستجيب (الجنس، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي وسنوات الخبرة)
- **القسم الثاني:** وهو عبارة عن مجالات الدراسة وتتكون الاستبانة من 72 فقرة موزعة على 4 مجالات رئيسية هي:

المجال الأول: أسئلة تتعلق برأس المال البشري، ويتكون من 20 فقرة.

المجال الثاني: أسئلة تتعلق برأس مال العلاقات، ويتكون من 12 فقرة.

المجال الثالث: أسئلة تتعلق برأس المال الهيكلي، ويتكون من 20 فقرة.

المجال الرابع: أسئلة تتعلق بالميزة التنافسية، ويتكون من 20 فقرة.

وتم استخدام مقياس ليكرت لقياس استجابات المبحوثين ل فقرات الاستبيان حسب جدول (5.5):

جدول (5.5): درجات المقياس النسبي

الدرجة	0.0 % ← 100.0 %
--------	-----------------

كلما زادت درجة الاستجابة عن الدرجة المتوسطة 0.505 فإنها تؤول إلى درجة كبيرة، أما إذا نقصت عن 0.505 فإنها تؤول إلى درجة قليلة.

5.4 صدق وثبات الاستبيان:

تم تقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي:

5.4.1 صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة بطريقتين:

5.4.1.1 صدق المحكمين:

عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين تتألف من 9 أعضاء هيئة تدريسية متخصصين في الاقتصاد الإسلامي وإدارة الأعمال والإحصاء في الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر، وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

5.4.1.2 صدق المقياس:

1. صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة Internal Validity

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وقد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه.

أولاً: صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال البشري.

يوضح جدول (5.6) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الأول مجال رأس المال البشري والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (5.6): الصدق الداخلي لفقرات مجال رأس المال البشري

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	يستقطب البنك موظفين وباحثين متميزين من أجل الحفاظ على سمعته المميزة.	0.560	*0.000
2	يمتلك موظفو البنك المعرفة المحدثة عن منتجات الصناعة المالية الإسلامية.	0.689	*0.000
3	يحرص البنك على تطوير وتدريب وتأهيل الموظفين لزيادة معارفهم وتنفيذ العمل بجودة عالية.	0.776	*0.000
4	يقدم البنك حوافز مغرية لجذب موظفين أصحاب معرفة تامة بكافة الانظمة والقوانين ومنتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.	0.780	*0.000
5	يمتلك موظفو البنك القدرة على إنتاج أدوات مالية إسلامية مبتكرة وحل المشاكل بشكل متميز وفعال.	0.714	*0.000
6	يحفز البنك الموظفين على الإبداع والتطوير بشكل مستمر .	0.770	*0.000
7	ينجز الموظفون في البنك أعمالهم بشكل متجدد وفق أساليب حديثة ومبتكرة.	0.849	*0.000
8	يكافئ البنك المبدعين في العمل وفق آلية وبرنامج محدد وواضح.	0.765	*0.000
9	يمتلك الموظفون في البنك خبرة طويلة في مجال التمويل الإسلامي.	0.808	*0.000

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
10	يركز البنك على الاستفادة من ذوي الخبرات العلمية والفنية وتوليهم مكانة خاصة.	0.816	*0.000
11	تساعد الخبرة التي يمتلكها موظفو البنك على حل مشاكل العمل واتخاذ القرار .	0.741	*0.000
12	البنك لديه عدد كافٍ من الموظفين أصحاب الخبرة العلمية والعملية لأداء الأعمال الخاصة بالصناعة المالية الإسلامية.	0.793	*0.000
13	تتطلب الوظيفة امتلاك مهارات علمية وعملية لإنجاز العمل بشكل متميز .	0.603	*0.000
14	ينوفر لدى موظفي البنك القدرة على تحمل ضغط العمل في كافة الظروف.	0.748	*0.000
15	تهتم إدارة البنك بإجراء دورات وورش داخلية خارجية كأساس لاكتساب المهارات العملية المتنوعة.	0.708	*0.000
16	يحرص الموظفون على أداء الأعمال الخاصة بهم بكفاءة وفاعلية.	0.801	*0.000
17	يدفع البنك باتجاه أساليب العمل الجماعي والعمل بروح الفريق بين موظفيه.	0.731	*0.000
18	يحصل البنك على أفضل النتائج من جراء عمل أفراده كفريق واحد.	0.647	*0.000
19	يوجد تعاون بين الموظفين في حل المشكلات وقضايا العمل.	0.582	*0.000
20	التعاون والعمل برح الفريق يحسن أداء الموظفين ودرجة الانسجام في العمل.	0.460	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال العلاقات

يوضح جدول (5.7) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثاني رأس المال العلاقات والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط دالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (5.7): صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال العلاقات

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية.
21	يهتم البنك بتحقيق رضا وولاء الزبائن والحفاظ على علاقات طيبة معهم.	0.717	*0.000
22	يهتم البنك بمعرفة آراء واقتراحات زبائنهم، والإصغاء لهم وحل مشاكلهم.	0.812	*0.000
23	يقوم البنك بشكل مستمر بقياس رضا العملاء عن منتجات التمويل الإسلامي المقدمة	0.779	*0.000
24	يوفر لبنك مراكز تقديم خدمات منتشرة في جميع محافظات غزة.	0.590	*0.000
25	يمتلك البنك سياسة واضحة لتطوير علاقته مع المؤسسات الحكومية ومنظمات القطاع الخاص الذين يتعاملون معه.	0.768	*0.000
26	يرتبط البنك بعلاقات علمية وبحثية واسعة مع مراكز البحوث والاستشارات بشكل يعزز قدرته على الابتكار.	0.740	*0.000
27	يعتبر البنك أن العلاقات التي يمتلكها من أهم دعائم المنافسة والتفوق على منافسيها.	0.817	*0.000
28	يولي البنك أهمية كبيرة اتجاه المسؤولية الاجتماعية.	0.785	*0.000
29	يعمل البنك على خلق قيمة مضافة له من خلال التحالفات مع البنوك الأخرى.	0.770	*0.000
30	يهتم البنك بدراسة تغيرات البيئة التنافسية ليوكب تطوراتها المستمرة على مستوى منتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.	0.777	*0.000
31	يفاضل البنك بين التحالفات الاستراتيجية بشكل يحقق أفضل إنجاز لأعماله.	0.855	*0.000
32	يقوم البنك بإجراء مسح مستمر لمنتجات وخدمات المنافسين.	0.806	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

ثالثاً: صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال الهيكلية

يوضح جدول (5.8) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الثالث مجال رأس المال الهيكلية والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (5.8): صدق الاتساق الداخلي لفقرات مجال رأس المال الهيكلي

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
33	يحرص البنك على تزويد الموظفين بكافة التجهيزات الخاصة بأنظمة المعلومات اللازمة لإنجاز العمل.	0.700	*0.000
34	يهتم البنك بأنظمة المعلومات التي تسهل عملية رسم السياسات واتخاذ القرار.	0.772	*0.000
35	يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات تتضمن معلومات عن كل أنشطتها والبرامج.	0.772	*0.000
36	تمتاز نظم المعلومات وقواعد البيانات في البنك بتطورها ومواكبتها لكل جديد	0.831	*0.000
37	نظم وإجراءات البنك في مجال أنظمة المعلومات تدعم الأفكار الجديدة والمبتكرة.	0.844	*0.000
38	يسعى البنك إلى تبني كل السياسات والإجراءات والطرق والأساليب الكفيلة بتسهيل العمليات الإدارية وتنفيذها بكفاءة وفاعلية.	0.703	*0.000
39	تشرح إدارة البنك السياسات والإجراءات المتبعة لجميع العاملين بوضوح.	0.876	*0.000
40	يوثق البنك السياسات والإجراءات الخاصة به في كتيبات خاصة يسهل الرجوع إليها من قبل الموظفين.	0.795	*0.000
41	يقوم البنك بمراجعة وتقييم العمليات الإدارية بشكل مستمر وتصحيح الانحرافات.	0.811	*0.000
42	يمتلك البنك عمليان إدارية مرنة متطورة تساعد على انجاز الأعمال بدقة وسهولة.	0.772	*0.000
43	يفارن البنك أداء العمليات الإدارية مع البنوك أخرى للاستفادة من تجارب الآخرين	0.768	*0.000
44	يحرص البنك على تحقيق الترابط والتداخل والتكامل بين عناصر العمليات الإدارية	0.862	*0.000
45	يهتم البنك في وضع برامج تُعنى بالحفاظ وتطوير جميع المكونات المادية والبشرية	0.820	*0.000
46	يخصص البنك موازنة كافية لبرامج تطوير وتدريب العاملين.	0.859	*0.000
47	يصمم البنك خطط سنوية للبرامج التطويرية للمنتجات والخدمات المبتكرة.	0.842	*0.000
48	يقوم البنك بتخصيص أنشطة من أجل توضيح برامج وخطط العمل باستمرار.	0.847	*0.000
49	يعتمد البنك على هيكل تنظيمي واضح ومرن يحسن من الأداء الموظفين والعمليات الإدارية.	0.796	*0.000

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
50	يمتلك الموظفون في البنك حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات.	0.618	*0.000
51	يحدد الهيكل التنظيمي للبنك بدقة طبيعة العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.	0.765	*0.000
52	يغير البنك هيكله التنظيمي بشكل مستمر وفق ما تقتضيه البيئة الخارجية والداخلية.	0.808	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

رابعاً: صدق الاتساق الداخلي ل فقرات مجال الميزة التنافسية

يوضح جدول (5.9) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال الرابع مجال الميزة التنافسية والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية 0.05 $\alpha=$ ، وبذلك يعتبر المجال صادق لما وضع لقياسه.

جدول (5.9): صدق الاتساق الداخلي ل فقرات مجال الميزة التنافسية

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
53	يقدم البنك منتجات وخدمات مالية إسلامية عالية الجودة تلبى حاجات ورغبات الزبائن.	0.726	*0.000
54	يسعى البنك بشكل جاد تطبيق أنظمة الاعتماد والجودة المحلية والعالمية.	0.782	*0.000
55	يمتلك موظفو البنك المعرفة الكاملة للإجابة عن أسئلة الزبائن واستفساراتهم.	0.705	*0.000
56	يقيم البنك جودة الخدمات والمنتجات الصناعة المالية الإسلامية من أجل تحسينها باستمرار.	0.628	*0.000
57	يراعي البنك تقديم منتجات وخدمات تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصدقية الشرعية.	0.570	*0.000
58	يهتم البنك بأفكار الموظفين الإبداعية والأخذ بآرائهم ومقترحاتهم.	0.768	*0.000

رقم الفقرة	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
59	تنتهج البنك سياسة التجديد والإبداع في منتجات وأساليب العمل كجزء أساس من ثقافته التنظيمية.	0.775	*0.000
60	يطور البنك من منتجاته اعتماداً على دراسات السوق الجديدة لتتكيف معها.	0.830	*0.000
61	الموظفون في البنك لهم القدرة على خلق أفكار إبداعية تعزز مكانتها في السوق.	0.803	*0.000
62	تساعد التكنولوجيا المستخدمة على سرعة تطوير وتنويع منتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.	0.683	*0.000
63	يتميز البنك بقدرته العالية على الاستجابة لحاجات كافة المتعاملين معه كما ونوعاً وفي الوقت والمكان المناسبين.	0.669	*0.000
64	يهتم البنك ببحوث التسويق بغية التعرف على احتياجات الزبائن وسرعة إنجازها	0.683	*0.000
65	تتصف الخطط والسياسات المتبعة في البنك بالمرونة لتحقيق أهدافه ومواجهة التغيرات التي تحد من استدامة الميزة التنافسية له.	0.878	*0.000
66	يسعى البنك إلى جعل منتجاته وخدماته ذات مرونة عالية تزيد من قدرته على المحافظة على استدامة الميزة التنافسية.	0.828	*0.000
67	يعمل البنك على فتح المجال أمام الزبائن لتقديم اقتراحاتهم وتجسيدها بخدمات متطورة تحاكي تطلعاتهم.	0.657	*0.000
68	يسعى البنك إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستخدام الأمثل لموارده.	0.758	*0.000
69	يعتمد البنك على نظم معلومات إدارية تزيد من التكامل والتنسيق بين الإدارات في تنفيذ العمليات.	0.818	*0.000
70	يتبنى البنك استخدام الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة المنتجات والمقدمة.	0.884	*0.000
71	يستخدم البنك التقنيات الحديثة في إنجاز العمليات التشغيلية والإدارية.	0.853	*0.000
72	يمتلك البنك نظام رقابة يتضمن فحص وتقييم كفاءة وفاعلية العمليات الإدارية.	0.818	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

2. الصدق البنائي Structure Validity

الصدق البنائي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ومدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، ويبين جدول (5.10) أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (5.10): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة.

رقم المجال	محتوى المجال	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1.	رأس المال البشري	0.952	*0.000
2.	رأس المال الهيكلي	0.932	*0.000
3.	رأس مال العلاقات	0.955	*0.000
4.	مستوى الميزة التنافسية	0.942	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوي دلالة $\alpha = 0.05$.

5.5 ثبات الاستبانة Reliability:

ثبات الاستبانة هو أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة، وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ كما يلي:

معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient :

استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (5.11).

جدول (5.11): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

رقم المجال	محتوى المجال	معامل ألفا كرونباخ
1	رأس المال البشري	0.945
2	رأس المال الهيكلي	0.929
3	رأس مال العلاقات	0.969
4	مستوى الميزة التنافسية	0.959
	جميع الفقرات	0.985

واضح من النتائج الموضحة في جدول (5.11) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت عالية لكل مجال وتتراوح بين (0.929، 0.969) لكل مجال من مجالات الاستبانة، كذلك كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة كانت (0.985) وهذا يعنى أن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية كما هي في الملحق (3) قابلة للتوزيع، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيها للتحليل.

5.6 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وتم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

1. المتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.
2. معامل ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
3. معامل الارتباط لقياس درجة الارتباط لدراسة العلاقة بين المتغيرات في البيانات المعلمية.
4. اختبار T لعينة واحدة بهدف معرفة ما إذا كانت متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى الدرجة المتوسطة وهي 50.5 % أم لا.
5. استخدام اختبار T لعينتين مستقلتين.
6. استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي للفروق بين ثلاث عينات مستقلة فأكثر.
7. استخدام تحليل الانحدار البسيط.

