

مجلة جامعة حمص

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 48 . العدد 1

1447 هـ - 2026 م

الأستاذ الدكتور طارق حسام الدين رئيس جامعة حمص

المدير المسؤول عن المجلة

رئيس تحرير مجلة جامعة حمص للعلوم الإنسانية	أ. د. وليد حمادة
رئيس تحرير مجلة جامعة حمص للعلوم الطبية والهندسية والأساسية والتطبيقية	د.نعيمة عجيب

عضو هيئة التحرير	د. محمد فراس رمضان
عضو هيئة التحرير	د. مضر سعود
عضو هيئة التحرير	د. ممدوح عبارة
عضو هيئة التحرير	د. موفق تلاوي
عضو هيئة التحرير	د. طلال رزوق
عضو هيئة التحرير	د. أحمد الجاعور
عضو هيئة التحرير	د. الياس خلف
عضو هيئة التحرير	د. روعة الفقس
عضو هيئة التحرير	د. محمد الجاسم
عضو هيئة التحرير	د. خليل الحسن
عضو هيئة التحرير	د. هيثم حسن
عضو هيئة التحرير	د. أحمد حاج موسى

تهدف المجلة إلى نشر البحوث العلمية الأصيلة، ويمكن للراغبين في طلبها

الاتصال بالعنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة جامعة حمص

سورية . حمص . جامعة حمص . الإدارة المركزية . ص . ب (77)

. هاتف / فاكس : ++ 963 31 2138071

. موقع الإنترنت : www.homs-univ.edu.sy

. البريد الإلكتروني : journal.homs-univ.edu.sy

ISSN: 1022-467X

شروط النشر في مجلة جامعة حمص

الأوراق المطلوبة:

- 2 نسخة ورقية من البحث بدون اسم الباحث / الكلية / الجامعة) + CD / word من البحث منسق حسب شروط المجلة.
 - طابع بحث علمي + طابع نقابة معلمين.
 - إذا كان الباحث طالب دراسات عليا:
يجب إرفاق قرار تسجيل الدكتوراه / ماجستير + كتاب من الدكتور المشرف بموافقة على النشر في المجلة.
 - إذا كان الباحث عضو هيئة تدريسية:
يجب إرفاق قرار المجلس المختص بإنجاز البحث أو قرار قسم بالموافقة على اعتماده حسب الحال.
 - إذا كان الباحث عضو هيئة تدريسية من خارج جامعة البعث :
يجب إحضار كتاب من عمادة كليته تثبت أنه عضو بالهيئة التدريسية و على رأس عمله حتى تاريخه.
 - إذا كان الباحث عضواً في الهيئة الفنية :
يجب إرفاق كتاب يحدد فيه مكان و زمان إجراء البحث ، وما يثبت صفته وأنه على رأس عمله.
 - يتم ترتيب البحث على النحو الآتي بالنسبة لكليات (العلوم الطبية والهندسية والأساسية والتطبيقية):
عنوان البحث .. ملخص عربي و إنكليزي (كلمات مفتاحية في نهاية الملخصين).
- 1- مقدمة
 - 2- هدف البحث
 - 3- مواد وطرق البحث
 - 4- النتائج ومناقشتها .
 - 5- الاستنتاجات والتوصيات .
 - 6- المراجع.

- يتم ترتيب البحث على النحو الآتي بالنسبة لكليات (الآداب - الاقتصاد - التربية - الحقوق - السياحة - التربية الموسيقية وجميع العلوم الإنسانية):
- عنوان البحث .. ملخص عربي و إنكليزي (كلمات مفتاحية في نهاية الملخصين).
- 1. مقدمة.
- 2. مشكلة البحث وأهميته والجديد فيه.
- 3. أهداف البحث و أسئلته.
- 4. فرضيات البحث و حدوده.
- 5. مصطلحات البحث و تعريفاته الإجرائية.
- 6. الإطار النظري و الدراسات السابقة.
- 7. منهج البحث و إجراءاته.
- 8. عرض البحث و المناقشة والتحليل
- 9. نتائج البحث.
- 10. مقترحات البحث إن وجدت.
- 11. قائمة المصادر والمراجع.
- 7- يجب اعتماد الإعدادات الآتية أثناء طباعة البحث على الكمبيوتر:
 - أ- قياس الورق 25×17.5 B5.
 - ب- هوامش الصفحة: أعلى 2.54- أسفل 2.54 - يمين 2.5- يسار 2.5 سم
 - ت- رأس الصفحة 1.6 / تذييل الصفحة 1.8
 - ث- نوع الخط وقياسه: العنوان . Monotype Koufi قياس 20
- كتابة النص Simplified Arabic قياس 13 عادي - العناوين الفرعية Simplified Arabic قياس 13 عريض.
- ج. يجب مراعاة أن يكون قياس الصور والجداول المدرجة في البحث لا يتعدى 12سم.
- 8- في حال عدم إجراء البحث وفقاً لما ورد أعلاه من إشارات فإن البحث سيهمل ولا يرد البحث إلى صاحبه.
- 9- تقديم أي بحث للنشر في المجلة يدل ضمناً على عدم نشره في أي مكان آخر، وفي حال قبول البحث للنشر في مجلة جامعة البعث يجب عدم نشره في أي مجلة أخرى.

10- الناشر غير مسؤول عن محتوى ما ينشر من مادة الموضوعات التي تنشر في المجلة
11- تكتب المراجع ضمن النص على الشكل التالي: [1] ثم رقم الصفحة ويفضل استخدام التهميش الإلكتروني المعمول به في نظام ورد WORD حيث يشير الرقم إلى رقم المرجع الوارد في قائمة المراجع.

تكتب جميع المراجع باللغة الانكليزية (الأحرف الرومانية) وفق التالي:

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

الكنية بالأحرف الكبيرة - الحرف الأول من الاسم تتبعه فاصلة - سنة النشر - وتتبعها معترضة (-) عنوان الكتاب ويوضع تحته خط وتتبعه نقطة - دار النشر وتتبعها فاصلة - الطبعة (ثانية . ثالثة) . بلد النشر وتتبعها فاصلة . عدد صفحات الكتاب وتتبعها نقطة .
وفيما يلي مثال على ذلك:

-MAVRODEANUS, R1986- Flame Spectroscopy. Willy, New York, 373p.

ب . إذا كان المرجع بحثاً منشوراً في مجلة باللغة الأجنبية:

— بعد الكنية والاسم وسنة النشر يضاف عنوان البحث وتتبعه فاصلة، اسم المجلد ويوضع تحته خط وتتبعه فاصلة — المجلد والعدد (كتابة مختزلة) وبعدها فاصلة — أرقام الصفحات الخاصة بالبحث ضمن المجلة.
مثال على ذلك:

BUSSE,E 1980 Organic Brain Diseases Clinical Psychiatry News , Vol. 4. 20 – 60

ج . إذا كان المرجع أو البحث منشوراً باللغة العربية فيجب تحويله إلى اللغة الإنكليزية و التقيد بالبنود (أ و ب) ويكتب في نهاية المراجع العربية: (المراجع In Arabic)

رسوم النشر في مجلة جامعة حمص

1. دفع رسم نشر (50000) ل.س أربعون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.
2. دفع رسم نشر (200000) ل.س مئة ألف ليرة سورية عن كل بحث للباحثين من الجامعة الخاصة والافتراضية .
3. دفع رسم نشر (200) مننًا دولار أمريكي فقط للباحثين من خارج القطر العربي السوري .
4. دفع مبلغ (15000) ل.س ستة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.

المحتوى

الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث
41-11	د. سعيد عزيز إسبر	أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية "دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"
76-42	د. حسين قصيري د. ريم زوباري	العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم (دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)
112-77	د. نهادر حيدر	تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف دراسة حالة بنك سورية والمهجر
141-113	مصطفى يونس د. فاطم سليمان د. سعيد إسبر	دور التسويق عبر المؤثرين في بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية "دراسة ميدانية لسوق الملابس عبر منصة انستغرام"

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية

"دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

الدكتور سعيد عزيز إسبر*

مُستخلص

تمثل الهدف الرئيس للبحث في تحديد أثر تطبيق الأساليب الكمية على الشفافية الإدارية بأبعادها (الوضوح، الإفصاح، المشاركة، والمصادقية)، وذلك في عينة من شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية، والمتمثلة بالشركات الآتية: شركة تنمية للصناعات الغذائية (كتاكت) في دمشق، شركة صباغ وشركاه للصناعات الغذائية في دمشق، شركة الزبيح للصناعات الغذائية في دمشق.

انبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، واستخدم الاستبانة كأداة للدراسة، إذ قام الباحث بتوزيع (180) استبانة على عينة ميسرة من المديرين والعاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في الشركات محل الدراسة. بلغ عدد الاستبانات التي تمّ تفرغها (172) استبانة. تمّ تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS 25).

وفي نهاية هذا البحث توصل الباحث إلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على جميع أبعاد الشفافية الإدارية (الوضوح، الإفصاح، المشاركة، والمصادقية) في الشركات محل الدراسة. كما تقدّم الباحث في نهاية البحث بمجموعة من التوصيات والتي كان أهمها: تضمين مبادئ الشفافية والحوكمة في القيم المؤسسية الرسمية وتشجيع ثقافة الملاحظات المفتوحة دون خوف من العقاب، تطبيق أنظمة رقمية متكاملة لإدارة الأداء والإفصاح عن النتائج وتسخير التقنيات الحديثة لنشر المعلومات المتعلقة بالعمليات والقرارات على الإنترنت لتكون متاحة للجمهور بسهولة، ضرورة الاهتمام بتعليم الأساليب الكمية في الجامعات وربطها بالواقع العملي عن طريق التدريب العملي وتنمية الوعي لدى متّخذي القرارات بأهمية استخدام هذه الأساليب في اتّخاذ القرارات الإدارية.

* أستاذ مساعد - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة اللاذقية - اللاذقية - سورية.

الكلمات المفتاحيّة: الأساليب الكميّة، الشفافية الإداريّة، شركات الصناعات الغذائيّة.

The Impact of Applying Quantitative Methods on Enhancing Administrative Transparency

“A Field Study in Food Manufacturing Companies in Syria”

Dr. Said Aziz Esber*

Abstract

The main objective of the research was to determine the impact of applying quantitative methods on administrative transparency in its dimensions (clarity, disclosure, participation, and credibility), in a sample of food industry companies operating in Syria, represented by the following companies: Tanmia Food Industries Company (Katakit) in Damascus, Sabbagh & Partners Food Industries Company in Damascus, Al Rabee Food Industries Company in Damascus.