الفصل السادس

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة

الفصل السادس

تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة

6.1 تحليل الإحصائي لعبارات مجالات الاستبيان

لاختبار الفرضيات باستخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الإجابة يساوي قيمة معينة يتم اختبار الفرضية الإحصائية التالية:

H₀: متوسط درجة الإجابة يساوي 50.5% وهي الدرجة المتوسطة.

H₁: متوسط درجة الإجابة لا يساوي 50.5%.

تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها ويتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية عندما تكون قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولية والتي تساوي 1.672 أو (مستوى الدلالة أقل من 0.05 والوزن النسبي أكبر من 50%) .

6.1.1 تحليل فقرات المجال الأول: رأس المال البشري

1. محور المعرفة

جدول (6.1): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال وقيمة T المجال الأول (محور المعرفة)

رقم الفقرة	المعرفة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
1.	يستقطب البنك موظفين وباحثين متميزين من أجل الحفاظ على سمعته المميزة.	0.09776	0.8851	29.353	*0.000
2.	يمتلك موظفو البنك المعرفة المحدثة عن منتجات الصناعة المالية الإسلامية.	0.08026	0.8979	36.958	*0.000
3.	يحرص البنك على مشاركة أفرادها في دورات تدريبية لزيادة معارفهم وتنفيذ العمل بجودة عالية.	0.08618	0.9033	34.898	*0.000
4.	يقدم البنك حوافز مغرية لجذب موظفين أصحاب معرفة تامة بكافة الأنظمة والقوانين ومنتجات الصناعة المالية الإسلامية.	0.13004	0.8247	18.563	*0.000
	جميع فقرات المعرفة	0.08316	0.8778	33.844	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.1) تبين آراء عينة الدراسة في المعرفة من المجال الأول من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات المعرفة تساوي 33.844 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 87.7% وهو أكبر من 50.5% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية وهذا يؤكد وجود عنصر المعرفة في البنوك الإسلامية.

2. محور الابتكار

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.2) تبين آراء عينة الدراسة في محور الابتكار من المجال الأول من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.2): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور الابتكار)

رقم الفقرة	الابتكار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
5.	يمتلك موظفو البنك القدرة على إنتاج أدوات مالية إسلامية مبتكرة وحل المشاكل بشكل متميز وفعال.	0.11556	0.8242	20.855	*0.000
6.	يحفز البنك الموظفين على الإبداع والتطوير بشكل مستمر.	0.12202	0.853	21.531	*0.000
7.	ينجز الموظفون في البنك أعمالهم بشكل متجدد وفق أساليب حديثة ومبتكرة	0.09909	0.8675	27.623	*0.000
8.	يكافئ البنك المبدعين في العمل وفق آلية وبرنامج محدد وواضح.	0.15727	0.8030	14.181	*0.000
	جميع فقرات الابتكار	0.11128	0.8376	22.566	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات تساوي 22.566 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 83.76% وهو أكبر من 50.5% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن

ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر الابتكار في البنوك الإسلامية محل لدراسة وهذا يعطي الصناعة المالية الإسلامية ميزة تنافسية.

3. محور الخبرة العملية

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.3) تبين آراء عينة الدراسة في محور الخبرة العملية من المجال الأول من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.3): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور الخبرة العملية)

رقم الفقرة	الخبرة العملية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
9.	يمتلك الموظفون في البنك خبرة طويلة في مجال التمويل الإسلامي.	0.09651	0.8570	27.538	*0.000
10.	يركز البنك على الاستفادة من ذوي الخبرات العلمية والفنية وتوليهم مكانة خاصة.	0.09526	0.8523	27.523	*0.000
11.	تساعد الخبرة التي يمتلكها موظفين البنك على حل مشاكل العمل واتخاذ القرار.	0.08432	0.8789	33.483	*0.000
12.	البنك لديه عدد كافٍ من الموظفين أصحاب الخبرة العلمية والعملية لأداء الأعمال الخاصة بالصناعة المالية الإسلامية.	0.08428	0.8758	33.215	*0.000
	جميع فقرات الخبرة العملية	0.07760	0.8660	35.121	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الخبرة العملية كانت قيمة T المحسوبة تساوي 35.121 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 86.60% وهو أكبر من 505% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، وهذا يدعم توفر الخبرة العملية في البنوك الإسلامية الذي يعطي البنوك القدرة على التجديد والابتكار وتطوير خدمات جديدة.

4. محور المهارات والقدرات

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.4) تبين آراء عينة الدراسة في المهارات والقدرات من المجال الأول من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.4): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الأول (المهارات والقدرات)

رقم الفقرة	المهارات والقدرات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
13.	تتطلب الوظيفة امتلاك مهارات علمية وعملية لإنجاز العمل بشكل متميز.	0.07764	0.8963	38.054	*0.000
14.	يتوفر لدى موظفي البنك القدرة على تحمل ضغط العمل في كافة الظروف.	0.06882	0.8977	43.085	*0.000
15.	تهتم إدارة البنك بإجراء دورات وورش داخلية خارجية كأساس لاكتساب المهارات العملية المتنوعة.	0.10116	0.8795	27.948	*0.000
16.	يحرص الموظفون على أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.	0.08799	0.8821	32.358	*0.000
	جميع فقرات المهارات والقدرات	0.06785	0.8889	42.716	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672.

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات المهارات والقدرات تساوي 42.716 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 88.89% وهو أكبر من 50.5% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، وهو مؤشر يؤكد توفر المهارات والخبرات في البنوك الإسلامية محل الدراسة وبالتالي فإن العاملين لديهم القدرة على أداءهم بكفاءة وفاعلية والعمل تحت ضغط العمل.

5. محور فرق العمل

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.5) تبين آراء عينة الدراسة في فرق العمل من المجال الأول من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.5): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الأول (محور فرق العمل)

رقم الفقرة	فرق العمل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
17.	يدفع البنك باتجاه أساليب العمل الجماعي وروح الفريق بين موظفيه.	0.07723	0.8918	37.807	*0.000
18.	يحصل البنك على أفضل النتائج من جراء عمل أفراده كفريق واحد.	0.07292	0.8989	40.79	*0.000
19.	يوجد تعاون بين الموظفين في حل المشاكل وقضايا العمل.	0.09847	0.8739	28.282	*0.000
20.	التعاون والعمل بروح الفريق يحسن أداء الموظفين ودرجة الانسجام في العمل.	0.09778	0.8956	30.161	*0.000
	جميع فقرات فرق العمل	0.07325	0.8900	39.665	*0.000
	جميع فقرات المجال	0.06955	0.8721	39.845	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات فرق العمل تساوي 39.845 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 87.21% وهو أكبر من 50.5% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال احصائياً، وهذا يؤكد على أن العاملين يعملون بروح الفريق وبنسجام وتعاون في البنوك الإسلامية وهذا يدعم قدرتهم على تعزيز الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية.

من جداول السابقة المتعلقة برأس المال البشري يمكن استخلاص ما يلي:

كانت قيمة T المحسوبة تساوي 39.845 مجال رأس المال البشري وهي أكبر من قيمة T الجدولية كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من 0.05 والوزن النسبي لها يساوي 0.8721 وهو أكبر من 50.5% مما يعني أن عبارات المجال إيجابية، أي أفراد العينة يوافقون على محتوى فقرات مجال رأس المال البشري وهذا يعني قبول الفرضية البديلة التي تؤكد على توفر متطلبات رأس المال البشري في البنوك الإسلامية محل الدراسة، حيث احتل محور فرق

العمل على أعلى وزن نسبي 0.8900 مما يؤكد أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال البشري، يليه في الترتيب محور المهارات ثم محور الخبرات العملية، وجاء محور الابتكار في الترتيب الأخير من حيث الوزن النسبي حيث احتل الابتكار وزناً نسبياً 0.8376، وهذا يعني ضرورة مضاعفة البنوك جهودها في تعزيز الابتكار لما له من أثر كبير في تعزيز الميزة التنافسية.

6.1.2 تحليل فقرات المجال الثاني: رأس مال العلاقات

1. محور العلاقة مع الزبائن

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.6) تبين آراء عينة الدراسة في محور العلاقة مع الزبائن من المجال الثاني وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.6): الانحراف المعياري المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثاني (العلاقة مع الزبائن)

رقم الفقرة	محور العلاقة مع الزبائن	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
21.	يهتم البنك بتحقيق رضا وولاء الزبائن والحفاظ على علاقات طيبة معهم.	0.09585	0.8925	30.52	*0.000
22.	يهتم البنك بمعرفة آراء واقتراحات زبائنه، والإصغاء لهم وحل مشاكلهم.	0.11906	0.867	22.957	*0.000
23.	يقوم البنك بشكل مستمر بقياس مدى رضا العملاء عن منتجات التمويل الإسلامي المقدمة.	0.16308	0.816	14.396	*0.000
24.	يوفر البنك مراكز تقديم خدمات منتشرة في جميع محافظات قطاع غزة.	0.17087	0.843	14.934	*0.000
	جميع فقرات العلاقة مع الزبائن	0.11449	0.8546	23.053	*0.000

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات العلاقة مع الزبائن تساوي 23.053 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67، كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 85.46% وهو أكبر من 50.5%، بذلك تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر العلاقة جيدة مع الزبائن وأن البنوك الإسلامية تحرص على تحقيق رضا الزبائن ومعرفة احتياجاتهم.

2. محور العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.7) تبين آراء عينة الدراسة في محور العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي من المجال الثاني من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.7): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال (محور العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي)

رقم الفقرة	محور العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
25.	يمتلك البنك سياسة واضحة لتطوير علاقته مع المؤسسات الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص الذين يتعاملون معه.	0.10921	0.8574	24.360	*0.000
26.	يرتبط البنك بعلاقات علمية وبحثية واسعة مع مراكز البحوث والاستشارات بشكل يعزز قدرته على الابتكار.	0.16066	0.8047	14.086	*0.000
27.	يعتبر البنك أن العلاقات التي يمتلكها من أهم دعائم المنافسة والتفوق على منافسيها.	0.0939	0.8661	29.037	*0.000
28.	يولي البنك أهمية كبيرة اتجاه المسؤولية الاجتماعية.	0.11652	0.8661	23.399	*0.000
	جميع فقرات العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي	0.10286	0.8486	25.219	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الحكومة والمجتمع المحلي تساوي 25.219 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 84.86% وهو أكبر من 50% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية محل الدراسة وهذا يعني وجود علاقة تربط البنوك الإسلامية بالحكومة والمجتمع المحلي وتحرص هذه البنوك على تنميتها وتذليل المعوقات التي تعترضها.

3. محور التحالفات الاستراتيجية

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.8) تبين آراء عينة الدراسة في محور التحالفات الاستراتيجية من المجال الثاني وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.8): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثاني (محور التحالفات الاستراتيجية)

رقم الفقرة	محور التحالفات الاستراتيجية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
29.	يعمل البنك على خلق قيمة مضافة له من خلال التحالفات مع البنوك الأخرى.	0.16998	0.8125	13.538	*0.000
30.	يهتم البنك بدراسة تغيرات البيئة التنافسية ليوكب تطوراتها المستمرة على مستوى منتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.	0.14441	0.8295	16.963	*0.000
31.	يفاضل البنك بين التحالفات الاستراتيجية بشكل يحقق أفضل إنجاز لأعماله.	0.18317	0.7859	11.476	*0.000
32.	يقوم البنك بإجراء مسح مستمر لمنتجات وخدمات المنافسين.	0.13996	0.8177	16.869	*0.000
	جميع فقرات التحالفات الاستراتيجية	0.13736	0.8118	16.865	*0.000
	جميع فقرات المجال	0.10623	0.8385	23.699	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات التحالفات الاستراتيجية تساوي 16.865 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 81.18% وهو أكبر من 50% تكون العبارة إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

يمكن استخلاص ما يلي:

كانت قيمة T المحسوبة في مجال رأس المال العلاقات تساوي 23.699 وهي أكبر من قيمة T الجدولية كما أن مستوى المعنوية 000.0 وهي أقل من 0.05 والوزن النسبي لها يساوي 0.8385 وهو أكبر من 50.5% مما يعني أن العبارات المجال إيجابية، حيث احتل محور العلاقة مع الزبائن على أعلى وزن نسبي 0.8546 مما يؤكد أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال العلاقات، وجاء محور التحالفات الاستراتيجية في الترتيب الأخير من حيث الوزن النسبي حيث احتل وزناً نسبياً 0.8118، ويرى الباحث أن السبب الرئيسي في ذلك يرجع إلى طبيعة العلاقة بين البنوك الإسلامية (بنك الإنتاج والبنك الوطني الإسلامي) وسلطة النقد والذي يعيق بناء علاقة مع البنوك الإسلامية الأخرى، كما يعيق علاقة تلك البنوك مع العالم الخارجي.

6.1.3 تحليل فقرات المجال الثالث: رأس المال الهيكلي

1. محور أنظمة المعلومات وقواعد البيانات

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج الجدول (6.9) تبين آراء عينة الدراسة في محور أنظمة المعلومات وقواعد البيانات من المجال الثالث وهي:

جدول (6.9): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (أنظمة المعلومات وقواعد البيانات)

رقم الفقرة	محور أنظمة المعلومات وقواعد البيانات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
33.	يحرص البنك على تزويد الموظفين بكافة التجهيزات الخاصة بأنظمة المعلومات اللازمة لإنجاز العمل.	0.10932	0.8698	25.194	*0.000
34.	يهتم البنك بأنظمة المعلومات التي تسهل عملية رسم السياسات واتخاذ القرار.	0.10765	0.8698	25.587	*0.000
35.	يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات تتضمن معلومات عن الأنشطة والبرامج المختلفة.	0.09461	0.8702	29.140	*0.000
36.	تمتاز نظم المعلومات وقواعد البيانات في البنك بتطورها ومواكبتها لكل جديد.	0.09548	0.8721	29.027	*0.000
	جميع فقرات أنظمة المعلومات وقواعد البيانات	0.08911	0.8705	30.967	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات أنظمة المعلومات وقواعد البيانات تساوي 30.967 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 87.05% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية محل الدراسة.

2. محور السياسات والاجراءات

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.10) تبين آراء عينة الدراسة في السياسات والاجراءات من المجال الثالث وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.10): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور السياسات والاجراءات)

رقم الفقرة	محور السياسات والاجراءات	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
37.	نظم وإجراءات البنك في مجال أنظمة المعلومات تدعم الأفكار الجديدة والمبتكرة.	0.10136	0.8563	25.931	*0.000
38.	يسعى البنك إلى تبني كل السياسات والإجراءات والطرق والأساليب الكفيلة بتسهيل العمليات الإدارية وتنفيذها بكفاءة وفاعلية.	0.10918	0.8645	24.857	*0.000
39.	تشرح إدارة البنك السياسات والإجراءات المتبعة لجميع العاملين بوضوح.	0.13154	0.8354	18.965	*0.000
40.	يوثق البنك السياسات والإجراءات الخاصة به في كتيبات خاصة يسهل الرجوع إليها من قبل الموظفين.	0.11827	0.8567	22.450	*0.000
	جميع فقرات السياسات والاجراءات	0.10017	0.8524	26.181	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات السياسات والاجراءات تساوي 26.181 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 85.24% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي

فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية محل الدراسة.

3. محور العمليات الادارية

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.11) تبين آراء عينة الدراسة في العمليات الادارية من المجال الثالث من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.11): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور العمليات الادارية)

رقم الفقرة	محور العمليات الادارية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
41.	يقوم البنك بمراجعة وتقييم العمليات الإدارية بشكل مستمر وتصحيح الانحرافات فيها.	0.091	0.8679	30.107	*0.000
42.	يمتلك البنك عمليات إدارية مرنة ومتطورة تساعد على انجاز الأعمال بدقة وسهولة.	0.08899	0.8709	31.041	*0.000
43.	يقارن البنك أداء العمليات الإدارية مع البنوك أخرى للاستفادة من تجارب الآخرين.	0.13663	0.8398	18.339	*0.000
44.	يحرص البنك على تحقيق الترابط والتداخل والتكامل بين عناصر العمليات الإدارية.	0.12643	0.8452	20.134	*0.000
	جميع فقرات العمليات الادارية	0.10176	0.8551	25.977	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات العمليات الادارية تساوي 25.977 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 85.51% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

4. محور البرامج

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.12) تبين آراء عينة الدراسة في محور البرامج من المجال الثالث من الاستبيان وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.12): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور البرامج)

رقم الفقرة	محور البرامج	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
45.	يهتم البنك في وضع برامج تُعنى بالحفاظ وتطوير جميع المكونات المادية والبشرية فيه.	0.11092	0.8582	24.043	*0.000
46.	يخصص البنك موازنة كافية لبرامج تطوير وتدريب العاملين فيه.	0.12671	0.8411	20.023	*0.000
47.	يصمم البنك خطط سنوية للبرامج التطويرية لمنتجات مالية إسلامية المبتكرة.	0.1215	0.8461	21.197	*0.000
48.	يقوم البنك بتخصيص أنشطة من أجل توضيح برامج وخطط العمل باستمرار.	0.10874	0.8453	23.624	*0.000
	جميع فقرات البرامج	0.10724	0.8477	24.125	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات محور البرامج تساوي 24.125، وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 84.77% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

5. محور الهيكل التنظيمي

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.13) تبين آراء عينة الدراسة في محور الهيكل التنظيمي من المجال الثالث وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.13): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الثالث (محور الهيكل التنظيمي)

رقم الفقرة	محور الهيكل التنظيمي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
49.	يعتمد البنك على هيكل تنظيمي واضح ومرن يحسن من أداء الموظفين والعمليات الإدارية.	0.09912	0.8621	27.201	*0.000
50.	يمتلك الموظفون في البنك حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات.	0.10479	0.8395	24.099	*0.000
51.	يحدد الهيكل التنظيمي للبنك بدقة طبيعة العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.	0.09911	0.8653	27.445	*0.000
52.	يغير البنك هيكله التنظيمي بشكل مستمر وفق ما تقتضيه البيئة الخارجية والداخلية.	0.10003	0.8535	26.305	*0.000
	جميع فقرات الهيكل التنظيمي	0.08649	0.8551	30.560	*0.000
	جميع فقرات المجال	0.08685	0.8561	30.520	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الهيكل التنظيمي تساوي 30.520 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 85.61% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة، ومن ثم توفر هذا المحور.

لقد كانت قيمة T المحسوبة تساوي 30.520 في مجال رأس المال الهيكلي وهي أكبر من قيمة T الجدولية كما أن مستوى المعنوية 0.000 وهي أقل من 0.05 والوزن النسبي لها يساوي 85.61% وهو أكبر من 50.5% مما يعني أن عبارات المجال إيجابية، وهذا يؤكد توفر متطلبات رأس المال الهيكلي في البنوك الإسلامية محل الدراسة، حيث احتل محور أنظمة المعلومات وقواعد البيانات على أعلى وزن نسبي 0.8705 مما يؤكد ادراك إدارة البنوك الإسلامية عظم أهمية أنظمة المعلومات وقواعد البيانات في تكوين رأس المال الهيكلي، ومن ثم تعزيز الميزة التنافسية لتلك البنوك، وجهد الإدارة في تطوير وتحديث قواعد بيانات البنوك الإسلامية محل الدراسة، وجاء محور البرامج في الترتيب الأخير من حيث الوزن النسبي حيث احتل وزناً نسبياً

0.8477 رغم أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال الهيكلي، ومن ثم تعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية محل الدراسة.

6.1.4 تحليل فقرات المجال الرابع: الميزة التنافسية

1. محور الجودة المتفوقة

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.14) تبين آراء عينة الدراسة في محور الجودة المتفوقة من المجال الرابع وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.14): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الجودة المتفوقة)

رقم الفقرة	محور الجودة المتفوقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
53.	يقدم البنك منتجات وخدمات مالية إسلامية عالية الجودة تلبي حاجات ورغبات الزبائن.	0.09924	0.8774	28.329	*0.000
54.	يسعى البنك بشك جاد لتطبيق أنظمة الاعتماد والجودة المحلية والعالمية.	0.11765	0.8642	23.050	*0.000
55.	يمتلك موظفو البنك المعرفة الكاملة للإجابة عن أسئلة الزبائن واستفساراتهم.	0.08234	0.8795	34.335	*0.000
56.	يقيم البنك جودة خدمات ومنتجات الصناعة المالية الإسلامية من أجل تحسينها باستمرار.	0.08585	0.8748	32.235	*0.000
57.	تراعي البنك تقديم منتجات وخدمات تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصادقية الشرعية	0.09045	0.8865	31.845	*0.000
	جميع فقرات الجودة المتفوق	0.08331	0.8768	33.695	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الجودة المتفوقة تساوي 33.695 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 87.68% وهو أكبر من 505%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة

يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، أي أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

2. محور الإبداع المتفوق

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.15) تبين آراء عينة الدراسة في محور الإبداع المتفوق من المجال الرابع وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.15): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الإبداع المتفوق)

رقم الفقرة	محور الإبداع المتفوق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
.58	يهتم البنك بأفكار الموظفين الإبداعية والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم.	0.11327	0.8532	23.207	*0.000
.59	ينتهج البنك سياسة التجديد والإبداع في منتجات وأساليب العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية.	0.10436	0.8591	25.62	*0.000
.60	يطور البنك من منتجاته اعتماداً على دراسات السوق الجديدة لتتكيف معها.	0.12481	0.8465	20.658	*0.000
.61	الموظفون في البنك لهم القدرة على خلق أفكار إبداعية تعزز مكانته في السوق.	0.09966	0.8461	25.845	*0.000
.62	تساعد التكنولوجيا المستخدمة على سرعة التطوير وتنويع منتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية في البنك.	0.11403	0.8611	23.574	*0.000
	جميع فقرات الإبداع المتفوق	0.09488	0.8532	27.707	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الإبداع المتفوق تساوي 27.707 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 85.32% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة

يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

3. محور الاستجابة المتفوقة

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.16) تبين آراء عينة الدراسة في محور الاستجابة المتفوقة من المجال الرابع وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.16): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الاستجابة المتفوقة)

رقم الفقرة	محور الاستجابة المتفوقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
63.	يتميز البنك بقدرته العالية على الاستجابة لحاجات كافة المتعاملين معه كماً ونوعاً وفي الوقت والمكان المناسبين.	0.10377	0.8407	24.425	*0.000
64.	يهتم البنك ببحوث التسويق بغية التعرف على احتياجات الزبائن وسرعة إنجازها.	0.12043	0.8209	19.802	*0.000
65.	تتصف الخطط والسياسات المتبعة في البنك بالمرونة لتحقيق أهدافه ومواجهة التغيرات التي تحد من استدامة الميزة التنافسية له.	0.10675	0.8472	24.201	*0.000
66.	يسعى البنك إلى جعل منتجاتها ذات مرونة عالية تزيد من قدراته على المحافظة على استدامة الميزة التنافسية.	0.10248	0.8616	26.269	*0.000
67.	يعمل البنك على فتح المجال أمام الزبائن لتقديم اقتراحاتهم وتجسيدها بخدمات متطورة.	0.17056	0.8098	13.493	*0.000
	جميع فقرات الاستجابة المتفوقة	0.09997	0.8360	24.999	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الاستجابة المتفوقة تساوي 24.999 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.67 كما أن مستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 83.60% وهو أكبر من 50.5%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد

العينة يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

4. محور الكفاءة المتفوقة

تم استخدام اختبار T لعينة واحدة (One Sample T Test) والنتائج في جدول (6.17) تبين آراء عينة الدراسة في محور الكفاءة المتفوقة من المجال الرابع وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (6.17): المتوسط الحسابي وقيمة T وقيمة الاحتمال المجال الرابع (محور الكفاءة المتفوقة)

رقم الفقرة	محور الكفاءة المتفوقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
.68	يسعى البنك إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستغلال الأمثل لموارده.	0.10075	0.8651	26.984	*0.000
.69	يعتمد البنك على نظم معلومات إدارية تزيد من التكامل والتنسيق بين الإدارات في تنفيذ العمليات.	0.09884	0.8575	26.93	*0.000
.70	يتبنى البنك استخدام الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة المنتجات المقدمة.	0.10659	0.8465	24.187	*0.000
.71	يستخدم البنك التقنيات الحديثة في انجاز العمليات التشغيلية والإدارية.	0.10341	0.863	26.137	*0.000
.72	يمتلك البنك نظام رقابة يتضمن فحص وتقييم كفاءة وفاعلية العمليات الإدارية.	0.12713	0.8581	20.968	*0.000
	جميع فقرات الكفاءة المتفوقة	0.09859	0.8580	27.035	*0.000
	جميع فقرات المجال	0.08329	0.856	31.819	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

كانت قيمة T المحسوبة لجميع فقرات الكفاءة المتفوقة تساوي 31.819 وهي أكبر من قيمة T الجدولية 1.672 ومستوى المعنوية 0.00 وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 والوزن النسبي يساوي 856% وهو أكبر من 505%، وبذلك تكون الفقرات إيجابية أي أفراد العينة

يوافقون على محتواها، ومن ثم يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية العدمية، وبالتالي فإن هذا المحور دال إحصائياً، ومن ثم أفراد العينة يؤكدون توفر هذا المحور في البنوك الإسلامية.

يمكن استخلاص ما يلي

كانت قيمة T المحسوبة في مجال الميزة التنافسية تساوي 30.520 وهي أكبر من قيمة T الجدولية كما أن مستوى المعنوية 000.0 وهي أقل من 0.05 والوزن النسبي لها يساوي 0.8561 وهو أكبر من 50.5% مما يعني أن العبارات المجال إيجابية، مما يؤكد توفر متطلبات تحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية محل الدراسة، حيث احتل الجودة المتفوقة الترتيب الأول حصل على أعلى وزن نسبي هو 0.8768 مما يؤكد ادراك البنوك الإسلامية محل الدراسة أهمية جودة المنتجات والخدمات المقدمة في تحقيق الميزة التنافسية، وكان الترتيب الأخير من حيث الوزن النسبي لمحور الاستجابة المتفوقة 0.8360 وهذا يتطلب من البنوك الإسلامية زيادة الاهتمام بهذا المحور كونه متطلباً مهماً لتحقيق الميزة التنافسية.

جدول (6.18): المتوسط الحسابي وقيمة الاحتمال لكل مجال من المجالات الأربعة

رقم المجال	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية
المجال الأول	0.06955	0.8721	39.845	*0.000
المجال الثاني	0.10623	0.8385	23.699	*0.000
المجال الثالث	0.08685	0.8561	30.520	*0.000
المجال الرابع	0.08329	0.856	31.819	*0.000
جميع مجالات الاستبانة	0.08365	0.8575	32.427	*0.000

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 56 ومستوى دلالة 0.05 = 1.672

من جدول (6.18) يمكن استخلاص ما يلي:

- أن متوسط درجة الاستجابة لجميع المجالات بلغت (0.8575).
- حصل المجال الأول على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (0.8721).
- حصل المجال الثاني على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (0.8385).

وكانت قيمة T المحسوبة لجميع المجالات تساوي 32.427 وهي أكبر من قيمة T الجدولية كما أن مستوى المعنوية 000.0 وهي أقل من 0.05 والوزن النسبي لها يساوي 0.8575 وهو أكبر من 50.5 % مما يعني أن جميع المجالات إيجابية.

6.2 اختبار الفرضيات

6.2.1 اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

H1: يوجد دور معنوي لرأس المال الفكري بأبعاده المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة عند مستوى الدلالة 5%.
تم استخدام نتائج تحليل تباين الانحدار (Analysis of variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية والجدول (6.19) يبين ذلك

جدول (6.19): تحليل التباين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
*0.000	231.452	0.314	1	0.314	الانحدار
		0.001	55	0.075	الاطء
			56	0.388	المجموع

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

من جدول (6.19) يتبين صلاحية ومناسبة النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى حيث أن قيمة F المحسوبة 231.452 وهي أكبر من قيمة F الجدولية 4.00 قيمة احتمالية أقل من 0.05

جدول (6.20): معامل الارتباط والتحديد

القيمة	المعايير
0.899	معامل الارتباط - R
0.808	معامل التحديد - R-square

جدول (6.20) يوضح معامل الارتباط ومعامل التحديد بين المتغيرين حيث أن معامل الارتباط يساوي 0.899 مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغير المستقل حيث أنه كلما زاد المتغير المستقل كلما زاد المتغير التابع، ومعامل التحديد يساوي 0.808 مما يدل على أن ما نسبته 80.8 % من التغير في المتغير التابع ناتج عن تأثير المتغير المستقل وباقي النسبة ترجع إلى عوامل أخرى، ويؤكد وجود العلاقة الطردية بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية الإشارة الموجبة لمعامل رأس المال الفكري كما هو مبين في الجدول (6.21)

جدول (6.21): المعاملات

المتغير	المعامل	قيمة T المحسوبة	القيمة الاحتمالية (Sig.)
المقدار الثابت	0.086	1.699	0.095
رأس المال الفكري	0.900	15.214	*0.000

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

قيمة T الجدولية عند درجات حرية 55 ومستوى دلالة 0.05 = 1.6730

جدول (6.21) يوضح معامل انحدار المتغير المستقل رأس المال الفكري تأثير واضح في معادلة الانحدار حيث بلغت قيمة معامل الانحدار 0.849، وهذا يؤكد الدور المهم لرأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية محل الدراسة، ويدعم ذلك قيمة اختبار T المحسوبة 15.214 أكبر من قيمة T الجدولية 1.673 وقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05.