The researcher followed the descriptive analytical approach as the study methodology, and used the questionnaire as the study tool. The researcher distributed (180) questionnaires to a convenience sample of managers and employees at the upper and middle management levels in the companies under study. The researcher analyzed the data using statistical analysis software (SPSS 25).

At the end of this research, the researcher concluded that there is a statistically significant effect of applying quantitative methods on all dimensions of administrative transparency (clarity, disclosure, participation, and credibility) in the companies under study. The researcher also made a number of recommendations, including: Incorporating the principles of transparency and governance into official corporate values and encouraging a culture of open feedback without fear of reprisal, implementing integrated digital systems for performance management and results disclosure, and harnessing modern technologies to publish information related to processes and decisions online to be easily accessible to the public, the need to pay attention to teaching quantitative methods in universities and linking them to practical reality

*Associate Professor - Department of Business Administration- Faculty of Economics- Latakia University- Lattakia- Syria.

through practical training and raising awareness among decision-makers of the importance of using these methods in making administrative decisions.

Keywords: Quantitative Methods, Administrative Transparency, Food Manufacturing Companies.

مُقدِّمة:

يَتَسَمَّ النَّظَامُ الْعَالَمِي الْجَدِيد بِسِيَادَةِ الْمُنْطِقِ الْعِلْمِيِّ وَالتَّقَوُّقِ التَّكْنُولُوجِيِّ الَّذِي انْعَكَسَتْ آثَارُهُ عَلَى مَخْتَلَفِ الْجَوَانِبِ الْاِقْتِسَادِيَّةِ وَالسِّيَاسِيَّةِ وَالاجْتِمَاعِيَّةِ وَالثَّقَافِيَّةِ. وَلَقَدْ مَسَّتِ الثَّوْرَةُ التَّكْنُولُوجِيَّةُ عَمَلِيَّةَ إِدَارَةِ الْمُنْظَمَةِ فِيمَا يَتَعَلَّقُ بِضُرُورَةِ مَوَاقِبَةِ هَذِهِ النُّطُورَاتِ وَالتَّغْيِيرَاتِ لِلثَّبَاتِ وَمَوَاجَهَةِ مَخْتَلَفِ الْمَشْكَلَاتِ وَالتَّحْدِيَّاتِ وَالْمَخَاطِرِ الَّتِي تَعْيِيقُ اسْتِمْرَارِيَّتَهَا وَتَقَدُّمَهَا، مِمَّا جَعَلَ التَّحْدِيَّ الْحَقِيقِي الَّذِي يُوَاجِهُ الْمُدِيرِينَ حَالِيًّا هُوَ فِي ضُرُورَةِ امْتِلَاكِهِمْ لِمَهَارَاتِ الْأَسَالِيبِ الْكَمِّيَّةِ الَّتِي تَعْتَمِدُ عَلَى قُوَّةِ النَّمَاذِجِ الْإِحْصَائِيَّةِ وَالرِّيَاضِيَّةِ فِي النِّحْلِيلِ دُونَ تَحْيُزِ شَخْصِيٍّ فِي التَّوَصُّلِ إِلَى الْقَرَارِ الْأَمْتَلِ، وَالِابْتِعَادِ عَنِ الطَّرُقِ التَّقْلِيدِيَّةِ الَّتِي تَقُومُ عَلَى الْقُدْرَاتِ الدَّائِيَّةِ الْخَاصَّةِ لِمَتَّخِذِ الْقَرَارِ كَالْحَدْسِ وَالتَّخْمِينِ وَالتَّقْدِيرِ الشَّخْصِيِّ وَغَيْرِهَا. فَالْأَسَالِيبُ الْكَمِّيَّةُ تَهْتَمُّ بِتَقْدِيمِ الطَّرُقِ الرِّيَاضِيَّةِ وَالصِّغِّ وَالْمَعَادِلَاتِ وَالنَّمَاذِجِ الَّتِي تَسَاعِدُ الْمُدِيرَ فِي دَرَسَةِ الْمَشْكَلَةِ وَتَحْدِيدِ مَتَغْيِرَاتِهَا وَتَحْلِيلِ الْبَيَانَاتِ الْمَتَعَلِّقَةِ بِهَا، ثُمَّ تَبْسِيطِهَا وَتَنْظِيمِهَا فِي نَمُودِجٍ رِيَاضِيٍّ سَلِيمٍ يَسَاعِدُ عَلَى تَقْدِيمِ الْحُلُومِ الْمُنَاسِبَةِ الدَّقِيقَةِ لِتِلْكَ الْمَشْكَلَةِ، مِمَّا يُوْدِي بِدَوْرِهِ إِلَى إِحْدَاثِ إِدَارَةٍ نَاجِحَةٍ تَعْمَلُ عَلَى مَبْدَأِ الشَّفَافِيَّةِ الْإِدَارِيَّةِ. تُعْتَبَرُ الشَّفَافِيَّةُ الْإِدَارِيَّةُ مِنَ الْمَفَاهِيمِ الَّتِي يَتَوَجَّبُ عَلَى الْمُنْظَمَاتِ الَّتِي تَبْحَثُ عَنِ طَرُقِ النُّجَاحِ تَطْبِيقِهَا وَالْعَمَلِ بِهَا، نَظْرًا لِمَا تَتَضَمَّنُهُ مِنْ إِتَاحَةِ الْفُرْصَةِ لِمَقُومَاتِ النُّجَاحِ وَقَطْعِ الطَّرِيقِ عَلَى الْفَسَادِ الْإِدَارِيِّ فِي مَعَالِجَةِ مَشْكَلَاتِهَا الْإِدَارِيَّةِ وَمَحَاوَلَةِ إِيجَادِ سُبُلٍ لِتَبْسِيطِ الْإِجْرَاءَاتِ وَاسْتِخْدَامِ نِظْمِ اتِّصَالَاتٍ فَعَّالَةٍ وَتَطْبِيقِ مَبْدَأِ الْمَشَارَكَةِ وَالْمَسَاءَلَةِ وَإِزَالَةِ الْغُمُوضِ وَاللَّبْسِ فِي السِّيَاسَاتِ وَالِإِجْرَاءَاتِ، فَضْلًا عَنِ مَسَاهِمَتِهَا فِي ضَمَانِ حَقِّ الْمُخْتَصِمِينَ فِي الْوَصُولِ إِلَى الْبَيَانَاتِ وَالِاطَّلَاعِ عَلَى الْمَعْلُومَاتِ، وَآلِيَّاتِ صُنْعِ الْقَرَارَاتِ ذَاتِ الْعِلَاقَةِ، وَمَعْرِفَةِ آيَّةِ اتِّخَاذِ الْقَرَارِ الْمَوْسُئِيِّ، وَوَضْعِ مَعَايِيرِ أَخْلَاقِيَّةٍ تَسَاعِدُ عَلَى كَشْفِ الْفَسَادِ. وَانْطِلَاقًا مِمَّا تَقَدَّمَ جَاءَتْ فِكْرَةُ هَذَا الْبَحْثِ فِي دَرَسَةِ أَثْرِ تَطْبِيقِ الْأَسَالِيبِ الْكَمِّيَّةِ عَلَى الشَّفَافِيَّةِ الْإِدَارِيَّةِ، وَذَلِكَ فِي عَيْنَةِ مِنْ شَرِكَاتِ الصَّنَاعَاتِ الْغِذَائِيَّةِ الْعَامِلَةِ فِي سُورِيَّةِ.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1- دراسة (صقر، 2023) بعنوان: أثر الشفافية الإدارية على التكيف التنظيمي في ضوء

تطبيق الأساليب الكمية - دراسة تطبيقية على الشركة المصرية للاتصالات [1]. هدفت

هذه الدراسة إلى تحديد أثر الشفافية الإدارية على التكيف التنظيمي في ضوء تطبيق الأساليب الكمية من خلال الوقوف على مدى توافر عناصر الشفافية الإدارية وأبعاد التكيف التنظيمي، وطبيعة علاقة الارتباط بينهما. لاختبار صحة فروض البحث تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة والعديد من الأساليب الإحصائية بعد إدخال البيانات على الحاسب الآلي باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS. ومن أهم النتائج التي توصل إليها البحث: توافر عناصر الشفافية الإدارية بالشركة المصرية للاتصالات والمتمثلة في الوضوح، الإفصاح، المصادقية والمشاركة بدرجة كبيرة بالنسبة للمستويات الإدارية المختلفة، اهتمام المنظمة بتنمية المهارات القيادية المتعلقة بتدريب المديرين على تطبيق الأساليب الكمية في حل المشكلات وإدارة الأزمات، كما توصلت إلى توافر أبعاد التكيف التنظيمي بالشركة المصرية للاتصالات والمتمثلة في التكيف مع: تاريخ المنظمة، السياسات التنظيمية، طرق أداء العمل، الأفراد العاملين، الحوافز المرتبطة بالإنجاز، والتكيف مع الأهداف والقيم التنظيمية، مما يعكس اهتمام المديرين والقيادات الإدارية بالتغيرات المتلاحقة على بيئة المنظمة لتحقيق التكيف التنظيمي المرتبط بالتكيف مع لغة المنظمة، والسياسات التنظيمية، وطرق أداء العمل وأهداف وقيم المنظمة، وتاريخها، وكذلك التكيف مع الحوافز المرتبطة بالإنجاز بمحافظة الشرقية.

2- دراسة (السديري، 2024) بعنوان: الدور الوسيط لتطبيق الأساليب الكمية في العلاقة بين

الشفافية الإدارية وتحقيق التميز التنظيمي في منظمات الأعمال [2]. هدفت هذه الدراسة

إلى تحديد الدور الوسيط لتطبيق الأساليب الكمية في العلاقة بين الشفافية الإدارية وتحقيق التميز التنظيمي في الكليات البشرية بجامعة الملك سعود بالرياض. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقد تكوّنت عينة الدراسة من (154) موظفة تم اختيار فرضيات الدراسة

بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS. وخُصت الدراسة إلى النتائج الآتية: هناك شفافية إدارية بكل مجالاتها بدرجة عالية في الكليات البشرية بجامعة الملك سعود بالرياض، وتوجد علاقة إيجابية قوية بين الشفافية الإدارية وأبعادها (الوضوح، الإفصاح، المصادقية والمشاركة)، وتطبيق الأساليب الكمية في عمليات اتخاذ القرارات وحلّ المشكلات بكفاءة وفعالية، كما اتضح وجود الشفافية الإدارية بجميع مجالاتها بنسبة مرتفعة في الكليات الإنسانية بجامعة الملك سعود بمدينة الرياض، يوجد علاقة طردية قوية بين الشفافية الإدارية وأبعادها (الوضوح، الإفصاح، المصادقية والمشاركة)، وبين التميّز المؤسسي بأبعاده (التمييز القيادي، التميّز البشري، التميّز الخدماتي).

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة: (Sir, 2024) بعنوان: [3]

The Relationship between the Use of Operations Research and Achieving administrative Transparency in Malaysian public Universities

العلاقة بين استخدام بحوث العمليات وتحقيق الشفافية الإدارية في الجامعات الحكومية في

ماليزيا

هدفت الدراسة إلى تحديد دور استخدام بحوث العمليات في تحقيق الشفافية الإدارية في الإدارة العامة بالجامعات الحكومية في ماليزيا. تمّ استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الملائم لتحقيق أهداف الدراسة، حيث بلغت عينة الدراسة (225) من العاملين في الإدارة العامة في الجامعات محلّ الدراسة، وتمّ تصميم استمارة استبانة وتوزيعها على العينة المستهدفة، وتمّ الحصول على (219) مفردة مطابقة لإجابات الدراسة وتساؤلاتها، حيث تمّ استخدام معامل ارتباط بيرسون للتعرف على العلاقة بين المتغيرين. توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج كان أهمها: أنّ مستوى استخدام بحوث العمليات في الجامعات قيد الدراسة جاء منخفضاً، كما أنّ ممارسة الشفافية الإدارية بأبعادها الخمسة المعتمدة في هذه الدراسة كان منخفضاً. بالإضافة إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين استخدام بحوث العمليات وتحقيق الشفافية الإدارية. أوصت الدراسة بالعمل بشكل أكبر على نشر الوعي بمفهوم الشفافية الإدارية واعتباره كمعيار

أساسي للرقابة والمساءلة في الجامعات قيد الدراسة، وأيضاً يجب نشر وتعزيز وعي العاملين في الجامعة قيد الدراسة بضرورة استخدام بحوث العمليات والأساليب الكمية في عمليات اتخاذ القرارات بما يساهم في تحسين وتطوير أدائها وتميزها.

2- دراسة (Gudel, 2025): [4]

The Role of Managerial Transparency and the Application of Quantitative Methods in Innovation Capacity: Evidence from Indonesian Economic Enterprises

دور الشفافية الإدارية وتطبيق الأساليب الكمية في القدرة على الابتكار: أدلة من الشركات الاقتصادية في إندونيسيا

هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير الشفافية الإدارية وتطبيق الأساليب الكمية على قدرة المدير على الابتكار. تم جمع البيانات عن طريق أخذ عينات عشوائية بسيطة عبر الإنترنت على مجتمع مدراء مئتي شركة اقتصادية في إندونيسيا. وبلغت نتائج الاستبيان المعادة والصحيحة 772 مستجيباً في العينة. تمت معالجة البيانات باستخدام طريقة SEM مع برنامج Smart PLS 3.0. وقد تمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في أن: للشفافية الإدارية وتطبيق الأساليب الكمية تأثير إيجابي وهام على القدرة على الابتكار، لتطبيق الأساليب الكمية تأثير إيجابي وهام على تحقيق الشفافية الإدارية.

التعليق على الدراسات السابقة: تتشابه الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة من حيث المتغير المستقل (تطبيق الأساليب الكمية)، وتختلف عن البعض الآخر من حيث ذات المتغير، إذ تمثل المتغير المستقل لبعض الدراسات السابقة بمتغيرات أخرى كالشفافية الإدارية، كما جاء هذا المتغير في بعض الدراسات السابقة كمتغير وسيط. كما اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث المتغير التابع الذي تمثل في الدراسة الحالية بالشفافية الإدارية، بينما تنوع المتغير التابع في الدراسات السابقة من التكيف التنظيمي، إلى التميز التنظيمي، وصولاً إلى القدرة على الابتكار، كما اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة، ومجتمع البحث وعينته، وكذلك من حيث المتغيرات الفرعية للشفافية الإدارية التي تم تناولها في البحث.

مشكلة البحث:

بناءً على الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي أطلع عليها الباحث، وعلى الدراسة الاستطلاعية التي قام بها لعينة من شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية، والمتمثلة بالشركات الآتية: شركة تنمية للصناعات الغذائية (كتاكت) في دمشق، شركة صباغ وشركاه للصناعات الغذائية في دمشق، شركة الربيع للصناعات الغذائية في دمشق، أمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر تطبيق الأساليب الكمية على الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية؟

ومن هذا التساؤل انبثقت التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما أثر تطبيق الأساليب الكمية على **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية؟
- 2- ما أثر تطبيق الأساليب الكمية على **الإفصاح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية؟
- 3- ما أثر تطبيق الأساليب الكمية على **المصادقية** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية؟
- 4- ما أثر تطبيق الأساليب الكمية على **المشاركة** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية؟

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: تبرز الأهمية النظرية للبحث من خلال تقديم إطار نظري لمتغيرات البحث (الأساليب الكمية، الشفافية الإدارية)، والتأشير على هذين المفهومين ومتغيراتها والوقوف على ماهيتهما، وذلك وفق آراء مجموعة من الباحثين.

الأهمية العملية: تستمد هذه الدراسة أهميتها العملية من أهمية تحديد مدى الدور الإيجابي الذي قد يلعبه تطبيق الأساليب الكمية في تعزيز أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية في سورية، وذلك نظراً للأهمية الكبيرة لهذه الشركات ومساهمتها الفعالة في دعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولبنيتها التنظيمية التي تسمح بتطبيق الأساليب الكمية، ولاحتكاكها

أثر تطبيق الأساليب الكميّة على تعزيز الشفافية الإداريّة
"دراسة ميدانيّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة"

المتواصل بالشركات الأجنبيّة التي تستخدم الأساليب الكميّة بشكل مؤثر جدّاً في عمليّة اتّخاذ قراراتها سواء عن طريق الشراكة أو المنافسة، بالإضافة إلى ضرورة البحث عن سلوك أمثل لهذه الشركات في ظل التوجّه نحو اقتصاد السوق والذي يتميّز بانفتاحه على العالم الخارجي ممّا يجعل المنافسة شديدة مع الشركات الأجنبيّة. ولذلك يصبح من الضّروري اللّجوء إلى الأساليب الكميّة في عمليّة اتّخاذ القرارات وتحقيق أبعاد الشفافية الإداريّة التي تزيد من قدرة هذه الشركات في الاستجابة للتغيّرات الديناميكيّة البيئيّة السريعة ومتطلّبات السوق، ممّا يزيد من تميّزها التنظيمي. بالإضافة إلى ذلك، قد تساعد نتائج وتوصيآت هذه الدّراسة في إلقاء الضوء على بعض الإجراءات والممارسات الإداريّة وإيجاد مؤشّرات موضوعيّة يُعتمد عليها في بناء برامج لتدريب المديرين على استخدام الأساليب الكميّة بالشكل الأمثل وتشكيل دليل استرشادي للمؤسّسات السورّيّة التي تسعى إلى تحقيق أبعاد الشفافية الإداريّة بالشكل الفعّال والأمثل.

أهداف البحث:

تمثّل الهدف الرّئيس للبحث بتحديد أثر تطبيق الأساليب الكميّة على تعزيز الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة، كما تتمثّل الأهداف المراد الوصول إليها من هذا البحث في:

- 1- تحديد أثر تطبيق الأساليب الكميّة على **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.
- 2- تحديد أثر تطبيق الأساليب الكميّة على **الإفصاح** كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.
- 3- تحديد أثر تطبيق الأساليب الكميّة على **المصداقيّة** كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.
- 4- تحديد أثر تطبيق الأساليب الكميّة على **المشاركة** كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.

فرضيات البحث:

تتمثّل الفرضيّة الرّئيسة للبحث بالآتي:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الشفافية الإدارية في شركات
الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

ومن هذه الفرضية الرئيسية انبثقت الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الوضوح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.
- 4- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يقوم على وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً، وتحليلها للإجابة على أهداف الدراسة ومناقشة فرضياتها، أما أدوات جمع البيانات فتمثلت بالآتي:

- **الجانب النظري:** تم الاعتماد في جمع البيانات الثانوية وتغطية الجانب النظري على المصادر العربية والأجنبية التي تشمل على الكتب والدوريات والرسائل الجامعية، كما تم الاستفادة من شبكة الانترنت لجمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة وصولاً إلى إطار علمي واضح لمعالجة مشكلة البحث.
- **الجانب العملي:** تم الاعتماد في جمع البيانات الأولية على الاستبانة كمصدر رئيس في الحصول على البيانات والمعلومات، إذ قام الباحث بتطوير استبانة وإعدادها وتوزيعها على عينة من المديرين والعاملين في الشركات محل الدراسة. كما تم استخدام مجموعة من الأساليب والأدوات التحليلية الإحصائية وذلك لوصف عينة البحث، واختبار فرضياته وتحقيق أهدافه، من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS 25) في التحليل.

مجتمع البحث وعيّنته:

تمثّل مجتمع البحث بجميع المديرين والعاملين في الشركات الصناعية العاملة في دمشق. أمّا عيّنة البحث فتمثّلت بعينة ميسرة من المديرين والعاملين في شركات الصناعات الغذائية الآتية العاملة في سورية: شركة تنمية الصناعات الغذائية (كتاكايت) في دمشق، شركة صباغ وشركاه للصناعات الغذائية في دمشق، شركة الربيع للصناعات الغذائية في دمشق.

حدود البحث:

الحدود المكانية: اقتصرت الحدود المكانية للبحث على شركات الصناعات الغذائية الآتية العاملة في سورية: شركة تنمية للصناعات الغذائية (كتاكايت) في دمشق، شركة صباغ وشركاه للصناعات الغذائية في دمشق، شركة الربيع للصناعات الغذائية في دمشق.

الحدود الزمنية: اقتصرت الحدود الزمنية للبحث على الفترة الزمنية الممتدة من 2025/07/01 حتى 2025/09/30م.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الحدود الموضوعية للبحث على المتغيّر المستقل المتمثّل بالأساليب الكمية، والمتغيّر التابع المتمثّل بالشفافية الإدارية بأبعادها: الوضوح، الإفصاح، المصادقية، والمشاركة.