ويتضح من الجداول السابقة وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين المتغير المستقل رأس المال الفكري والمتغير التابع الميزة التنافسية، وبذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص بوجود دور معنوي لرأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامي عند مستوى دلالة 5%.

وعلاوة على ذلك معادلة خط الانحدار البسيط تكتب كالتالي:

المتغير المستقل (X): البيانات المتعلقة برأس المال الفكري.

المتغير التابع (Y): البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

$$\hat{Y} = 0.086 + 0.900 X$$

6.2.2 نتائج الفرضية الفرعية الأولى

H11: يوجد دور معنوي لرأس المال البشري في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.

تم استخدام نتائج تحليل تباين الانحدار (Analysis of variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية والجدول (6.22) يبين ذلك.

جدول (6.22): تحليل التباين

القيمة الاحتمالية	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
*0.000	222.120	0.311	1	0.311	الانحدار
		0.001	55	0.077	الأخطاء
			56	0.388	المجموع

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

من جدول (6.22) يتبين صلاحية ومناسبة النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الأولى حيث أنه قيمة اختبار F المحسوبة 222.120 وهي أكبر من قيمة F الجدولية 4.00 وكذلك بقيمة احتمالية أقل من 0.05.

جدول (6.23): معامل الارتباط والتحديد

القيمة	المعايير
0.895	معامل الارتباط - R
0.802	معامل التحديد - R-square

جدول (6.23) يوضح معامل الارتباط ومعامل التحديد بين المتغير المستقل رأس المال البشري والمتغير التابع الميزة التنافسية، حيث أن معامل الارتباط يساوي 0.895 مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغير المستقل رأس المال البشري والمتغير التابع الميزة التنافسية، حيث أنه كلما زاد تواجد رأس المال البشري في البنوك الإسلامية كلما زادت الميزة التنافسية ومعامل

التحديد يساوي 0.802 مما يدل على أن ما نسبته 80.2 % من التغير في الميزة التنافسية ناتج عن تأثير التغير في رأس المال البشري وما نسبته 19.8 % ترجع إلى عوامل أخرى.

جدول (6.24): المعاملات

القيمة الاحتمالية	قيمة T المحسوبة	المعامل	المتغير
0.215	-1.254	- 0.079	المقدار الثابت
*0.000	14.904	1.072	رأس المال البشري

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (6.24) يشير ارتفاع معامل انحدار المتغير المستقل رأس المال البشري إلى تأثير واضح في معادلة الانحدار حيث بلغت قيمة معامل الانحدار 1.072، وهذا يؤكد الدور المهم لرأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية محل الدراسة، ويدعم ذلك قيمة اختبار T المحسوبة 14.904 أكبر من قيمة T الجدولية والقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05.

ويتضح من الجداول السابقة وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين بعد رأس المال البشري والمتغير التابع الميزة التنافسية، وبذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص بوجود دور معنوي لرأس المال البشري في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.

وعلاوة على ذلك معادلة خط الانحدار البسيط تكتب كالتالي:

المتغير المستقل (X): البيانات المتعلقة برأس المال البشري.

المتغير التابع (Y): البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

$$\hat{Y} = -0.079 + 1.072 X$$

6.2.3 اختبار الفرضية الفرعية الثانية

H12: يوجد دور معنوي لرأس مال العلاقات في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.

تم استخدام نتائج تحليل تباين الانحدار (Analysis of variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية والجدول (6.25) يبين ذلك.

جدول (6.25): تحليل التباين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
*0.000	99.658	0.250	1	0.250	الانحدار
		0.003	55	0.138	الخطأ
			56	0.388	المجموع

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (6.24) يتبين صلاحية ومناسبة النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، حيث أنه قيمة اختبار F المحسوبة 99.658 وهي أكبر من قيمة F الجدولية 4.00 وكذلك بقيمة احتمالية أقل من 0.05.

جدول (6.26): معامل الارتباط والتحديد

القيمة	المعايير
0.803	معامل الارتباط - R
0.644	معامل التحديد - R-square

جدول (6.26) يوضح معامل الارتباط ومعامل التحديد بين المتغير المستقل رأس مال العلاقات والمتغير التابع الميزة التنافسية، حيث أن معامل الارتباط يساوي 0.803 مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغير المستقل حيث أنه كلما زاد المتغير المستقل كلما زاد المتغير التابع، ومعامل التحديد يساوي 0.644 مما يدل على أن ما نسبته 64.4 % من التغير في المتغير التابع ناتج عن تأثير المتغير المستقل وباقي النسبة ترجع إلى عوامل أخرى.

جدول (6.27): المعاملات

القيمة الاحتمالية	قيمة T المحسوبة	المعامل	المتغير
*0.000	6.163	0.328	المقدار الثابت
*0.000	9.983	0.629	رأس مال العلاقات

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (6.27) يوضح معامل انحدار المتغير المستقل رأس المال العلاقات تأثير واضح في معادلة الانحدار حيث بلغت قيمة معامل الانحدار 0.629، وهذا يؤكد الدور المهم لرأس مال العلاقات في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية محل الدراسة، ويدعم ذلك قيمة اختبار T المحسوبة 9.983 أكبر من قيمة T الجدولية 1.673 وقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05.

ويتضح من الجداول السابقة وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين بعد رأس المال البشري والمتغير التابع الميزة التنافسية، وبذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص بوجود دور معنوي لرأس المال العلاقات في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية عند مستوى دلالة 5%.

وعلاوة على ذلك معادلة خط الانحدار البسيط تكتب كالتالي:

المتغير المستقل (X): رأس مال العلاقات.

المتغير التابع (Y): البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

$$\hat{Y} = 0.328 + 0.629 X$$

6.2.4 نتائج الفرضية الفرعية الثالثة H13:

يوجد دور معنوي لرأس المال الهيكلي في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامي عند مستوى دلالة 5%.

جدول (6.28): معامل الارتباط والتحديد

القيمة	المعايير
0.885	معامل الارتباط - R
0.783	معامل التحديد - R-square

جدول (6.28) يوضح معامل الارتباط ومعامل التحديد بين المتغيرين حيث أن معامل الارتباط يساوي 0.885 مما يدل على وجود علاقة طردية بين المتغير المستقل رأس المال الهيكلي والمتغير التابع الميزة التنافسية، حيث أنه كلما زاد المتغير المستقل كلما زاد المتغير التابع ومعامل التحديد يساوي 0.783 مما يدل على أن ما نسبته 78.3 % من التغير في المتغير التابع ناتج عن تأثير المتغير المستقل وباقي النسبة ترجع إلى عوامل أخرى.

جدول (6.29): تحليل التباين

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
*0.000	198.982	0.304	1	0.304	الانحدار
		0.002	55	0.084	الخطأ
			56	0.388	المجموع

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (6.29) يتبين صلاحية ومناسبة النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، قيمة اختبار F المحسوبة 198.982 وهي أكبر من قيمة F الجدولية وكذلك بقيمة احتمالية أقل من 0.05.

جدول (6.30): المعاملات

القيمة الاحتمالية (Sig.)	قيمة T المحسوبة	المعامل	المتغير
*0.015	2.498	0.129	المقدار الثابت
* 0.000	14.106	0.849	رأس المال الهيكلي

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

جدول (6.30) يوضح معامل انحدار المتغير المستقل رأس المال الهيكلي تأثير واضح في معادلة الانحدار حيث بلغت قيمة معامل الانحدار 0.849، وهذا يؤكد الدور المهم لرأس المال الهيكلي في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية محل الدراسة، ويدعم ذلك قيمة اختبار T المحسوبة 14.106 أكبر من قيمة T الجدولية 1.673 وقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية 0.05.

ويتضح من الجداول السابقة وجود علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 بين بعد رأس المال الهيكلي والمتغير التابع الميزة التنافسية، وبذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص بوجود دور معنوي لرأس المال الهيكلي في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامي عند مستوى دلالة 5%.

وعلاوة على ذلك معادلة خط الانحدار البسيط تكتب كالتالي:

المتغير المستقل (X): رأس المال الهيكلي.

المتغير التابع (Y): البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

$$\hat{Y} = 0.129 + 0.849 X$$

ويلاحظ الباحث أن رأس المال البشري يأخذ الترتيب الأول من حيث التأثير على الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة يليها رأس المال الهيكلي ثم رأس مال العلاقات ويرجع ضعف تأثير رأس المال العلاقات بسبب طبيعة العلاقة بين البنوك الإسلامية وأيضا بسبب طبيعة العلاقة بين البنوك الإسلامية وسلطة النقد خاصة بنك الإنتاج والبنك الوطني الإسلامي الذي ينعكس بدوره على علاقة البنوك مع الزبائن.

6.2.5 الفرضية الرئيسة الثانية H1:

هناك فروق بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي (العمر، الجنس، الخبرة، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي) عند مستوى دلالة 5%.

1. التحقق من الفرضية الفرعية الأولى

H11: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي للجنس.

جدول (6.31): نتائج اختبار T بالنسبة لمتغير الجنس

المجال	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة t المحسوبة	القيمة الاحتمالية
رأس المال البشري	ذكر	0.8751	0.0672	55	0.440	0.662
	أنثي	0.8665	0.0753			
رأس مال العلاقات	ذكر	0.8377	0.1145	55	-0.067	0.947
	أنثي	0.8398	0.0917			
رأس المال الهيكلي	ذكر	0.8658	0.0887	55	1.151	0.255
	أنثي	0.8381	0.0825			
الميزة التنافسية	ذكر	0.8641	0.0839	55	0.993	0.325
	أنثي	0.8411	0.0822			
جميع المجالات	ذكر	0.8607	0.0838	55	0.627	0.533
	أنثي	0.8464	0.0787			

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

من خلال النتائج الموضحة في جدول (6.31) فقد تبين أن قيمة T لكل مجال على حدا وجميع المجالات معاً أقل من القيمة الجدولية وعند مستوى دلالة أقل من 0.05، حيث أن قيمة T المحسوبة لجميع المجالات معاً 0.627 وهي أقل من قيمة T الجدولية 1.673 والقيمة الاحتمالية 0.533 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، لذلك نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية التي تنص على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي للجنس عند مستوى دلالة 0.05، وهذا يتفق مع دراسة (لويزة، 2016م) ودراسة (شعبان، 2011م) وتتفق أيضاً مع دراسة (قشقش، 2014).

2. التحقق من الفرضية الفرعية الثانية

H12: هناك فروق بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي المؤهل العلمي عند مستوى دلالة 5%.

جدول (6.32): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي

القيمة الاحتمالية	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.917	0.087	0.000	2	0.001	بين المجموعات	رأس المال البشري
		0.005	52	0.263	داخل المجموعات	
			54	0.264	المجموع	
0.493	0.718	0.008	2	0.017	بين المجموعات	رأس مال العلاقات
		0.012	52	0.614	داخل المجموعات	
			54	0.631	المجموع	
0.758	0.279	0.002	2	0.004	بين المجموعات	رأس المال الهيكلي
		0.008	52	0.417	داخل المجموعات	
			54	0.422	المجموع	
0.678	0.392	0.003	2	0.006	بين المجموعات	الميزة التنافسية
		0.007	52	0.382	داخل المجموعات	
			54	0.388	المجموع	
0.674	0.398	0.003	2	0.006	بين المجموعات	جميع مجالات الاستبانة
		0.007	52	0.367	داخل المجموعات	
			54	0.372	المجموع	

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

من خلال النتائج الموضحة في جدول (6.32) فقد تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي للمؤهل العلمي عند مستوى دلالة 0.05 لكل مجال من المجالات

وجميع المجالات معاً لأن قيمة F المحسوبة 0.398 وهي أقل من قيمة F الجدولية وكذلك القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05، لذلك نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (بريش، 2013م) وتتوافق أيضاً مع دراسة (الخصري، 2015م) ودراسة (قشقش، 2014م) ولكنها تختلف مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (شعبان، 2011م).

3. التحقق من الفرضية الفرعية الثالثة

H13: هناك فروق بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي المسمى الوظيفي عند مستوى دلالة 5%.

جدول (6.33): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير المسمى الوظيفي

القيمة الاحتمالية	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
0.297	1.242	0.006	2	0.011	بين المجموعات	رأس المال البشري
		0.005	51	0.231	داخل المجموعات	
			53	0.242	المجموع	
0.808	0.214	0.003	2	0.005	بين المجموعات	رأس مال العلاقات
		0.012	51	0.617	داخل المجموعات	
			53	0.622	المجموع	
0.440	0.834	0.006	2	0.012	بين المجموعات	رأس المال الهيكلي
		0.007	51	0.367	داخل المجموعات	
			53	0.379	المجموع	
0.209	1.615	0.011	2	0.021	بين المجموعات	الميزة التنافسية
		0.007	51	0.333	داخل المجموعات	
			53	0.354	المجموع	
0.426	0.868	0.006	2	0.011	بين المجموعات	

القيمة الاحتمالية	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجال
		0.007	51	0.337	داخل المجموعات	جميع مجالات الاستبانة
			53	0.348	المجموع	

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05.

من خلال النتائج الموضحة في جدول (6.33) فقد تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي للمسمى الوظيفي عند مستوى دلالة 0.05 لكل مجال من المجالات وجميع المجالات معاً لأن قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية وكذلك القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05 وهذا يعني قبول الفرضية الصفرية، وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة (بريش، 2013م)، وتتوافق أيضاً مع دراسة (لويزة، 2016م)، ولكنها تختلف مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة ودراسة (شعبان، 2014م).

4. التحقق من الفرضية الفرعية الرابعة

H14: هناك فروق بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي لسنوات الخبرة عند مستوى دلالة 5%.

من خلال النتائج الموضحة في جدول (6.34) تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى استجابة المبحوثين حول دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية تعزي للسنوات الخبرة عند مستوى دلالة 0.05 لكل مجال من المجالات وجميع المجالات معاً لأن قيمة F المحسوبة أقل من قيمة F الجدولية وكذلك القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05 ما عدا مجال الميزة التنافسية.

جدول (6.34): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
رأس المال البشري	بين المجموعات	0.025	2	0.012	2.766	0.072
	داخل المجموعات	0.233	52	0.004		
	المجموع	0.258	54			
رأس مال العلاقات	بين المجموعات	0.012	2	0.006	0.514	0.601
	داخل المجموعات	0.585	52	0.011		
	المجموع	0.597	54			
رأس المال الهيكلي	بين المجموعات	0.033	2	0.017	2.404	0.1
	داخل المجموعات	0.360	52	0.007		
	المجموع	0.393	54			
الميزة التنافسية	بين المجموعات	0.058	2	0.029	4.778	*0.012
	داخل المجموعات	0.315	52	0.006		
	المجموع	0.373	54			
جميع مجالات الاستبانة	بين المجموعات	0.028	2	0.014	2.202	0.121
	داخل المجموعات	0.325	52	0.006		
	المجموع	0.353	54			
المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	القيمة الاحتمالية
رأس المال البشري	بين المجموعات	0.025	2	0.012	2.766	0.072
	داخل المجموعات	0.233	52	0.004		
	المجموع	0.258	54			
رأس مال العلاقات	بين المجموعات	0.012	2	0.006	0.514	0.601
	داخل المجموعات	0.585	52	0.011		
	المجموع	0.597	54			
رأس المال الهيكلي	بين المجموعات	0.033	2	0.017	2.404	0.1
	داخل المجموعات	0.360	52	0.007		
	المجموع	0.393	54			
الميزة التنافسية	بين المجموعات	0.058	2	0.029	4.778	*0.012
	داخل المجموعات	0.315	52	0.006		
	المجموع	0.373	54			
جميع مجالات الاستبانة	بين المجموعات	0.028	2	0.014	2.202	0.121
	داخل المجموعات	0.325	52	0.006		
	المجموع	0.353	54			

ولإيجاد الفروقات المعنوية بين الفئات لمتغير سنوات الخبرة في مجال الميزة التنافسية تم استخدام طريقة LSD لإيجاد أقل فرق معنوي.

جدول (6.35): طريقة LSD لإيجاد أقل فرق معنوي بين الفئات لمتغير سنوات الخبرة

القيمة الاحتمالية (sig.)	الفرق في المتوسط	فئات سنوات الخبرة	
		من 5-10 سنوات	أقل من 5 سنوات
0.851	-0.00640	من 5-10 سنوات	أقل من 5 سنوات
*0.040	-0.06962	أكثر من 10 سنوات	
*0.007	-0.06321	أكثر من 10 سنوات	من 5-10 سنوات

من خلال النتائج الموضحة في جدول (6.35) فقد تبين ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئة أقل من 5 سنوات وفئة من 5-10 سنوات نظراً لأن القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05، بمعنى قبول الفرضية الصفرية التي تقول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى توفر رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية محل الدراسة.
- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئة أقل من 5 سنوات وفئة أكثر من 10 سنوات نظراً لأن القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 لصالح فئة أكثر من 10 سنوات، بمعنى قبول الفرضية البديلة التي تقول وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى توفر رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية محل الدراسة.
- وجود فروق ذات دلالة احصائية بين فئة أقل من 5 - 10 سنوات وفئة أكثر من 10 سنوات نظراً لأن القيمة الاحتمالية أقل من 0.05 لصالح فئة أكثر من 10 سنوات، بمعنى قبول الفرضية البديلة التي تقول وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى توفر رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية محل الدراسة.

الفصل السابع

النتائج والتوصيات

الفصل السابع

النتائج والتوصيات

النتائج النظرية

1. رأس المال الفكري من المفاهيم التي ظهرت في مطلع السبعينيات من القرن العشرين، ويعتبر مورداً استراتيجياً يسهم في تعزيز الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية إلى جانب رأس المال المادي.
2. تسهم الكفاءات البشرية في تحقيق ميزة تنافسية للصناعة المالية الإسلامية إذا كانت تتصف بمجموعة من الخصائص من بينها أن تكون هذه الكفاءات نادرة وفريدة أو مميزة مقارنة بالمنافسين الآخرين.
3. لرأس المال الهيكلي دور مهم في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك الإسلامية عن طريق تشجيع الإبداع والمشاركة لدى الأفراد، وتبني نظام معلومات فعال، وهيكل تنظيمي مناسب.
4. يسهم رأس المال العلائقي في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة من خلال تذليل العقبات التي تعترض علاقة البنوك مع سلطة النقد وإقامة علاقات تفاعلية مع العملاء التي تضمن لها مركزاً تنافسياً مقارنة بالمنافسين من خلال اكتساب قاعدة عريضة للعملاء من جهة أخرى.
5. رغم توفر مكونات رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية في قطاع غزة إلا أنه لا يوجد منهجية واضحة تتبعها البنوك في التطبيق أو القياس ومن ثم الرقابة.

النتائج العملية

اعتماداً على تحليل نتائج الدراسة الميدانية، وتحليل محاور الاستبيان الخاص بها، واختبار فرضياتها بالاعتماد على المعالجة الإحصائية وفق برنامج SPSS لإجابات آراء أفراد عينة الدراسة حول عبارات الاستبيان، بغية الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال تأكيد فرضياتها أو نفيها، والوقوف على واقع رأس المال الفكري (رأس المال البشري، رأس المال الزبوني، رأس المال الهيكلي) ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية - البنوك الإسلامية دراسة في قطاع غزة، حيث كانت النتائج المستخلصة من هذا الفصل كالتالي:

1. توجد علاقة بين رأس المال الفكري وتعزيز الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية في قطاع غزة، حيث بلغ معامل الارتباط بينها 89.9% ومعامل تحديد 808% وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 5%، الأمر الذي يدل أن عناصر رأس المال الفكري لها دور مهم في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة.
2. يوجد تباين في دور مكونات رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة، حيث أظهرت الدراسة التالي:
 - أ- يوجد علاقة طردية قوية بين رأس المال البشري وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة، حيث بلغ معامل الارتباط 89.5% ومعامل تحديد 80.2%، وبوزن نسبي بلغ 87.21، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، حيث احتل محور فرق العمل على أعلى وزن نسبي مما يؤكد أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال البشري ومن ثم تعزيز الميزة التنافسية يليه في الترتيب محور المهارات ثم محور الخبرات العملية، وجاء محور الابتكار في الترتيب الأخير
 - ب- توجد علاقة طردية متوسطة بين رأس مال العلاقات وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة، حيث بلغ معامل تحديد 64.4% ، وبوزن نسبي بلغ 83.8%، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، حيث احتل محور العلاقة مع الزبائن أعلى وزن نسبي مما يؤكد أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال العلاقات، وجاء محور التحالفات الاستراتيجية في الترتيب الأخير، والسبب الرئيس في ذلك يرجع إلى طبيعة العلاقة بين البنوك الإسلامية (بنك الإنتاج والبنك الوطني الإسلامي) وسلطة النقد والذي له الأثر المباشر على طبيعة علاقة تلك البنوك مع البنوك الإسلامية الأخرى.
 - ج- يوجد علاقة طردية متوسطة بين رأس المال الهيكلي وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية في قطاع غزة، حيث بلغ معامل تحديد 78.3، وبوزن نسبي بلغ 85.61%، وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، حيث احتل محور أنظمة المعلومات وقواعد البيانات على أعلى وزن نسبي، مما يؤكد إدراك الإدارة عظم أهمية أنظمة المعلومات وقواعد البيانات في تكوين رأس المال الهيكلي ومن ثم تعزيز الميزة التنافسية لتلك البنوك، وجهد الإدارة في تطوير وتحديث قواعد بيانات البنوك الإسلامية محل الدراسة، وجاء محور البرامج في الترتيب الأخير من حيث الوزن النسبي حيث احتل وزناً نسبياً رغم أهمية هذا المحور في تكوين رأس المال الهيكلي، ومن ثم تعزيز الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية محل الدراسة.

3. عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 حول رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لدى البنوك الإسلامية في قطاع غزة تعود لمتغير الخبرة، المؤهل العلمي، الجنس، المسمى الوظيفي.

التوصيات

• البنوك الإسلامية

1. ضرورة إدراك البنوك الإسلامية أهمية دور رأس المال الفكري كمورد استراتيجي يسهم بشكل فعال في تعظيم استغلال الموارد سواء مادية أو غير مادية، ودعم وتطوير الابتكار والإبداع في الصناعة المالية الإسلامية، ثم تحقيق ميزة تنافسية مستدامة لها.
2. حث البنوك الإسلامية على استقطاب المواهب والموارد البشرية والكفاءات المتفوقة مع رعاية هذه الكفاءات عن طريق وضع برامج للمحافظة عليهم وتنمية قدراتهم، وذلك لخلق بيئة ابتكارية في الصناعة المالية الإسلامية تدعم القدرات التنافسية.
3. ضرورة زيادة اهتمام البنوك الإسلامية والتركيز برأس مال العلاقات كونه بعداً مهماً له أثر كبير على تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية، وتعزيز وتطوير علاقة البنوك الإسلامية بالعملاء والمنافسين والسوق والجهات ذات العلاقة.
4. تطوير علاقة البنوك الإسلامية مع سلطة النقد الفلسطينية وتذليل المعوقات التي تعترض هذه العلاقة، والتي تنعكس على علاقة البنوك الإسلامية مع الزبائن، وعلاقتها مع العالم الخارجي.
5. مد جسور التعاون بين البنوك الإسلامية والجامعات الفلسطينية بالاهتمام بقطاع التمويل الإسلامي، وافتتاح فروع متخصصة تهتم بهذا القطاع تستطيع من خلالها تخريج موارد بشرية متميزة تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والكفاءة الشرعية.
6. ضرورة تبني البنوك الإسلامية هياكل تنظيمية مرنة تسمح بتطوير مفاهيم وقيم وأهداف رأس المال الفكري، والحرص على مشاركة كافة المستويات الإدارية في صياغتها بما يتلاءم مع عصر اقتصاد المعرفة.
7. على البنوك الإسلامية الاستفادة من مقاييس رأس المال الفكري المتعددة باستحداث دائرة مختصة تعنى برأس المال الفكري، ومحاولة قياس أبعاده ومن ثم وضع سياسات ملائمة لإدارته وتصحيح القصور فيه والعمل على تطبيقه بما يتناسب مع تحقيق الميزة التنافسية.
8. ضرورة العمل على تطوير المراكز والإدارات البحثية في البنوك الإسلامية لإعداد الخطط الاستراتيجية في إطار الاهتمام برأس المال الفكري وكيفية استثمار الموارد المعرفية تشجيعاً للإبداع والابتكار والتنوع في استخدام الأدوات المالية الإسلامية.

• الحكومة وسلطة النقد

1. زيادة إنفاق الحكومة والمؤسسات على برامج البحث والتطوير والتدريب والتأهيل فيما يتعلق بالصناعة المالية الإسلامية كونها تمثل عنصر جذب لحجم كبير من المدخرات التي لا يرغب أصحابها في استثمارها في البنوك التقليدية.
2. أهمية تبني سلطة النقد مبادرة لبناء قاعدة فهم وإلمام لأهمية مفهوم رأس المال الفكري بالنسبة للبنوك الإسلامية في ظل التنافسية العالمية، يضم كافة المستويات الإدارية من خلال تبني إدارة حوار ولقاءات تهيئ لحوار ملائم يواكب متطلبات عصر اقتصاد المعرفة.
3. ضرورة قيام سلطة النقد بتنمية قطاع الصناعة المالية الإسلامية كونه يمثل رافعة حقيقية للاقتصاد الفلسطيني.
4. العمل على تذليل العقبات وحل الإشكاليات التي تعترض انتشار البنوك الإسلامية وبالتالي تؤثر على مكانتها التنافسية في السوق.
5. ضرورة العمل على وجود هيئة شرعية مركزية موحدة تشرف على عمل الهيئات الشرعية في البنوك الإسلامية.
6. ضرورة وجود دائرة متخصصة في سلطة النقد الفلسطينية خاصة بالتفتيش والرقابة على البنوك الإسلامية.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: المراجع العربية

أحمد، عبد الرحمن يسري. (2001م). قضايا إسلامية معاصرة في النقود والبنوك والتمويل. (د. ط). الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

البردويل، سعيد محمد. (2015م). الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء: دراسة حالة البنوك الإسلامية محافظات غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

بريبش، زهرة. (2013م). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل فرع جنرال كابل (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد خيضر، الجزائر.

البلتاجي، محمد. (2010م، 27-28 إبريل). تنمية الموارد البشرية في المؤسسات المالية الإسلامية، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الخدمات المالية الإسلامية الثاني. الأردن.

بوخدوني، وهيبه. (2016م، إبريل، 27-28). منتجات الهندسة المالية الإسلامية: واقع وآفاق. ملتقى صفاقس الدولي الرابع حول المالية الإسلامية، تونس.

البنك الإسلامي العربي. (2013م، 2014م، 2015م، 2016م). التقرير المالي السنوي. البنك الإسلامي العربي. رام الله.

البنك الإسلامي الفلسطيني. (2013م، 2014م، 2015م، 2016م). التقرير المالي السنوي. البنك الإسلامي الفلسطيني. رام الله.

البنك الوطني الإسلامي. (2013م، 2014م، 2015م، 2016م). التقرير المالي السنوي. البنك الوطني الإسلامي. غزة.

بنك الإنتاج. (2013م، 2014م، 2015م، 2016م). التقرير المالي السنوي. بنك الإنتاج. غزة.

بوراي، محند أكلي، ودالي، الحسين. (2015م). دور سياسة التوزيع في رفع تنافسية المؤسسة دراسة حالة المؤسسة الوطنية للدهان (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أكلي محند، الجزائر.