القسم النظري:

أولاً: مفهوم الأساليب الكمية، أهميتها، ميزات ومحددات استخدامها:

تعرّف الأساليب الكمية حسب جمعية بحوث العمليات البريطانية بأنها: استخدام الأساليب العلمية لحلّ المشكلات المعقّدة في إدارة أنظمة كبيرة من القوى العاملة، المعدات، المواد الأولية، الأموال في المصانع والمؤسسات الحكومية وفي القوات المسلحة [5]. أمّا جمعية بحوث العمليات الأمريكية فقد عرّفتها بأنها تهتمّ باتّخاذ القرارات العلمية لتصميم ووضع أنظمة المعدات، والقوى العاملة وفقاً لشروط معينة تتطلب تخصيص الموارد المحدودة بشكل أمثل [6].

كما يُنظر للأساليب الكمية على أنّها العلم الذي يستخدم الوسائل الكمية والرقمية والنماذج الرياضية للتوصل للقرار الأمثل الذي يساعد المنظّمة على حل المشكلات ومواجهة المتغيّرات البيئية في ظل الموارد البشرية والمادية المتاحة [7]. وهناك من يرى الأساليب الكمية على أنّها الاعتماد على أساليب الرياضيات والاحصاء في معالجة المشكلات واتّخاذ القرارات في المنظّمة

من خلال التعبير عنها رياضياً أو كمياً، وذلك بعد أن تم صياغتها في إطار نموذج رياضي يتم فيه استيعاب كافة عناصر ومقومات المشكلة، بحيث يؤدي حل هذا النموذج إلى الحصول على المؤشرات الكمية اللازمة لدعم عملية اتخاذ القرار بشأن حل المشكلة فعلياً في الواقع العلمي [8].

ويمكن حصر الأساليب الكمية الأكثر شيوعاً في حل مشكلات المنظمات بالآتي: البرمجة الخطية، برمجة الأهداف، البرمجة الدينامية، برمجة الأعداد الصحيحة، نظرية القرارات، نظرية صفوف الانتظار، نظرية الألعاب، المحاكاة، نماذج التنبؤ، نماذج إدارة المخزون، نماذج النقل والتخصيص، التحليل الشبكي، التحليل الإحصائي، تحليل التكلفة والعائد، تحليل مستوى التعادل، تحليل ماركوف.

وتتجسد أهمية تطبيق الأساليب الكمية على الشكل الآتي:

اعتبر [9] أن أهمية تطبيق الأساليب الكمية تتمثل في قدرتها على مساعدة الإدارة على حل المشكلات المالية والإدارية التي تعجز عن حلها الأساليب التقليدية التي تعتمد فقط على المهارات الذاتية للمدير، وفي مساهمتها في تقريب المشكلة إلى الواقع من خلال صياغ علمية مبسطة ونماذج رياضية متنوعة، فضلاً عن قدرتها على عرض النتائج التي قدمتها العمليات الرياضية والصيغ العلمية بدقة عالية من جهة، وعرض البدائل المتاحة التي يمكن استخدامها لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد وتقليل الهدر من جهة ثانية. أما [10] فيرى أن أهمية تطبيق الأساليب الكمية تتجلى في قدرتها على تحديد وحصر عدد كبير جداً من الحلول الممكنة للمشكلة، ومن اختصار الوقت خاصة مع استخدام الحاسبات الإلكترونية. كما تمثلت أهمية تطبيق الأساليب الكمية في سهولة تجريب نماذجها الرياضية، إذ أن تكاليف الوقوع في أخطاء أثناء التجريب على النموذج أقل بكثير من تكاليف الأخطاء على النظام الحقيقي في الواقع الفعلي [11].

وبما أن بيئة الأعمال اليوم تتضمن قدرًا عاليًا من عدم التأكد، فإن استخدام النماذج الرياضية للأساليب الكمية يمكن الإدارة من أخذ المخاطر المحسوبة بعين الاعتبار عند قيامها بصنع القرار، مما يمكن من اتخاذ قرارات إدارية صحيحة وسليمة، وتوفير في الوقت والجهد والمال، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على أداء المنظمة وربحيتها. [12]

ويمكن توضيح أهم الميزات التي يمكن أن تتحقق جراء تطبيق الأساليب الكمية كالاتي:

يُعدُّ حلُّ المشكلاتِ الإداريَّةِ التي يمكن التَّعبير عنها بصورة كميَّة وتبسيط الكثير من المشكلات المعقَّدة وتنظيمها بشكل علمي مدروس بعيداً عن الآراء الشَّخصيَّة هو محور اهتمام تطبيق الأساليب الكميَّة، إذ تساهم في تقريب المشكلة الإداريَّة إلى الواقع، وصياغة نماذج رياضيَّة معيَّنة تعكس مكونات المشكلة، وعرض النُّموذج في مجموعة من العلاقات الرِّياضيَّة وإعطاء فرص مختلفة (بدائل) لعمليَّة اتِّخاذ القرارات، بما يساهم في تفسير عناصر المشكلة والعوامل المؤثِّرة فيها، كما تُعدُّ من الوسائل العلميَّة المساعدة في اتِّخاذ القرارات بأسلوب أكثر دقَّة وبعيداً عن العشوائيَّة النَّاتجة عن التَّجربة والخطأ. [7]

يرتكز تطبيق الأساليب الكميَّة على الطُّرق العلميَّة في البحث والدِّراسة، وهي أحسن الطُّرق كفاءة وفعاليَّة، وتقتضي الطُّريقة العلميَّة في حلِّ المشكلات اتِّباع الخطوات الأربعة الآتية: التَّحديد الدقيق للمشكلة وكافة أبعادها، يأتي بعدها تكوين مجموعة الفروض التي تعطي تفسيراً ممكناً لأبعاد المشكلة، ومن ثمَّ اختبار صحَّة تلك الفروض واستعراض البدائل التي تُسهِّم في حلِّ المشكلة على ضوء الفروض الصَّحيحة، وتتمثَّل الخطوة الرَّابعة في اختيار الحلِّ الأمثل من مجموعة الحلول البديلة. [9]

تأخذ الأساليب الكميَّة من النَّظرة الشُّموليَّة ومفهوم النُّظام أساساً لوصف الظواهر والمشكلات وتشخيصها، ولذلك فإنَّ الدِّراسات الخاصَّة بالأساليب الكميَّة لن تكون موجَّهة نحو كلِّ إدارة من إدارات المنظَّمة وإنَّما على العلاقات المتداخلة بينها، إلَّا في بعض الحالات التي تكون فيها المشكلات مرتبطة ببعض الوظائف فقط داخل المنظَّمة. كما تركز الأساليب الكميَّة على مفهوم تكامل المعرفة لفروع العلوم المختلفة، فهي تستفيد من التَّقَدُّم والخبرة والمعرفة من مجموع العلوم في مختلف التَّخصُّصات، ممَّا يسهم في إيجاد التَّكامل في المفاهيم، والذي يُعدُّ ضرورياً لتفسير الظواهر تفسيراً متكامل الأبعاد. [6]

تعتمد الأساليب الكميَّة بصورة أساسيَّة على الحاسبات الإلكترونيَّة في إجراء العمليَّات الحسابيَّة والرِّياضيَّة المعقَّدة اللَّازمة لحلِّ النُّماذج والوصول إلى حلول للمشكلات، إذ تتَّسم المشكلات التي تواجه منظَّمات الأعمال بالتَّعقيد واشتمالها على العديد من المتغيِّرات ذات

العلاقات المتشابهة، لذلك غالباً ما يستحيل حل هذه المشكلات يدوياً، ويتطلب الأمر الاستعانة بالحاسبات الإلكترونية التي تتمتع بسرعة التشغيل والدقة العالية وسهولة الاستخدام [10].

وتتمثل أهم المشكلات والمعوقات التي تعترض تطبيق الأساليب الكمية بالآتي:

اعتبر [8] أن أهم مشكلات ومعوقات تطبيق الأساليب الكمية تتمثل بعدم توفر البيانات بالتنوع والقدرة اللازمين، مما يحد من الاستفادة الكاملة من إمكانيات النماذج الكمية في ترشيد القرارات، بالإضافة إلى تأثير مجالات اتخاذ القرار الإداري بمتغيرات معنوية يصعب قياسها كميًا، هذا فضلاً عن ارتفاع تكلفة استخدام النماذج الكمية في بعض الأحيان، ويتمثل ذلك في تكلفة نظم المعلومات والحاسبات الإلكترونية والاختصاصيين في النماذج الكمية، فضلاً عن قصر استخدامها على المجالات الرئيسية والاستراتيجية في اتخاذ القرارات.

أما [12] فصنّف أهم مشكلات ومعوقات تطبيق الأساليب الكمية على الشكل الآتي:

- المعوقات المتعلقة بمتخذ القرار: ومنها، روتينية القرارات، عدم القدرة على استخدام الحاسوب، قلة المعرفة بالأساليب الكمية، مقاومة تغيير الطرق التقليدية لاتخاذ القرار واستبدالها بالأساليب الكمية.
- المعوقات المتعلقة بالأساليب الكمية ذاتها: ومن هذه المعوقات: تعقد النظم الآلية اللازمة لاستخدام الأساليب الكمية، ضرورة تطوير وتحديث النماذج والبرامج اللازمة لاستخدام الأساليب الكمية باستمرار، ارتفاع تكاليف تطوير النظم والنماذج المناسبة الخاصة بالأساليب الكمية، ارتفاع تكاليف المختصين بتطبيق الأساليب الكمية، صعوبة التطبيق بسبب زيادة عدد المتغيرات وتداخلها.
- المعوقات المتعلقة بالمنظمة: ومن هذه المعوقات: عدم قناعة الإدارة العليا بجدوى استخدام الأساليب الكمية، انخفاض ميزانيات البحث العلمي والتطوير بالمنظمة، عدم توافر الحواسيب اللازمة لاستخدام الأساليب الكمية، قلة البرامج التدريبية المتعلقة باستخدام الأساليب الكمية، عدم توافر الكوادر المتخصصة بهذا المجال، عدم قلة البيانات اللازمة لاستخدام الأساليب الكمية، ومركزية اتخاذ القرارات.
- المعوقات المتعلقة بالبيئة الخارجية المحيطة: ومن هذه المعوقات: عدم إمكانية إخضاع الكثير من المشكلات والظواهر التي يجب اتخاذ قرار بشأنها للقياس الكمي (الرقمي)،

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
"دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

صعوبة تطبيق نتائج استخدام الأساليب الكمية بسبب عدم استقرار الظروف الاقتصادية المحيطة بالمنظمة، إضافة إلى عدم أو قلة استخدام الأساليب الكمية في المنظمات والمؤسسات العامة والخاصة العاملة في نفس المجال.