بوريش، أحمد، ولشهب، الصادق. (2015م). تحليل عوامل نجاح التجربة الماليزية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية. *المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمحاسبية*، (1)، 87-100.

بيصار، عبد المطلب. (2017م). دور الاستثمار في رأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال: دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية بولاية المسيلة (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

ثجيل، علي محمد، وطبايبي، سليمة. (2011م، 13-14 ديسمبر). دور التسيير الاستراتيجي للرأس المال الفكري في دعم تنافسية مستدامة للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بو علي شلف، الجزائر.

جاسر، محمد عمر. (2010م، 20-21 مارس). نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية المقام تحت عنوان الواقع وتحديات المستقبل. صنعاء، اليمن.

جاد الرب، سيد محارب. (2006م). *إدارة الموارد الفكرية والمعرفية في منظمات الأعمال العصرية*. (د. ط). القاهرة: مطبعة العشري.

الجدوي، ساسية. (2015م). دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية: دراسة حالة ماليزيا والسودان (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد خيضر، الجزائر.

جربي، عبد الحكيم. (2013م). *أثر استراتيجية تنمية الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة لمجمع صيدال لصناعة الأدوية فرع قسنطينة* (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عباس عرفات، الجزائر.

جمعية البنوك في فلسطين. (2016م). *دراسات مصرفية*. رام الله.

الحداد، عوض بدير. (1991م). تحليل إدراك العملاء وموظفي البنوك لمستوى الخدمة المصرفية بالبنوك المصرية. *المجلة العلمية لكلية التجارة جامعة أسيوط*، (17)، 1-153.

حسين، ندى جودة. (2011م). *التخطيط الاستراتيجي للموارد البشرية كمدخل لتعزيز القدرات التنافسية: دراسة تطبيقية على شركات الأدوية بجمهورية مصر العربية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بنها، مصر.

- حسن، حسين عجلان. (2008م). *استراتيجيات الادارة المعرفية في منظمات الأعمال*. ط1. عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.
- الخاقاني، نوري عبد السول. (2011م). *المصرفية الإسلامية الأسس النظرية وإشكاليات التطبيق*. (د. ط). عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- خليل، نبيل مرسي. (1998م). *الميزة التنافسية في مجال الأعمال*. (د. ط). الاسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- خنيوة، محمد، وموسى، حنان. (2011م). *منتجات الهندسة المالية الإسلامية: الواقع والتحديات ومناهج التطوير*. *مجلة الواحات للبحوث والدراسات*، (12)، 640-663.
- داوود، نعيم نمر. (2012م). *البنوك الإسلامية نحو اقتصاد إسلامي*. ط1. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
- الدوري، مطلق، وصالح، أحمد علي. (2009م). *إدارة التمكين واقتصاديات الثقة*. ط1. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الديلمي، عبد الكريم أحمد. (2014م). *تنمية رأس المال الفكري وأثره في صياغة استراتيجية منظمات الأعمال* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عدن، اليمن.
- زايد، عادل محمد. (2003م). *إدارة الموارد البشرية رؤية استراتيجية*. (د. ط). القاهرة: جامعة القاهرة، كتب عربية.
- زرقون، محمد، ورواني بوحفص. (2008م، 13-14 مايو). *تطور ومكانة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة*. ملتقى دولي بعنوان: *إدارة وقياس رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية*، جامعة البليدة، الجزائر.
- زيتوني، عبد القادر، ودريالي، سهام. (2009م، 9-10 سبتمبر). *رأس المال الفكري، الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة*. المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي، إسطنبول، تركيا.
- رفرافي، محمد. (2014م). *دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة المطاحن الكبرى للجنوب* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة محمد خيضر، الجزائر.

الروسان، محمود علي، والعجلوني، محمود محمد. (2010م). أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية دراسة ميدانية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 26(2)، 37-57.

السبهتاني، عبد الجبار حمد عبيد. (2003م). ملاحظات في فقه الصيرفة الإسلامية. مجلة جامعة الملك عبد العزيز، 16(1)، 3-57.

سعدي، هاجر، ولعلم لامية. (2014م، 5-6 مايو). دور الهندسة المالية الإسلامية في ابتكار منتجات مالية إسلامية العقود المالية المركبة-نموذجاً. بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية. الجزائر.

السعيد، هاني محمد. (2008م). رأس المال الفكري: انطلاقة إدارية معاصرة. ط1. مصر: دار السحاب للنشر والتوزيع.

السلمي، علي. (2001م). إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية. ط2. القاهرة: دار غريب للنشر والطباعة.

سلطان، عطية صلاح. (2010م، 9-10 نوفمبر). تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة وفقاً لمعايير الأداء الاستراتيجي، مؤتمر الإدارة الاستراتيجية ودعم القدرات التنافسية للمؤسسات العربية العامة والخاصة، جامعة الشلف، الجزائر.

سلطة النقد الفلسطينية. (2017م). دليل المصارف المرخصة العاملة في فلسطين -بيانات عناوين الإدارة والتفرع. سلطة النقد الفلسطينية، رام الله.

أبو سويرح، أيمن سليمان. (2015م). العناصر والمكونات الأساسية لرأس المال الفكري: دراسة تحليلية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، 23(1)، 338-370.

السويلم، سامي. (2004م). صناعة الهندسة المالية نظرات في المنهج الإسلامي. (د. ط). الكويت: شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، بيت المشورة للتدريب.

شحادة، موسى. (2016م، 20 أكتوبر). أدوات الاستثمار في المؤسسات المالية الإسلامية وحجم الأصول المصرفية الإسلامية. تاريخ الاطلاع 10 مايو 2017م، الموقع: الغد

[.http://www.alghad.com/articles/1198402](http://www.alghad.com/articles/1198402)

- أبو شربة، محمد توفيق. (2014م). واقع البنوك الإسلامية في فلسطين بين النظرية والتطبيق. تاريخ الاطلاع 15 مايو 2017م، الموقع: إعمار الاقتصادي <http://eamaar.org/?mod=article&ID=5645>.
- شعبان، مصطفى رجب. (2011م). رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لشركة الاتصالات الخلوية جوال (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.
- الشمري، صادق راشد. (2008م). أساسيات الصناعة المصرفية الإسلامية أنشطتها والتطلعات المستقبلية. (د. ط). عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الشمري، صادق راشد. (2012م). أساسيات الاستثمار في المصارف الإسلامية. ط1. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- شيخون، محمد. (2002م). المصارف الإسلامية دراسة في تقويم المشروعات الدينية والدور الاقتصادي والسياسي. ط1. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- بن صالح، عبد الله، وبو نعجة، سحنون. (2011م، 13-14 ديسمبر). أساليب القياس والإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري من منظور معايير المحاسبة الدولية الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة حسيبة بن بو علي شلف، الجزائر.
- الصالح، عثمان بن عبد الله. (2012م). تنافسية مؤسسات التعليم العالي: إطار مقترح، مجلة الباحث جامعة المجمعة، السعودية، (10)، 297-310.
- الصفار، زينة غانم. (2000م). المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية دراسة مقارنة. ط1. عمان: الحامد للنشر وتوزيع.
- الطالب، غسان. (2016م). تمويل المربحة. تاريخ الاطلاع 3 يوليو 2017م، الموقع: الغد <http://www.alghad.com/articles/931143>.
- عبد الله، علي. (2005م، 8-9 مارس). الأداء المتميز. المؤتمر العالمي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة مقاصدي مرياح ورقلة، الجزائر.
- عبد الرحمن، نسرين محمود. (2009م). التعلم التنظيمي كمدخل لتحقيق المزايا التنافسية: دراسة تطبيقية على شركات الاتصال المصرية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة عين شمس، مصر.

عبد العظيم، مصطفى. (2015م، 5 أكتوبر). توقعات اعتدال النمو رغم تزايد التحديات أمام التمويل الإسلامي في 2016. تاريخ الاطلاع: 8 يونيو 2017م، الموقع: الاتحاد [.http://www.alittihad.ae/details.php?id=94031&y=2015&article=full](http://www.alittihad.ae/details.php?id=94031&y=2015&article=full)

عبد المنعم، أسامة. (2009م). رأس المال الفكري وأثره على منشآت الأعمال الصناعية: دراسة حالة شركة الألبسة الجاهزة الأردنية. مجلة بحوث جامعة حلب، العدد (59).

عبد، هاني محمد. (2006م). إدارة رأس المال الفكري كمدخل لتنمية القدرات التنافسية لمنظمات الأعمال (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة السويس، مصر.

عتوم، محمد فوزي. (2009م). رسالة المنظمة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على قطاع الصناعة صناعة الأدوية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن.

العجلوني، محمد محمود. (2008م). البنوك الإسلامية أحكامها ومبادئها وتطبيقاتها المصرفية. ط1. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

العنزي، سعد. (2001). رأس المال الفكري: الثروة الحقيقية لمنظمات أعمال القرن الحادي والعشرين. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة العراق، 8(25).

العنزي، سعد، وصالح، أحمد. (2009م). إدارة رأس المال الفكري على منظمات الأعمال. ط1. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.

العيهار، فلة. (2004م). دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

الغالب، طاهر محسن، وادريس، وائل صبحي. (2007م). الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل. ط2. عمان: دار وائل للنشر.

فرحاتي، لويذة. (2016م). دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة شركة الاسمنت عين التوتة (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة محمد خيضر، الجزائر.

أبو القاسم، حمدي. (2005م). تنمية كفاءات الأفراد ودورها في دعم الميزة التنافسية للمؤسسات (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.

قشش، خالد أحمد. (2014م). رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة تطبيقه في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، غزة.

قحماز، صفاء. (2015م). التجارة الالكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية: دراسة حالة الدول العربية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة خيضر، الجزائر.

القريشي، مدحت، وعبد الكريم، ميسون. (2012م). المصارف الإسلامية في مواجهة تحديات الأزمة العالمية، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، (32)، 34-62.

قندوز، عبد الكريم. (2014م). قواعد تقويم أدوات ومنتجات الصناعة المالية الإسلامية. مجلة الدراسات الاقتصادية الإسلامية، 15 (2)، 67-90.

قندوز، عبد الكريم. (2007م). الهندسة المالية الإسلامية. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي، 20 (2)، 3-46.

قندوز، عبد الكريم، ومداني، أحمد. (2009م). الأزمة المالية واستراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية، الملتقى الدولي الثاني: الأزمة المالية الراهنة والبدايل المالية والمصرفية النموذج المصرفي الإسلامي نموذجاً، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر.

قنديل، باسل فارس. (2008م). أثر تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة على السياسات التنافسية في المنشآت الصناعية: دراسة تطبيقية على منشآت القطاع الصناعي في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

قنطقجي، سامر مظهر. (2016م). الابتكار المالي بين التثبث والتهافت. ط2. منشورات مركز أبحاث فقه المعاملات المالية.

قنطقجي، سامر مظهر، وأرمنازي، براء منذر. (2006م). مؤسسات البنية التحتية للصناعة المالية الإسلامية، ط1، الجزائر.

لخضر، مرغاد. (2013م). الهندسة المالية من منظور إسلامي مع الإشارة إلى تجارب بعض الدول. مجلة العلوم الإنسانية في جامعة محمد خيضر، (29)، 45-64.

لعش، آمال. (2012م). دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية دراسة نقدية لبعض المنتجات المصرفية الإسلامية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عرفات عباس، الجزائر.

- مجلة البنوك الفلسطينية. (2017م). دراسات مصرفية. العدد(69).
- مدخل، خالد. (2012م). التأهيل كآلية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة الجزائر (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر، الجزائر.
- مركز الإحصاء الفلسطيني. (2017م). الإحصاء الفلسطيني يعلن النتائج الأساسية لمسح القوى العاملة في فلسطين 2016. تاريخ الاطلاع: 23 مايو 2017م، الموقع: مركز الإحصاء الفلسطيني (<http://www.pcbs.gov.ps/postar.aspx?lang=ar&ItemID=1855>)
- المعاني، أحمد، وآخرون. (2011م). قضايا إدارية معاصرة. ط1. عمان. دار وائل للنشر والتوزيع.
- مفتاح، صالح، وعمري، ريمة. (2012م، 3-4 ديسمبر). الهندسة المالية الإسلامية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول: مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الإسلامي، جامعة قلمة، الجزائر.
- المفرجي، عادل حرحوش، وصالح، أحمد على. (2003م). رأس المال الفكري وطرق قياسه وأساليب المحافظة عليه. (د. ط). القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- مقداد، محمد إبراهيم، وسالم، عبد الله حلس. (2005م). دور البنوك الإسلامية في تمويل التنمية الاقتصادية في فلسطين. مجلة الجامعة الإسلامية، 13(1)، 239-261.
- مكاوي، أحمد بكر. (2001م). أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة القدرة التنافسية للبنوك: دراسة تطبيقية على البنوك المصرية (رسالة دكتوراه غير منشورة). أكاديمية السادات، مصر.
- مصطفى، أحمد سيد. (2004م). إدارة الجودة الشاملة كمحل للتنافسية في الصناعة المصرفية. مجلة افاق الاقتصادية مركز البحوث غرفة التجارة والصناعة دبي، 25(97)، 143-167.
- مليجي، مجدي مليجي. (2014م). محددات الإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري وأثره على الأداء المالي دراسة تطبيقية على الشركات المصرية المسجلة. جامعة بنها، مصر.
- مهنا، أحمد غازي. (2014م). بناء نموذج وصفي جديد لقياس رأس المال الفكري: النموذج الوصفي المقارن نحو إطار ناظم لعملية القياس (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

- نجم، عبود نجم. (2007م). *إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات*، ط2، عمان، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- نجم، نجم عبود. (2010م). *إدارة اللاملموس - قياس مالا يقاس*. الطبعة العربية، الأردن، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- الهاللي، الشربيني. (2011م). *إدارة رأي المال الفكري وقياسه وتمميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي*. مجلة بحوث التربية جامعة المنصورة، (22)، 1-66.
- الهواملة، محمد علي. (2017م، 4-3مايو). *الهندسة المالية الإسلامية ودورها في تطوير العمل المصرفي قراءة في النشأة والتطبيق لأربعة عقود مضت*. مؤتمر الصيرفة بعد أربعة عقود من نشأتها، جامعة الزرقاء، الأردن.
- الوادي، محمود حسين، وسمحان، حسين محمد. (2009م). *المصارف الإسلامية الأسس النظرية والتطبيقات العملية*. ط3. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- واصل، خولة. (2013م). *دور نظام المعلومات التسويقية في تعزيز الميزة التنافسية فرع عنابة: دراسة حالة مؤسسة LINDE GAS فرع عنابة (رسالة ماجستير غير منشورة)*. جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- الوليد، هاللي. (2009م). *الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة: دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال (رسالة ماجستير غير منشورة)*. جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- ياسين، سعد غالب. (2007م). *إدارة المعرفة: المفاهيم، النظم، التقنيات*. (د. ط). عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- يوسف، عبد الستار حسين. (2005م). *دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الاعمال*. دراسة مقدمة لمؤتمر اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية. الاردن، جامعة الزيتونة الاردنية.
- يوسف، عبد الستار حسين. (2009م). *دراسة تحليلية لرأس المال الفكري وطرق قياسه في منظمات الأعمال*. مجلة الإداري، العدد (117).