ثانياً: مفهوم الشفافية الإدارية، أبعادها، وأهميتها:

تُعرف الشفافية عموماً بأنها إزالة الغموض واللبس، وفي المجال الإداري يُنصح المدراء بالحرص على إزالة أيّ غموضٍ أو لبسٍ من السياسات، بل يجب أن تكون بسيطة الفهم والتطبيق، فالشفافية هي المناخ الملائم والمتطلب الرئيس لنجاح المنظمات، حيث أنّ مبدأ الوضوح هو أساس النجاح لتوفر البيئة المناسبة للفأهم بين العاملين والتعبير عن همومهم، وتبيان مشاكلهم ومناقشة طرق حلّها بكل أريحيةٍ وعدم خوف، بما ينعكس بتقديم الآراء التي تخدم المنظمة [13]. وتعتبر الشفافية الإدارية من المفاهيم الحديثة في الإدارة، وتطبّقها المنظمات التي تبحث عن طرق النجاح، نظراً لما تتضمنه من إتاحة الفرصة لمقومات النجاح وقطع الطريق على الفساد الإداري، وغالباً ما يزول الغموض حول تفسير الأنظمة واللوائح عند تطبيق مبدأ الشفافية الإدارية، كما يُتوقع أن يتم تبسيط الإجراءات بما يسهم في مكافحة الفساد الإداري والذي عادة ينشأ وينمو في البيئة ذات الأنظمة واللوائح الغامضة، كما تزيد الشفافية من مستوى الثقة في المنظمات التي تطبقها، وهنا نقول إن مفهوم الشفافية عكس الغموض الذي عادة ما تنمو فيه العادات والممارسات السلبية التي تؤدي إلى حدوث فساد إداري [14]. كما عرّف [15] الشفافية بأنها حقّ الأفراد في الوصول إلى البيانات والإطلاع على المعلومات، وآليات صنع القرارات ذات العلاقة، ومعرفة آلية اتخاذ القرار المؤسسي، ووضع معايير أخلاقية تساعد على كشف الفساد. لذلك يمكن تعريف الشفافية الإدارية بأنها الوضوح في القرارات والخُطط والسياسات نتيجة النُضوج فيها، فهي لا يمكن أن تصدر إلّا وهي ناضجة من جميع الجوانب، ولا تحتل أكثر من تأويل وبالتالي يسهل تطبيقها. بكلمات أخرى فهي تمثلّ الوضوح في التّشريعات، وخلق بيئة تسمح بالتّطوير وصدور، القرارات الواضحة البعيدة عن الغموض في التفسير.

كما يشير مصطلح الشفافية إلى الصراحة والوضوح والنزاهة، لذا تعني شفافية أجهزة الدولة أن تكون الأجهزة في بيت من زجاج، حيث يرى الجميع بوضوح ما تقوم به من أعمال وما تنفّذه من برامج، وكيفية تنفيذها [16]، فهي حق كل فرد للوصول إلى المعلومات ومعرفة آليات اتخاذ

القرار المؤسسي، وبالتالي فهي متطلب ضروري لوضع أخلاقية وميثاق عمل مؤسسي، مما يؤدي إلى الثقة والمساعدة على اكتشاف الأخطاء والتجاوزات [17]. أما على مستوى المنظمات، فتعني الشفافية الإدارية وضوح التعليمات ودقة الأعمال المنجزة وإتباع ممارسات واضحة وسهلة للوصول إلى اتخاذ قرارات على درجة عالية من الموضوعية والدقة والوضوح، أي توفير المعلومات لجميع الأفراد أو لمن لا يستطيع الوصول إليها، والقضاء على تباين المعلومات، وجعلها شفافة [18]، وبالتالي وجود بيئة تنظيمية تنسجم بالوضوح، الإفصاح، المشاركة والمصادقية في مختلف الأنشطة والمجالات والمستويات داخل المنظمة، وهي ما تمثل أبعاد الشفافية الإدارية.

تحدد أهمية الشفافية الإدارية من خلال النقاط الآتية:

- 1- تساعد على إزالة العوائق الروتينية أو البيروقراطية، فالشفافية تساعد على تبسيط الإجراءات والتوسع في اللامركزية ووضوح السلطة، بالإضافة إلى بساطة الهيكل التنظيمي للمنظمات مما يسهل نشر المعلومات في الاتجاهين الصاعد والنازل. [15]
- 2- تمثل الشفافية الإدارية أحد عناصر التنمية المستدامة، فهي توفر العمل في بيئة تنصف بالوضوح والنزاهة، مما ينتج عنها جودة في أداء الأفراد والمؤسسات. [18]
- 3- تعمل الشفافية الإدارية على مشاركة الأفراد في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمنظمة، وتوعيتهم وإطلاعهم على كل ما يستجد من أحداث، وتحقيق العدالة والمساواة بينهم.
- 4- تطالب الشفافية الإدارية بالمصادقية والإفصاح والانفتاح الإداري، مما يساعد الأفراد على التعبير عن آرائهم ومقترحاتهم ومشاكلهم، وبالتالي زيادة رضائهم الوظيفي.
- 5- تعتبر الشفافية الإدارية أداة هامة لمكافحة التجاوزات والمشكلات الإدارية التي يمكن أن تحدث في المنظمة كاستغلال النفوذ، الرشوة، الفساد الإداري، بالإضافة إلى أنها وسيلة لمساءلة الأفراد ومعاقبتهم. [19]
- 6- تعمل الشفافية الإدارية على تطوير وظائف المنظمات من منظمات متخصصة إلى فرق عمل تقوم بأداء وظائفها بشكل أفضل وأوضح وأكثر شفافية، لأن الجهود المبذولة هي جهود مشتركة لكل الأفراد.

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
"دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

- 7- تسهم الشفافية الإدارية في تعزيز الرقابة الذاتية، أين يتمتع الأفراد باستقلالية أكثر أثناء قيامهم بواجباتهم الوظيفية، فالمهام والإجراءات والصلاحيات واضحة، وولديهم ما يكفي لاتخاذ القرارات داخل حدود عملهم وقواعده. [16]
- 8- للشفافية الإدارية أهمية سواء للمنظمة أو أفرادها، فهي تساعد على وضوح الأهداف ونشر المعلومات وتقوية الاتصالات والعلاقات بين الإدارة وأفرادها، كما تشجع التعاون وتعزز الثقة والولاء لدى الأفراد، وتتمى شعورهم بالانتماء والمواطنة للمنظمة، مما يساهم في تحسين أدائهم وأدائها أيضاً. [20]

النتائج والمناقشة:

1- أداة الدراسة:

بعد إطلاع الباحث على مجموعة من الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية التي تناولت دراسة أثر تطبيق الأساليب الكمية على الشفافية الإدارية، وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها في شركات الصناعات الغذائية الآتية: شركة تنمية للصناعات الغذائية (كتاكت) في دمشق، شركة صباغ وشركاه للصناعات الغذائية في دمشق، شركة الربيع للصناعات الغذائية في دمشق.

قام الباحث بتوزيع (180) استبانة على عينة ميسرة من المديرين والعاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في الشركات محل الدراسة، تم استرداد كامل الاستبانات الموزعة، واستبعاد (8) استبانات منها لعدم استكمال بياناتها، وبذلك يكون عدد الاستبانات التي تم تفرغها (172) استبانة. قام الباحث بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) (25).

2- اختبار صدق وثبات الاستبانة:

تم التأكد من الصدق الظاهري للاستبانة بأن قام الباحث بعرضها على (4) من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال والإحصاء. وفي ضوء الملاحظات والتوجيهات التي قدمها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي تركزت معظمها في تحسين صياغة بعض العبارات وحذف بعض العبارات غير الملائمة.

ولإيجاد الصدق البنائي للاستبانة قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (1): معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

الرقم	المحور	معامل سبيرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1	الأساليب الكميّة	.825	0.000
2	الوضوح	.879	0.000
3	الإفصاح	.768	0.000
4	المشاركة	.819	0.000
5	المصداقية	.842	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يبين الجدول السابق أنّ جميع معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)، ولذلك تُعتبر جميع محاور الاستبانة صادقة لما وُضعت لقياسه.

تمّ التأكيد من "ثبات الاستبانة" بأن قام الباحث بحساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة من جهة، ولجميع فقرات الاستبانة من جهة ثانية. يتمّ حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ عن طريق برنامج (SPSS)، وعادةً ما تكون قيمته مقبولة إذا زادت عن (0.60)، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

أثر تطبيق الأساليب الكميّة على تعزيز الشفافية الإداريّة
 "دراسة ميدانيّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة"

الجدول رقم (2): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	الأساليب الكميّة	0.835
2	الوضوح	0.789
3	الإفصاح	0.877
4	المشاركة	0.865
5	المصدقيّة	0.859
	جميع المحاور السابّقة معاً	0.848

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من الجدول السّابق أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ هي أكبر من القيمة (0.60) لكلّ محور من محاور الاستبانة، فهي تتراوح بين (0.789) و (0.877)، أمّا قيمة هذا المعامل لجميع محاور الاستبانة مجتمعة فقد بلغت (0.848). وبذلك يمكن القول أنّ الاستبانة تتمنّع بدرجة جيدة جداً من الصدق والثبات، ممّا يعني أنّها قابلة للتوزيع على أفراد العيّنة وصالحة للحصول على البيانات المطلوبة.

3- اختبار فرضيّات البحث:

1/3- اختبار الفرضيّة الفرعيّة الأولى:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة لتطبيق الأساليب الكميّة على الوضوح كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.

لاختبار هذه الفرضيّة قام الباحث أولاً باختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكميّة والوضوح كأحد أبعاد الشفافية الإداريّة في الشركات محلّ الدّراسة، وكانت النّتائج على الشّكل الآتي:

الجدول رقم (3): اختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والوضوح في الشركات محلّ الدّراسة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.691	.879

المصدر: نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يُتضح من الجدول رقم (3) أنّ قيمة معامل الارتباط تبلغ (0.763)، ممّا يعني أنّ العلاقة طرديةً ومقبولة بين تطبيق الأساليب الكمية والوضوح في الشركات محلّ الدّراسة. كما يظهر من الجدول السابق أنّ قيمة معامل التّحديد قد بلغت (0.582)، ممّا يعني أنّ تطبيق الأساليب الكمية يفسّر تقريباً (58%) من قيم التّغيرات في الوضوح كأحد أبعاد الشّفاافية الإداريّة في الشركات محلّ الدّراسة، وتعود النّسبة المتبقّيّة إلى تأثير متغيرات أخرى.