ثالثاً: المراجع الأجنبية

- Adams, G. L. & Lamont, B. T. (2003). Knowledge Management Systems and Developing Sustainable Competitive Advantage, *Journal of Knowledge Management*, 7(2).
- Akbar Bhatti, W. & Zaheer, A. (2014). The Role of Intellectual Capital in Creating and Adding Value to Organizational Performance: A Conceptual Analysis. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 12(3), 187-194.
- Al Ali, N. (2001). *Where are you from Intellectual Capital Continuum*, New York.
- Bin Ahmad, S., & Mushraf, A. (2011). The Relationship between Intellectual Capital and Business Performance: An Empirical Study in Iraqi Industry, *International Conference on Management and Artificial Intelligence*, (6), 104-109.
- Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital: core asset For the Third millennium enterprise*. (1st ed.). Thomson business press, Chicago.
- Choong, K. K. (2008). Intellectual capital: definitions categorization and reporting models. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 609 – 638.
- Edvinsson, L. & Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital*, New York, Harper Business.
- Florinda, M. (2012). Theoretical Model for the Report of Intellectual Capital. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 11(4), 339-360.
- Gogan, L. M. et al. (2015). *The Impact of Intellectual Capital on Organizational Performance*. 13th International Symposium in Management, 194-202.
- Mina, K., Muhammad, Z. et al. (2014). Intellectual Capital & Firm Performance: An Empirical Study on the Oil & Gas Sector of Pakistan, *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(1), 238-261.
- Mory, D., Maybury, M., Thuraisingham, B. (2001). *Knowledge management classic and contemporary works*. Press univerties, India.
- Koenig, M. (2000). The Resurgence of Intellectual Capital The Emphasis Shifts Measurement, *Magazine article Information Today*, 17(8). (<http://www.infotoday.com/it/Sep00/koenig.htm>).

- Petty, R. & Guthrie, J. (2000). Intellectual Capital Literature Review Measurement Reporting and Management, *Journal of Intellectual Capital*, 2(1), 255-176.
- Sveiby, K. E. (1998). Intellectual Capital: Thinking Ahead, Australian Accountant, *Journal of Intellectual Capital*, 68(5), 18-23.
- Solovsko, B., Casanova, D., Cambal, M., Saniuk, A. (10-11 April, 2014). *Intellectual Capital of Employees as a Competitive Advantage of an Enterprise*. 6th European Conference on Intellectual Capital.
- Urlich, D. (1998). Study: Intellectual Capital Competence x Commitment, *Sloan Management Review*, 39(2), 15-26.

الملاحق

الملاحق

ملحق رقم (1)

الاستبانة في صورتها الأولية



الجامعة الإسلامية- غزة

عمادة الدراسات العليا

كلية التجارة

قسم اقتصاديات التنمية

الدكتور / حفظه الله،،،

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية _ دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة " وقد أعد الباحث الاستبانة المرفقة وتتكون من ثلاثة أقسام:

القسم الأول: يتضمن المعلومات الأولية، وتتضمن البيانات الشخصية وهي: (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، المستوى الوظيفي).

القسم الثاني: هذا القسم من الاستبانة صُمم للتعرف على مدى توفر رأس المال الفكري في البنوك الإسلامية في قطاع غزة، ويتضمن ثلاث مكونات رئيسية (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس مال العلاقات).

القسم الثالث: صُمم القسم الثالث للتعرف على مدى تحقق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية، ويتضمن أربعة أبعاد: (الجودة المتفوقة، الكفاءة المتفوقة، الإبداع المتفوق، الاستجابة المتفوقة).

ونظراً لما تتمتعون به من خبرة نرجو من سيادتكم الاطلاع على الاستبانة وإبداء آرائكم حول النقاط الآتية:

1. مدى انتماء كل فقرة من فقرات الاستبانة للمجالات المذكورة.
2. وضوح الفقرات وقوة صياغتها مع إجراء التعديل اللازم في المكان المخصص أمام كل فقرة.
3. إبداء ملاحظتكم واقتراحاتكم العامة على الاستبانة.

شاكر لكم جهودكم،

الباحث / بهجت عطا الله

▪ القسم الأول: البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر أنثى
- المؤهل العلمي: دبلوم بكالوريوس دراسات عليا
- المسمى الوظيفي: مدير فرع مراقب رئيس قسم
- سنوات الخبرة:

▪ القسم الثاني: بيانات متعلقة برأس المال الفكري

الرقم	الفقرة	النسبة من %100			
البعد الأول: رأس المال البشري					
أ- المعرفة					
1.	يستقطب البنك موظفين وباحثين متميزين من أجل الحفاظ على سمعته المميزة.				
2.	يمتلك موظفو البنك المعرفة المحدثة باستمرار عن منتجات البنك وخدماته.				
3.	يحرص البنك على مشاركة أفرادها في دورات تدريبية لزيادة معارفهم وتنفيذ العمل بجودة عالية.				
4.	يقدم البنك حوافز مغرية لجذب الموظفين ذوو معرفة تامة بكافة الانظمة والقوانين والخدمات التي تقدمها				
ب- الابتكار					
5.	يمتلك موظفو البنك القدرة على إنتاج أدوات مالية مبتكرة وحل المشاكل بشكل متميز وفعال.				
6.	يحفز البنك الموظفين على الإبداع والتطوير بشكل مستمر.				
7.	ينجز الموظفون في البنك أعمالهم بشكل متجدد وفق أساليب مبتكرة				
8.	يكافئ البنك المبدعين في العمل وفق آلية وبرنامج محدد وواضح.				

ج- الخبرة العملية.						
					يمتلك الموظفون في البنك خبرة طويلة في مجال العمل المخصص لهم	9.
					يركز البنك على الاستفادة من ذوي الخبرات العلمية والفنية وتوليهم مكانة خاصة.	10.
					تساعد الخبرة التي يمتلكها موظفين البنك على حل مشاكل العمل واتخاذ القرار.	11.
					البنك لديه عدد كافي من الموظفين أصحاب الخبرة العلمية والعملية لأداء الأعمال الخاصة بهم.	12.
د- المهارات والقدرات.						
					تتطلب الوظيفة امتلاك مهارات علمية وعملية لإنجاز العمل بشكل متميز.	13.
					يتوفر لدى موظفو البنك القدرة على تحمل ضغط العمل.	14.
					تهتم إدارة البنك بالتدريب والتطوير المستمر كأساس لاكتساب المهارات العملية المتنوعة.	15.
					يحرص الموظفون أداء أعمالهم بكفاءة وفاعلية.	16.
هـ- فرق العمل.						
					يدفع البنك باتجاه أساليب العمل الجماعي وروح الفريق بين موظفيه.	17.
					يحصل البنك على أفضل النتائج من جراء عمل أفراده كفريق واحد.	18.
					يوجد تعاون بين الموظفين في حل المشاكل وقضايا العمل.	19.
					التعاون والعمل بروح الفريق يحسن أداء الموظفين ودرجة الانسجام في العمل،	20.

البعد الثاني: رأس مال العلاقات					
أ - العلاقة مع الزبائن					
					21. يهتم البنك بتحقيق رضا وولاء الزبائن والحفاظ على علاقات طيبة معهم.
					22. يهتم البنك بمعرفة آراء واقتراحات زبائنها، والإصغاء لهم وحل مشاكلهم.
					23. يوفر البنك لزبائنه خدمة طلب أو تأجيل أو إلغاء الخدمة إلكترونياً.
					24. تغطي فروع البنك جميع محافظات قطاع غزة.
ب - العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي.					
					25. يمتلك البنك سياسة واضحة لتطوير علاقته مع المؤسسات الحكومية ومنظمات القطاع الخاص الذين يتعاملون مع البنك
					26. يرتبط البنك بعلاقات علمية وبحثية واسعة مع مراكز البحوث والاستشارات بشكل يعزز قدرته على الابتكار.
					27. يعتبر البنك أن العلاقات التي يمتلكها من أهم دعائم المنافسة والتفوق على منافسيها.
					28. يولي البنك أهمية كبيرة اتجاه المسؤولية الاجتماعية.
ج - التحالفات الاستراتيجية.					
					29. يعمل البنك على خلق قيمة مضافة له من خلال التحالفات مع البنوك الأخرى.
					30. يهتم البنك بدراسة تغيرات البيئة التنافسية ليوكب تطوراتها المستمرة على مستوى المنتجات والخدمات.
					31. يفاضل البنك بين التحالفات الاستراتيجية بشكل يحقق أفضل إنجاز لأعماله.
					32. يقوم البنك بإجراء مسح مستمر لمنتجات وخدمات المنافسين.

البعد الثالث: رأس المال الهيكلي					
أ - أنظمة المعلومات وقواعد البيانات.					
					33. يحرص البنك على تزويد الموظفين بكافة التجهيزات الخاصة بأنظمة المعلومات اللازمة لإنجاز العمل.
					34. يهتم البنك بأنظمة المعلومات التي تسهل عملية اتخاذ القرار.
					35. يتوفر البنك قاعدة بيانات تتضمن معلومات عن كل أنشطتها.
					36. تمتاز نظم المعلومات وقواعد البيانات في البنك بتطورها ومواكبتها لكل جديد
ب - السياسات والإجراءات.					
					37. نظم وإجراءات البنك في مجال أنظمة المعلومات تدعم الأفكار الجديدة.
					38. يسعى البنك إلى تبني كل السياسات والإجراءات والطرق والأساليب الكفيلة بتسهيل العمليات الإدارية وتنفيذها بكفاءة وفاعلية.
					39. تشرح إدارة البنك السياسات والإجراءات المتبعة لجميع العاملين بوضوح.
					40. يوثق البنك السياسات والإجراءات الخاصة به في كتيبات خاصة يسهل الرجوع إليها من قبل الموظفين.
ج - العمليات الإدارية.					
					41. يقوم البنك بمراجعة وتقييم العمليات الإدارية بشكل مستمر وتصحيح الانحرافات فيها.
					42. يقوم البنك بتطوير العمليات الإدارية باستمرار لتقليل الأخطاء في العمل.
					43. يقارن البنك أداء العمليات الإدارية مع البنوك أخرى للاستفادة من تجارب الآخرين.

					44. يحرص البنك على تحقيق الترابط والتداخل والتكامل بين عناصر العمليات الإدارية
د - البرامج					
					45. يهتم البنك في وضع برامج تُعنى بالحفاظ وتطوير جميع المكونات المادية والبشرية فيها.
					46. يخصص البنك موازنة كافية لبرامج تطوير وتدريب العاملين.
					47. يصمم البنك خطط سنوية للبرامج التطويرية للمنتجات والخدمات المبتكرة.
					48. يقوم البنك بتخصيص أنشطة من أجل توضيح برامج وخطط العمل باستمرار.
هـ - الهيكل التنظيمي.					
					49. يعتمد البنك على هيكل تنظيمي واضح ومرن يحسن من أداء الموظفين والعمليات الإدارية.
					50. يمتلك الموظفين في البنك حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات.
					51. يحدد الهيكل التنظيمي للبنك بدقة طبيعة العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.
					52. يغير البنك هيكله التنظيمي بشكل مستمر وفق ما تقتضيه البيئة الخارجية والداخلية.

▪ القسم الثالث: البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

أ - الجودة المتفوقة.					
					53. يقدم البنك منتجات وخدمات عالية الجودة تلبي حاجيت ورغبات الزبائن.
					54. يمتلك موظفو البنك المعرفة الكاملة للإجابة عن أسئلة الزبائن واستفساراتهم.

					يقيم البنك جودة الخدمات والمنتجات من أجل تحسينها باستمرار	.55
					يراعي البنك تقديم منتجات وخدمات تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصداقية الشرعية	.56
ب - الإبداع المتفوق.						
					يهتم البنك بأفكار الموظفين الإبداعية والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم.	.57
					ينتهج البنك سياسة التجديد والإبداع في منتجات وأساليب العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية.	.58
					يطور البنك من منتجاته اعتماداً على دراسات السوق الجديدة لتتكيف معها.	.59
					موظفين البنك لهم القدرة على خلق أفكار إبداعية تعزز مكانتها في السوق.	.60
ج - الاستجابة المتفوقة						
					يتميز البنك بقدرته العالية على الاستجابة لحاجات كافة المتعاملين معه كما ونوعاً وفي الوقت والمكان المناسبين.	.61
					يهتم البنك ببحوث التسويق بغية التعرف على احتياجات الزبائن وسرعة انجازها	.62
					تتصف الخطط والسياسات المتبعة في البنك بالمرونة لتحقيق أهدافها ومواجهة التغيرات البيئية.	.63
					يسعى البنك إلى جعل منتجاته ذات مرونة عالية.	.64
د - الكفاءة المتفوقة						
					يسعى البنك إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها.	.65
					يعتمد البنك على نظم معلومات إدارية تزيد من التكامل والتنسيق بين الإدارات في تنفيذ العمليات.	.66

					يتبنى البنك استخدام الطرق والأساليب الكفيلة بتطوير كفاءة المنتجات والخدمات المقدمة.	.67
					يستخدم البنك التقنيات الحديثة في انجاز العمليات التشغيلية والإدارية.	.68

ملحق رقم (2)

قائمة بأسماء محكمي الاستبيان

م	الاسم	الجامعة
1.	د. رشدي وادي	الجامعة الإسلامية
2.	د. رفيق الأغا	جامعة الأزهر
3.	د. سمير صافي	الجامعة الإسلامية
4.	د. سمير أبو مدللة	جامعة الأزهر
5.	د. ماهر صبرا	جامعة الأزهر
6.	د. ياسر الشرفا	الجامعة الإسلامية
7.	د. وائل الداية	الجامعة الإسلامية



ملحق رقم (3)

الاستبانة بصورتها النهائية

الجامعة الإسلامية- غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية التجارة
قسم اقتصاديات التنمية

الأخ الكريم/ الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،

تعد الاستثمارة التي بين أيديكم جزءا من متطلبات إعداد الرسالة لنيل شهادة الماجستير في اقتصاديات التنمية بعنوان: رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية - دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة -، وتفضلكم بالإجابة الصريحة والدقيقة على أسئلة هذه الاستثمارة سوف يساهم في الحصول على نتائج مهمة ودقيقة بما يعزز تحقيق أهداف البحث، علما أن كل إجابة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وسوف تحاط بسرية تامة.