ومن ثمّ قام الباحث باستخدام تحليل التّباين (ANOVA) لاختبار الفرضيّة الفرعيّة الأولى، وكانت النّتائج على الشّكل الآتي:

الجدول رقم (4): نتائج تحليل التّباين لاختبار الفرضيّة الفرعيّة الأولى

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33.531	1	33.531	113.463	.001 ^b
Residual	124.527	170	2.491		
Total	158.058	171			

المصدر: نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل التّباين في الجدول رقم (4) أنّ قيمة (F) قد بلغت (113.463)، وذلك عند مستوى الدّلالة (Sig. = 0.001)، ممّا يعني (Sig. = 0.001 < 0.05)، وهذا يعني أنّ

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
 "دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

نموذج الانحدار الخطي دالّ إحصائياً، وبالتالي فإنّ النموذج بشكل عام معنوي وصالح للتّحليل الإحصائي.

ثمّ قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار الخطي لدراسة أثر تطبيق الأساليب الكمية على **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلّ الدّراسة، وكانت النتائج على الشّكل الآتي:

الجدول رقم (5): نتائج تحليل الانحدار الخطي لاختبار الفرضية الفرعية الأولى
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 الأساليب الكمية	4.328	.695		6.227	.000
	.315	.079	.763	3.987	.001

المصدر: نتائج التّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل الانحدار الخطي في الجدول (5) أنّ أثر تطبيق الأساليب الكمية على **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلّ الدّراسة هو دالّ إحصائي حسب قيمة T المحسوبة، والتي تساوي (3.987)، وذلك عند معنوية الدّلالة الحسابية (Sig. = 0.001)، وهي أصغر من معنوية الدّلالة القياسية (Sig. = 0.05)، وبالتالي يتمّ رفض الفرضية الفرعية الأولى وقبول الفرضية البديلة، حيث يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على **الوضوح** في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

وبناءً على ما سبق تظهر معادلة الانحدار على الشّكل الآتي:

$$y = 4.328 + 0.315 x$$

أي أنّ زيادة تطبيق الأساليب الكمية بمقدار وحدة واحدة سيساهم في زيادة **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلّ الدّراسة بمقدار (0.315)، وبالتالي يوجد أثر إيجابي لتطبيق الأساليب الكمية على **الوضوح** كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلّ الدّراسة

2/3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.
لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً باختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (6): اختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والإفصاح في الشركات محل الدراسة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.677	.842

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يُضح من الجدول رقم (6) أن قيمة معامل الارتباط تبلغ (0.756)، مما يعني أن العلاقة طردية ومقبولة بين تطبيق الأساليب الكمية والإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة. كما يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0.571)، مما يعني أن تطبيق الأساليب الكمية يفسر تقريباً (57%) من قيم التغيرات في الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وتعود النسبة المتبقية إلى تأثير متغيرات أخرى.
ومن ثم قام الباحث باستخدام تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (7): نتائج تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19.930	1	19.930	127.214	.010 ^b
Residual	138.127	170	2.763		

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
 "دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

Total	158.058	171		
-------	---------	-----	--	--

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل التباين في الجدول رقم (7) أن قيمة (F) قد بلغت (127.214)، وذلك عند مستوى الدلالة (Sig. = 0.010)، مما يعني (Sig. = 0.010 < 0.05)، وهذا يعني أن نموذج الانحدار الخطي دال إحصائياً، وبالتالي فإن النموذج بشكل عام معنوي وصالح للتحليل الإحصائي.

ثم قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار الخطي لدراسة أثر تطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (8): نتائج تحليل الانحدار الخطي لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.735	.869		5.448	.000
الأساليب الكمية	.249	.092	.756	2.706	.010

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل الانحدار الخطي في الجدول (8) أن أثر تطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة هو دال إحصائي حسب قيمة T المحسوبة، والتي تساوي (2.706)، وذلك عند معنوية الدلالة الحسابية (Sig. = 0.010)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig. = 0.05)، وبالتالي يتم رفض الفرضية الفرعية الثانية وقبول الفرضية البديلة، حيث يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

وبناءً على ما سبق تظهر معادلة الانحدار على الشكل الآتي:

$$y = 4.735 + 0.249 x$$

أي أن زيادة تطبيق الأساليب الكمية بمقدار وحدة واحدة سيساهم في زيادة الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة بمقدار (0.249)، وبالتالي يوجد أثر إيجابي لتطبيق الأساليب الكمية على الإفصاح كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.

3/3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً باختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والمشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (9): اختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والمشاركة في الشركات محل الدراسة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.675	.829	.899

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يتضح من الجدول رقم (9) أن قيمة معامل الارتباط تبلغ (0.822)، مما يعني أن العلاقة طردية ومنتينة بين تطبيق الأساليب الكمية والمشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة. كما يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل التحديد قد بلغت (0.675)، مما يعني أن تطبيق الأساليب الكمية يفسر تقريباً (68%) من قيم التغيرات في المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وتعود النسبة المتبقية إلى تأثير متغيرات أخرى.

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
 "دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

ومن ثم قام الباحث باستخدام تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (10): نتائج تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	38.036	1	11.036	115.753	.000 ^b
Residual	120.022	170	2.940		
Total	158.058	171			

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل التباين في الجدول (10) أنَّ قيمة (F) قد بلغت (115.753)، وذلك عند مستوى الدلالة (Sig. = 0.000)، ممَّا يعني (Sig. = 0.000 < 0.05)، وهذا يعني أنَّ نموذج الانحدار الخطي دالَّ إحصائياً، وبالتالي فإنَّ النموذج بشكل عام معنوي وصالح للتحليل الإحصائي.

ثم قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار الخطي لدراسة أثر تطبيق الأساليب الكمية على المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلَّ الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار الخطي لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.498	.891		6.171	.000
الأساليب الكمية	.297	.151	.822	1.967	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل الانحدار الخطي في الجدول (11) أن أثر تطبيق الأساليب الكمية على المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة هو دال إحصائي حسب قيمة T المحسوبة، والتي تساوي (1.967)، وذلك عند معنوية الدلالة الحسابية (Sig. = 0.000)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig. = 0.05)، وبالتالي يتم رفض الفرضية الفرعية الثالثة وقبول الفرضية البديلة، حيث يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المشاركة في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

وبناءً على ما سبق تظهر معادلة الانحدار على الشكل الآتي:

$$y = 5.498 + 0.297 x$$

أي أن زيادة تطبيق الأساليب الكمية بمقدار وحدة واحدة سيساهم في زيادة المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة بمقدار (0.297)، وبالتالي يوجد أثر إيجابي لتطبيق الأساليب الكمية على المشاركة كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.

4/3- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً باختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والمصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (12): اختبار العلاقة بين تطبيق الأساليب الكمية والمصادقية في الشركات محل الدراسة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.679	.795

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

أثر تطبيق الأساليب الكمية على تعزيز الشفافية الإدارية
 "دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية"

يُنصَح من الجدول رقم (12) أنَّ قيمة معامل الارتباط تبلغ (0.784)، ممَّا يعني أنَّ العلاقة طردية ومقبولة بين تطبيق الأساليب الكمية والمصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلَّ الدراسة. كما يظهر من الجدول السابق أنَّ قيمة معامل التَّحديد قد بلغت (0.614)، ممَّا يعني أنَّ تطبيق الأساليب الكمية يفسَّر تقريباً (61%) من قيم التَّغيرات في المصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلَّ الدراسة، وتعود النسبة المتبقية إلى تأثير متغيرات أخرى.

ومن ثم قام الباحث باستخدام تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (13): نتائج تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة
 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18.036	1	11.036	156.991	.003 ^b
Residual	140.022	170	2.940		
Total	158.058	171			

المصدر: نتائج التَّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل التباين في الجدول (13) أنَّ قيمة (F) قد بلغت (156.991)، وذلك عند مستوى الدلالة (Sig. = 0.003)، ممَّا يعني (Sig. = 0.003 < 0.05)، وهذا يعني أنَّ نموذج الانحدار الخطي دالَّ إحصائياً، وبالتالي فإنَّ النموذج بشكل عام معنوي وصالح للتَّحليل الإحصائي.

ثم قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار الخطي لدراسة أثر تطبيق الأساليب الكمية على المصادقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محلَّ الدراسة، وكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (14): نتائج تحليل الانحدار الخطي لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.436	.964		5.639	.000
1 الأساليب الكمية	.309	.125	.784	2.472	.002

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من تحليل الانحدار الخطي في الجدول (14) أن أثر تطبيق الأساليب الكمية على المصدقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة هو دال إحصائي حسب قيمة T المحسوبة، والتي تساوي (2.472)، وذلك عند معنوية الدلالة الحسابية (Sig. = 0.002)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig. = 0.05)، وبالتالي يتم رفض الفرضية الفرعية الرابعة وقبول الفرضية البديلة، حيث يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على المصدقية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

وبناءً على ما سبق تظهر معادلة الانحدار على الشكل الآتي:

$$y = 5.436 + 0.309 x$$

أي أن زيادة تطبيق الأساليب الكمية بمقدار وحدة واحدة سيساهم في زيادة المصدقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة بمقدار (0.309)، وبالتالي يوجد أثر إيجابي لتطبيق الأساليب الكمية على المصدقية كأحد أبعاد الشفافية الإدارية في الشركات محل الدراسة.

النتائج والتوصيات:

أسفر البحث عن التوصل إلى النتائج الآتية:

1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق الأساليب الكمية على الشفافية الإدارية، من حيث بُعد الوضوح في شركات الصناعات الغذائية العاملة في سورية.

أثر تطبيق الأساليب الكميّة على تعزيز الشفافية الإداريّة
"دراسة ميدانيّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة"

- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة لتطبيق الأساليب الكميّة على الشفافية الإداريّة، من حيث بُعد الإفصاح في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.
- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة لتطبيق الأساليب الكميّة على الشفافية الإداريّة، من حيث بُعد المشاركة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.
- 4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة لتطبيق الأساليب الكميّة على الشفافية الإداريّة، من حيث بُعد المصدقيّة في شركات الصناعات الغذائيّة العاملة في سورّيّة.

من خلال ما تمّ التوصل إليه من نتائج، يوصي الباحث بالآتي:

- 1- دمج الشفافية في ثقافة الشركات محلّ الدراسة: وذلك من خلال تضمين مبادئ الشفافية والحوكمة في القيم المؤسسيّة الرّسميّة، وتشجيع ثقافة الملاحظات المفتوحة دون خوفٍ من العقاب.
- 2- تطوير الأنظمة والآليات في الشركات محلّ الدراسة: وذلك من خلال تطبيق أنظمة رقميّة متكاملة لإدارة الأداء والإفصاح عن النّائج، وتسخير التّقنيات الحديثة لنشر المعلومات المتعلّقة بالعمليات والقرارات على الإنترنت لتكون متاحة للجمهور بسهولة.
- 3- تعزيز الممارسات الإداريّة في الشركات محلّ الدراسة: وذلك من خلال توفير برامج تدريب دوريّة لرفع الوعي بأهميّة الشفافية لدى جميع المستويات الإداريّة، وضع سياسات واضحة للإفصاح عن تضارب المصالح، والانتقال من الاجتماعات التّقليديّة "من أعلى إلى أسفل" إلى بيئة تسمح بمشاركة الآراء والنّقاشات المفتوحة.
- 4- تفعيل آليات الرّقابة والمحاسبة في الشركات محلّ الدراسة: وذلك من خلال تفعيل دور آليات المراقبة الماليّة والرّقابة الدّاخلية للقضاء على الفساد الإداري، وعدم التّسامح مع مرتكبي أفعال الفساد وملاحقتهم وتطبيق العقوبات الرّادعة.
- 5- المشاركة المجتمعيّة في الشركات محلّ الدراسة: وذلك من خلال طلب آراء الجمهور لتحديد المعلومات التي يرغبون في الاطّلاع عليها لتكون مفيدة لهم، تعزيز مشاركة المجتمع المدني في وضع استراتيجيات مكافحة الفساد.

- 6- ربط نظرية الأساليب الكمية بالتطبيق العملي: وذلك من خلال ضرورة الاهتمام بتعليم الأساليب الكمية في الجامعات وربطها بالواقع العملي عن طريق التدريب العملي، وتنمية الوعي لدى متخذي القرارات بأهمية استخدام هذه الأساليب في صنع القرارات.
- 7- تطوير القدرات التكنولوجية في الشركات محل الدراسة: وذلك من خلال استخدام القدرات التقنية للحاسوب في العمليات الإدارية واتخاذ القرارات، والاستفادة من البرمجيات الجاهزة للأساليب المحاكية في اتخاذ القرارات.
- 8- التحسين المستمر: وذلك من خلال متابعة وتقييم نتائج تطبيق الأساليب الكمية بعد التنفيذ، للتأكد من مدى نجاحها في تحقيق الأهداف، والعمل على تطوير الأساليب الكمية لمواجهة المنافسة المتزايدة في بيئة الأعمال.

قائمة المراجع:

- 1- SAQR, Y. (2023). *The Impact of Administrative Transparency on Organizational Adaptation in Light of Applying Quantitative Methods – An Applied Study on Telecom Egypt*. Journal of Advanced Economic Research. Vol. 5, No. 1, 119-135.
- 2- AL-SUDAIRI, N. (2024). The mediating role of applying quantitative methods in the relationship between administrative transparency and achieving organizational excellence in business organizations. *Al-Qadisiyah Journal of Management and Economics*, Vol. 10, No. 2, 24-48.
- 3- SIR, P. (2024). *The Relationship between the Use of Operations Research and Achieving administrative Transparency in Malaysian public Universities*. International Journal of Educational and Psychological Researches. Vol. 1, No. 2, 87-95.
- 4- GUDEL, Z. (2025). *The Role of Managerial Transparency and the Application of Quantitative Methods in Innovation Capacity: Evidence from Indonesian Economic Enterprises: A Survey*. European journal of Operational Research. Vol. 5, No. 2, 189-198.
- 5- FELIX, F. (2021). *Is Quantitative methods associated with organizational Prestige? A Political Party Example*. Journal of Business & Economic Policy, Vol. 2, No. 3, 187 -197.
- 6- CHERRY, C. (2022). *Practical Managerial. Decision Making Tools: Operations Research*. Journal of Applied Business and Economics. Vol. 18, No. 9, 537-556.
- 7- HARDING, F. (2023). *Quantitative methods and their relationship to innovation*. Journal of Business and Management Sciences, Vol. 7, No. 3, 76-92.
- 8- FOX, F. (2021). *The Relationship between Quantitative methods and Administrative Creativity by Leader Member Exchange*. Journal of Management, Vol. 4, No. 2, 114-121.
- 9- KAGE, D. (2022). *The Role of Quantitative Methods in Improving the Administrative Decision-Making Process*. International Business Research, Vol. 8, No. 1, 117-130.
- 10- DELGATY, M. (2021). *Quantitative Methods: Foundations and Challenges*. Cross Cultural Management Journal, Vol. 22, No. 2, 297-320.

- 11- CASTLE, V. (2020). *The Role of Quantitative Methods in Improving Strategic Planning*. European Research Studies Journal, Vol. 3, No. 2, 391-403.
- 12- ESBER, S. (2018). *The use of Quantitative Methods in the Administrative Decision-Making Process: A case Study of the General Company for Cotton Yarn in Latakia*. Tartous University Journal for Research and Scientific Studies – Economic and Legal Sciences Series, Vol. 2, No.1.
- 13- ALEXANDAR, M. (2021). *The Role of Administrative Transparency in Achieving Organizational Excellence in Economic Institutions*. Journal of Research in Business, Economics and Management, Vol. 10, No. 4, 2034-2045.
- 14- THIRIO, J (2021). *Administrative Transparency Behaviors and their Impact on Organizational Creativity*. Corporate Communications: An international Journal, Vol. 20, No. 4.
- 15- BOSTON, M. (2020). *The Role of Administrative Transparency in Activating Knowledge Management and their Impact on Organizational Performance*. Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education, Vol. 13, No. 6, 2057-2068.
- 16- SERLING, W. (2022). *The Role of Administrative Transparency in Managing Organizational Change*. Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education, Vol. 18, No. 10, 1492-1505.
- 17- BAIER, D. (2021). *The Role of Transformational Leadership, Organizational Learning and Structure on Innovation Capacity: Evidence from Indonesia Private Schools*. Journal Education, psychology and Counseling, Vol. 10, No. 5, 74-84.
- 18- MUGHEL, B. (2021). *Transformational Leadership, Creativity, and Organizational Innovation*. American Journal of Human Ecology, Vol. 2, No. 1, 7-15.
- 19- TOM, R. (2023). *Administrative Transparency*. (7 ed.). Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- 20- MICHAEL, B. (2024). *Organizational Trust*. (4 ed.). John Wiley & Sons.

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

د. حسين قصيري¹

د. ريم زوباري²

المخلص

هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم النفقات الرأسمالية ومؤشراتها وأهميتها ودراسة العلاقة بين النفقات الرأسمالية مقاسة (بالنفقات الرأسمالية والتغير في الأصول الثابتة) وسلوك سهم الشركة الاهلية مقاساً (بمعدل دوران السهم وسعر السهم ونسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية) لمعرفة مركزها الحالي الحقيقي في السوق. وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS خلال السنوات 2022_2009

وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج التالية: يؤثر التغير في النفقات الرأسمالية بمعدل دوران سهم الشركة الأهلية للزيوت النباتية (ارتفاعاً أو انخفاضاً). من خلال توجه الشركة نحو التمويل باتجاه زيادة طرح الأسهم أو تجزئتها. ولكن لا يوجد أي أثر للتغير في النفقات الرأسمالية مقاسة بتغير الأصول الثابتة مع معدل دوران السهم وهذا يعكس سياسة الشركة النقدية بخصوص شراء الأصول الثابتة نقداً.

كما يؤثر التغير في النفقات الرأسمالية مقاسة (بالتغير بالنفقات من الأنشطة الرأسمالية والأصول الثابتة) بسعر سهم الشركة الأهلية للزيوت النباتية بدرجة كبيرة مما يعكس توقعات المستثمرين

¹ - مدرس في قسم الإدارة في الجامعة الوطنية الخاصة Husain.Kousayri@wpu.edu.sy

² - أستاذ مساعد في قسم المحاسبة في جامعة طرطوس Reemzoubary@tartous-

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

الإيجابية بخصوص الشركة عند زيادة استثماراتها في المعدات والتكنولوجيا والتوسع فينعكس ذلك على سعر سهمها

الكلمات المفتاحية:

النفقات الرأسمالية، سلوك السهم.

**The Relationship between Capital Expenditures and stock behavior
(Case Study– Alahlya Company for Vegetable Oils in Hama)**

Husain Kuosayri¹

Reem Zoubari²

Abstract

This study aimed to clarify the concept of capital expenditures, their indicators, and their importance, and to examine the relationship between capital expenditures (measured by capital expenditures and changes in fixed assets) and the behavior of the company's stock (measured by stock turnover, stock price, and the market-to-book ratio) to determine its true

¹ Lecturer in Administration Department-Faculty of Administration and Financial College-Alwatania Private University

² Assistant Professor in the Department of Accounting- Faculty of Economics- University of Tartous

current position in the market. This was done using the SPSS statistical software during the years 2009–2022.

The study reached some of the following conclusions: Changes in capital expenditures affect the stock turnover rate of the Alahlya Company for Vegetable Oils (increasing or decreasing). The company's approach to financing involves increasing share issuance or splitting shares. However, there is no impact of changes in capital expenditure, as measured by changes in fixed assets, on share turnover. This reflects the company's cash policy regarding the purchase of fixed assets for cash.

Changes in capital expenditures, measured by changes in expenditures on capital activities and fixed assets, significantly impact the share price of Alahlya Vegetable Oils Company. This reflects positive investor expectations regarding the company's increased investments in equipment, technology, and expansion, which is then reflected in its share price.

Keywords: Capital expenditures, stock behavior.

مقدمة:

يتعامل سوق الأسهم مع الاستثمارات الرأسمالية للشركات المدرجة في السوق المالي على انها علاقة نمو، كما يعتبر معيار النفقات الرأسمالية مقياساً للتنبؤ بالربحية المستقبلية للسهم لان نمو الأرباح يعتمد على التوسع في مجال اعمال الشركات.

ومن هنا كان لابد من ربط أي تغير في النفقات الرأسمالية (الزيادة في صافي الأصول الثابتة) مع سلوك أسهم الشركات التي تعود اليها وذلك لتأكيد او نفي فرضية ان الشركات التي تقوم باستثمارات كبيرة يكون لها عوائد أسهم مستقبلية قليلة بسبب احتمالية تعرضها لعائدات سلبية على الأسهم بعد عام من زيادة حجم الانفاق الرأسمالي التي تحققه.