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير ،،،

الباحث / بهجت صبري عطا الله

ملاحظة:

يأمل الباحث من شخصكم الكريم قراءة عبارات القسم الأول، ثم البدء بوضع علامة (x) أمام الإجابة التي ترونها مناسبة

■ القسم الأول: البيانات الشخصية

- | | | | |
|-----------------|---|---------------------------------------|--|
| الجنس: | <input type="checkbox"/> ذكر | <input type="checkbox"/> أنثى | |
| المؤهل العلمي: | <input type="checkbox"/> دبلوم | <input type="checkbox"/> بكالوريوس | <input type="checkbox"/> دراسات عليا |
| المسمى الوظيفي: | <input type="checkbox"/> مدير فرع | <input type="checkbox"/> مراقب | <input type="checkbox"/> رئيس قسم |
| سنوات الخبرة: | <input type="checkbox"/> أقل من 5 سنوات | <input type="checkbox"/> (5 - 10) سنة | <input type="checkbox"/> أكثر من 10سنوات |

▪ القسم الثاني: بيانات متعلقة برأس المال الفكري

يرجي وضع الدرجة من (100%) لكل فقرة من الفقرات الآتية مع العلم أنه كلما اقتربت الدرجة من (100%) فإن ذلك يدل على الموافقة العالية على الفقرة والعكس صحيح.

الرقم	الفقرة	النسبة %100
البعد الأول: رأس المال البشري		
و- المعرفة		
1.	يستقطب البنك موظفين وباحثين متميزين من أجل الحفاظ على سمعته المميزة.	
2.	يمتلك موظفو البنك المعرفة المحدثة عن منتجات الصناعة المالية الإسلامية.	
3.	يحرص البنك على تطوير وتدريب وتأهيل الموظفين لزيادة معارفهم وتنفيذ العمل بجودة عالية.	
4.	يقدم البنك حوافز مغرية لجذب موظفين أصحاب معرفة تامة بكافة الانظمة والقوانين ومنتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.	
ز- الابتكار		
5.	يمتلك موظفو البنك القدرة على إنتاج أدوات مالية إسلامية مبتكرة وحل المشاكل بشكل متميز وفعال.	
6.	يحفز البنك الموظفين على الإبداع والتطوير بشكل مستمر.	
7.	ينجز الموظفون في البنك أعمالهم بشكل متجدد وفق أساليب حديثة ومبتكرة.	
8.	يكافئ البنك الموظفين المبدعين في العمل وفق آلية وبرنامج محدد وواضح.	
ح- الخبرة العملية.		
9.	يمتلك الموظفون في البنك خبرة طويلة في مجال التمويل الإسلامي.	
10.	يركز البنك على الاستفادة من ذوي الخبرات العلمية والفنية وتوليهم مكانة خاصة.	
11.	تساعد الخبرة التي يمتلكها الموظفون في البنك على حل مشاكل العمل واتخاذ القرار.	
12.	البنك لديه عدد كافٍ من الموظفين أصحاب الخبرة العلمية والعملية لأداء الأعمال الخاصة بالصناعة المالية الإسلامية.	
ط- المهارات والقدرات.		

13.	تتطلب الوظيفة امتلاك مهارات علمية وعملية لإنجاز العمل بشكل متميز .
14.	يتوفر لدى الموظفين في البنك القدرة على تحمل ضغط العمل في كافة الظروف.
15.	تهتم إدارة البنك بإجراء دورات وورش داخلية خارجية كأساس لاكتساب المهارات العملية المتنوعة.
16.	يحرص الموظفون في البنك على أداء الأعمال الخاصة بهم بكفاءة وفاعلية.
ي - فرق العمل.	
17.	يدفع البنك باتجاه أساليب العمل الجماعي والعمل بروح الفريق بين موظفيه.
18.	يحصل البنك على أفضل النتائج من جراء عمل أفراده كفريق واحد.
19.	يوجد تعاون بين الموظفين في حل المشاكل وقضايا العمل.
20.	التعاون والعمل بروح الفريق يحسن أداء الموظفين ودرجة الانسجام في العمل.
البعد الثاني: رأس مال العلاقات	
د - العلاقة مع الزبائن	
21.	يهتم البنك بتحقيق رضا وولاء الزبائن والحفاظ على علاقات طيبة معهم.
22.	يهتم البنك بمعرفة آراء واقتراحات زبائنه، والإصغاء لهم وحل مشاكلهم.
23.	يقوم البنك بشكل مستمر بقياس رضا العملاء عن المنتجات التمويلية المقدمة.
24.	يوفر البنك مراكز تقديم خدمات منتشرة في جميع محافظات قطاع غزة.
هـ - العلاقة مع الحكومة والمجتمع المحلي.	
25.	يمتلك البنك سياسة واضحة لتطوير علاقته مع المؤسسات الحكومية ومؤسسات القطاع الخاص الذين يتعاملون معه.
26.	يرتبط البنك بعلاقات علمية وبحثية واسعة مع مراكز البحوث والاستشارات بشكل يعزز قدرته على الابتكار.
27.	يعتبر البنك أن العلاقات التي يمتلكها من أهم دعائم المنافسة والتفوق على منافسيها.
28.	يولي البنك أهمية كبيرة اتجاه المسؤولية الاجتماعية.
و - التحالفات الاستراتيجية.	
29.	يعمل البنك على خلق قيمة مضافة له من خلال التحالفات مع البنوك الأخرى.
30.	يهتم البنك بدراسة تغيرات البيئة التنافسية ليواكب تطوراتها المستمرة على مستوى منتجات وخدمات الصناعة المالية الإسلامية.
31.	يفاضل البنك بين التحالفات الاستراتيجية بشكل يحقق أفضل إنجاز لأعماله.

32.	يقوم البنك بإجراء مسح مستمر لمنتجات وخدمات المنافسين.
البعد الثالث: رأس المال الهيكلي	
و- أنظمة المعلومات وقواعد البيانات.	
33.	يحرص البنك على تزويد الموظفين بكافة التجهيزات الخاصة بأنظمة المعلومات اللازمة لإنجاز العمل.
34.	يهتم البنك بأنظمة المعلومات التي تسهل عملية رسم السياسات واتخاذ القرار.
35.	يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات تتضمن معلومات عن الأنشطة والبرامج المختلفة.
36.	تمتاز نظم المعلومات وقواعد البيانات في البنك بتطورها ومواكبتها لكل جديد.

ز- السياسات والإجراءات.	
37.	نظم وإجراءات البنك في مجال أنظمة المعلومات تدعم الأفكار الجديدة والمبتكرة.
38.	يسعى البنك إلى تبني كل السياسات والإجراءات والطرق والأساليب الكفيلة بتسهيل العمليات الإدارية وتنفيذها بكفاءة وفاعلية.
39.	تشرح إدارة البنك السياسات والإجراءات المتبعة لجميع العاملين بوضوح.
40.	يوثق البنك السياسات والإجراءات الخاصة به في كتيبات خاصة يسهل الرجوع إليها من قبل الموظفين.
ح- العمليات الإدارية.	
41.	يقوم البنك بمراجعة وتقييم العمليات الإدارية بشكل مستمر وتصحيح الانحرافات فيها.
42.	يمتلك البنك عمليات إدارية مرنة ومتطورة تساعد على إنجاز الأعمال بدقة وبسهولة.
43.	يقارن البنك أداء العمليات الإدارية مع البنوك الأخرى للاستفادة من تجارب الآخرين.
44.	يحرص البنك على تحقيق الترابط والتداخل والتكامل بين عناصر العمليات الإدارية.
ط- البرامج	
45.	يهتم البنك في وضع برامج تُعنى بالحفاظ والتطوير لجميع المكونات المادية والبشرية.
46.	يخصص البنك موازنة كافية لبرامج تطوير وتدريب وتأهيل العاملين فيه.
47.	يصمم البنك خطط سنوية للبرامج التطويرية لمنتجات مالية إسلامية مبتكرة.
48.	يقوم البنك بتخصيص أنشطة من أجل توضيح برامج وخطط العمل باستمرار.

ي - الهيكل التنظيمي.	
49.	يعتمد البنك على هيكل تنظيمي واضح ومرن، يحسن من أداء الموظفين والعمليات الإدارية.
50.	يمتلك الموظفين في البنك حرية اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمالهم اليومية عن طريق تفويض واسع للسلطات.
51.	يحدد الهيكل التنظيمي للبنك بدقة طبيعة العلاقة بين الرؤساء والمرؤوسين.
52.	يغير البنك هيكله التنظيمي بشكل مستمر وفق ما تتطلب البيئة الخارجية والداخلية.

■ القسم الثالث: البيانات المتعلقة بالميزة التنافسية.

هـ -	الجودة المتفوقة.
53.	يقدم البنك منتجات وخدمات مالية إسلامية عالية الجودة تلبي حاجات ورغبات الزبائن.
54.	يسعى البنك بشكل جاد لتطبيق أنظمة الاعتماد والجودة المحلية والعالمية
55.	يمتلك موظفو البنك المعرفة الكاملة للإجابة عن أسئلة الزبائن واستفساراتهم.
56.	يقيم البنك جودة خدمات ومنتجات الصناعة المالية الإسلامية من أجل تحسينها باستمرار
57.	يراعي البنك تقديم منتجات وخدمات تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصادقية الشرعية
و -	الإبداع المتفوق.
58.	يهتم البنك بأفكار الموظفين الإبداعية والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم.
59.	ينتهج البنك سياسة التجديد والإبداع في منتجات وأساليب العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية.
60.	يطور البنك من منتجاته اعتماداً على دراسات السوق الجديدة لتتكيف معها.
61.	الموظفون في البنك لهم القدرة على خلق أفكار إبداعية جديدة تعزز مكانتها في السوق.
62.	تساعد التكنولوجيا المستخدمة على سرعة تطوير وتنويع منتجات الصناعة المالية الإسلامية في البنك.
ز -	الاستجابة المتفوقة
63.	يتميز البنك بقدرته العالية على الاستجابة لكافة حاجات المتعاملين معه كما ونوعاً وفي الوقت والمكان المناسبين.
64.	يهتم البنك ببحوث التسويق بغية التعرف على احتياجات الزبائن وسرعة إنجازها.

65.	تتصف الخطط والسياسات المتبعة في البنك بالمرونة لتحقيق أهدافه ومواجهة التغيرات التي تحد من استدامة الميزة التنافسية له.
66.	يسعى البنك إلى جعل منتجاته وخدماته ذات مرونة عالية تزيد من قدرته على المحافظة على استدامة الميزة التنافسية.
67.	يعمل البنك على فتح المجال أمام الزبائن لتقديم اقتراحاتهم وتجسيدها بخدمات متطورة تحاكي تطلعاتهم.
ح-	الكفاءة المتفوقة
68.	يسعى البنك إلى خفض تكاليف الإنتاج من خلال البحث والتطوير والاستغلال الأمثل لموارده.
69.	يعتمد البنك على نظم معلومات إدارية تزيد من التكامل والتنسيق بين الإدارات في تنفيذ العمليات.
70.	يتبنى البنك استخدام الطرق والأساليب الحديثة الكفيلة بتطوير كفاءة المنتجات المقدمة.
71.	يستخدم البنك التقنيات الحديثة في انجاز العمليات التشغيلية والإدارية.
72.	يملك البنك نظام رقابة يتضمن فحص وتقييم كفاءة وفاعلية العمليات الإدارية.

ملحق رقم (4)

المخاطبات الموجهة للبنوك لتسهيل مهمة الباحث



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الجامعة الإسلامية - غزة
The Islamic University of Gaza

هاتف داخلي: 1150

مكتب نائب الرئيس للبحث العلمي والدراسات العليا

الرقم: ج س ع /35/

Date: 2017/06/13 التاريخ:

حفظكم الله،،،

الأخوة الأفاضل/ بنك الانتاج

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع/ تسهيل مهمة طالب ماجستير

تهديكم شئون البحث العلمي والدراسات العليا أعطر تحياتها، وترجو من سيادتكم التكرم بتسهيل مهمة الطالب/ بهجت صبري مصطفى عطا الله، برقم جامعي 120140233 المسجل في برنامج الماجستير بكلية التجارة تخصص اقتصاديات التنمية وذلك بهدف تطبيق أدوات دراسته والحصول على المعلومات التي تساعد في إعدادها والتي بعنوان:

رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية - دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة

Intellectual Capital and its Role in Achieving Competitive Advantage for Islamic Financial Industry - Case Study of Islamic Banks in the Gaza Strip

والله ولي التوفيق،،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا
د. عبدالرؤف علي المناعمة



صورة إلى:-

المناف.



الأخوة الأفاضل / البنك الاسلامي العربي حفظه الله،،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

الموضوع/ تسهيل مهمة طالب ماجستير

تهديكم شئون البحث العلمي والدراسات العليا أعطر تحياتها، وترجو من سيادتكم التكرم بتسهيل مهمة الطالبة/ بهجت صبري مصطفى عطاالله، برقم جامعي 120140233 المسجلة في برنامج الماجستير بكلية التجارة تخصص اقتصاديات التنمية وذلك بهدف تطبيق أدوات دراسته والحصول علي المعلومات التي تساعده في إعداد الرسالة والمعونة ب: رأس المال الفكري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية للصناعة المالية الإسلامية - دراسة حالة البنوك الإسلامية في قطاع غزة

Intellectual Capital and its Role in Achieving Competitive Advantage for Islamic Financial Industry – Case Study of Islamic Banks in the Gaza Strip

والله ولي التوفيق،،

نائب الرئيس لشئون البحث العلمي والدراسات العليا



(Handwritten signature)

أ.د. عبدالرؤف علي المناعم

صورة إلى:-