حيث ستحتاج الشركات الى معدل عائد داخلي مرتفع يمكن أن يغطي مخاطرها، فإذا كان المشروع يواجه مخاطرة عالية يجب التأكد من أن القيمة الحالية للتدفقات النقدية له يمكن أن تغطي نفقاتها الأولية والذي يمكن أن يأخذ شكل صافي القيمة الحالية والذي يعرف غالباً بمصطلح Net Asset Value

لأن المخاطر المرتبطة بالنفقات الرأسمالية قد تشمل عدم تحقيق عوائد كافية كون النفقات الرأسمالية تستغرق وقتاً أطول حتى تتمكن الشركة من استرداد استثماراتها مما يزيد في احتمالية عدم تحقيق صافي متوازن مع القيمة الحالية او مع معدل العائد الداخلي الإجمالي.

نتيجة لذلك ونظراً لان السوق يأخذ حالة عدم اليقين لأن المخاطر الأكبر تؤدي الى عوائد اقل للأسهم ومن المحتمل ان تدني الثقة في السوق هو سبب الارتباط السلبي بين المصاريف التشغيلية وعوائد الأسهم. (الحشاش،2022)

وبما ان النفقات الرأسمالية (شراء المعدات والتكنولوجيا والتوسعات) تستلزم انفاقاً كبيراً للأموال مما يزيد الحاجة الى الأموال إما من خلال الأرباح المحتجزة أو السيولة النقدية مما ينعكس إيجاباً على سعر السهم أو من خلال الديون لارتباطها بزيادة تكاليف الاقتراض مما ينعكس سلباً على سعر السهم

أولاً- الإطار المفاهيمي للبحث

1-1 الدراسات السابقة

الدراسات العربية

1- الحشاش، براءة اياد عبد اللطيف. (2022)، بعنوان: أثر إدارة الأرباح في العلاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وعوائد الأسهم في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية : هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر إدارة الأرباح في العلاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وعوائد الأسهم في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان لأوراق المالية خلال الفترة المالية (2013-2017) البالغ عددها (52) شركة، حيث تم استخدام نموذج جونز المعدل لقياس ممارسات إدارة الأرباح وتحليل بيانات الدراسة تم استخدام برنامج (Eviews) للإجابة عن فرضيات الدراسة وتم استخدام اختبار تحليل التباين (ANOVA).

توصلت هذه الدراسة إلى وجود أثر للتدفقات النقدية التشغيلية على عوائد الأسهم، وعدم وجود أثر لإدارة الأرباح في العلاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وعوائد الأسهم، ولا يوجد أثر لإدارة الأرباح على عوائد الأسهم

2- دراسة بافضل، علي محمد عبد الرحمن. (2018)، بعنوان: أثر التغير في النفقات الرأسمالية على الاداء المالي لشركات التعليم الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التغير في النفقات الرأسمالية على الأداء المالي لشركات التعليم الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي وشملت العينة جميع عناصر مجتمع الدراسة المكون من ستة شركات تعليمية مدرجة في سوق عمان المالي خلال الفترة الزمنية 2007 - 2016 واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي للقوائم المالية للشركات عينة الدراسة واستخدمت اختبار تحليل التباين المتعدد واختبار الانحدار البسيط في التحليل الإحصائي للنتائج. وقد توصلت هذه الدراسة الى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتغير في النفقات الرأسمالية على كل من معدل دوران الأصول الثابتة ونسبة التمويل الداخلي للأصول الثابتة ونسبة التمويل الخارجي

للأصول الثابتة بالإضافة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتغير في النفقات الرأسمالية على كل من العائد على الأموال المستثمرة ونسبة السيولة السريعة وربحية السهم العادي.

3- دراسة حياة، كعبوش. (2017)، بعنوان: أثر التدفقات النقدية على أسعار الأسهم.

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر التدفقات النقدية على أسعار الأسهم للشركات المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية، على اعتبار أن أسعار الأسهم تتأثر بكثير من العوامل منها التدفقات النقدية التي تحققها المؤسسة، ولفحص العلاقة المفترضة غطت الدراسة عشرون مؤسسة تنتمي إلى مختلف القطاعات الاقتصادية مدرجة في بورصة الكويت للأوراق المالية لعام 2018، والتي تم تداول أسهمها لمدة ثماني سنوات تمتد من عام 2010 إلى 2017، إضافة إلى استخدام ستة مؤشرات تمثلت في صافي التدفقات النقدية إلى النتيجة الصافية، صافي التدفقات النقدية إلى إجمالي الأصول، صافي التدفقات النقدية إلى إجمالي الإنفاق الرأسمالي، صافي التدفقات النقدية إلى إجمالي الخصوم المتداولة، صافي التدفقات النقدية إلى التوزيعات النقدية، صافي التدفقات النقدية إلى حقوق الملكية. وقد توصلت هذه الدراسة باستخدام نماذج بائيل، وإجراء اختبارات المفاضلة. تم التوصل إلى أن النموذج الملائم هو نموذج التأثيرات الثابتة، وبعد تحليل النموذج تم التوصل إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسعار الأسهم من جهة وبين صافي التدفقات النقدية إلى النتيجة الصافية، صافي التدفقات النقدية إلى إجمالي الأصول، صافي التدفقات النقدية إلى إجمالي الإنفاق الرأسمالي، صافي التدفقات النقدية إلى التوزيعات النقدية، صافي التدفقات النقدية إلى حقوق الملكية. ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة التدفقات النقدية إلى إجمالي الخصوم المتداولة وأسعار الأسهم.

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (amitav,saha,2022). بعنوان: **Do Capital Expenditures**

Influence Earnings Performance: Evidence From Loss-Making

Firms.

هل تؤثر النفقات الرأسمالية على أداء الأرباح: أدلة من الشركات الخاسرة.

تم دراسة العلاقة بين النفقات الرأسمالية وأداء الأرباح على المدى القريب للشركات الخاسرة. وباستخدام عينة مكونة من 24030 ملاحظة على مدى سنوات الشركة من عام 2006 إلى عام 2015، أظهرت الشركات الخاسرة أنماطاً مختلفة من النفقات الرأسمالية مقارنة بالشركات التي تحقق الربح. كما تم دراسة تأثير النفقات الرأسمالية على تعويضات الأسهم وتم التوصل إلى وجود علاقة إيجابية بينهما بالنسبة للشركات الربحية دوناً عن اشركات الخاسرة.

2- دراسة (Salimah ، Yudhi Herliansyah ، 2019) بعنوان:

The Effect of Capital Expenditure, Company Growth and Company Size on Firm Value Through Financial Performance Moderated by Capital Structure.

تأثير الإنفاق الرأسمالي المال ونمو الشركة وحجم الشركة على قيمة الشركة من خلال الأداء المالي يتم التحكم فيها بواسطة هيكل رأس المال.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير النفقات الرأسمالية المتغيرات ونمو الشركة وحجم الشركة على قيمة الشركة من خلال يتم التحكم في الأداء المالي من خلال هيكل رأس المال شركة في LQ 45 شركة مدرجة في بورصة إندونيسيا. تستخدم منهجية البحث الأساليب الكمية، وعدد ملاحظات يصل عددها إلى 50 مصدرها 45 شركة على مدى 5 سنوات فترات. وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى ما يلي: (1) الإنفاق الرأسمالي (النفقات الرأسمالية)، نمو الشركة (النمو) وحجم الشركة (الحجم) لم يكن له أي التأثير على قيمة الشركة (PBV)، (2) الإنفاق الرأسمالي (Capex). لا يؤثر على الأداء المالي (ROE)، (3) نمو (نمو) الشركة وحجم الشركة (الحجم) لهما تأثير كبير على العائد على حقوق المساهمين (4) المالي الأداء (ROE) له تأثير إيجابي كبير على شركة القيمة (PBV)، (5) الأداء المالي (ROE) لا يتوسط في تأثير الإنفاق الرأسمالي (النفقات الرأسمالية)، ونمو الشركة (النمو)، والشركة الحجم (الحجم) على قيمة الشركة (PBV)، (6) هيكل رأس المال (DER) معتدل تأثير الأداء المالي (ROE) على قيمة الشركة (PBV).

3- دراسة (Sutopo، Siddip، 2018). بعنوان:

Capital Expenditures and Performance of Local Government Administration.

النفقات الرأسمالية وأداء الحوكمة الإدارية.

تبحث هذه الدراسة في كيفية ارتباط تحقيق موازنة النفقات الرأسمالية بأداء الحوكمة الإدارية. تظهر نتائج هذه الدراسة أن تحقيق ميزانية النفقات الرأسمالية يرتبط بشكل إيجابي بأداء العينة الفرعية عالية الأداء. وخلافاً للنتائج، فإن تحقيق ميزانية النفقات الرأسمالية يرتبط سلباً بأداء العينة الفرعية ذات الأداء المنخفض. إن الآثار المترتبة على النتائج هي أن تحقيق ميزانية النفقات الرأسمالية كمؤشر لنجاح الحوكمة الإدارية يحتاج إلى استخدامه بعناية أكبر لأن تحقيق ميزانية الإنفاق الرأسمالي المرتفع لا يرتبط بالضرورة بالأداء العالي. ويتوقف هذا على العينة الفرعية (العينات الفرعية عالية الأداء مقابل العينات الفرعية المنخفضة الأداء).

التعقيب على الدراسات السابقة:

تم تطبيق الدراسات العربية في بيئات مختلفة، واتفقت معظم الدراسات العربية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية العائد على حقوق الملكية ونصيب السهم من الأرباح ونسبة التداول على أسعار الأسهم، كما أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للنفقات الرأسمالية على القيمة السوقية/القيمة الدفترية كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجمالي التدفقات النقدية وأسعار الأسهم كما أضافت الدراسات الأجنبية فكرة الرفع المالي وحجم الشركة وتأثيرها على النفقات الرأسمالية وأثر الحصة السوقية التي تشغلها الشركة. حيث تم تطبيق الأبحاث السابقة استخدام برنامج الحزمة الإحصائية spss وEviews.

يتميز هذا البحث عن الدراسات السابقة:

يوجد في سوق دمشق للأوراق المالية شركتين صناعيتين هما شركة اسمنت البادية والتي أدرجت في عام 2018 ولم تتداول أسهمها إلا في عام 2019 والشركة الأهلية للزيوت النباتية وتم إدراجها وتداول أسهمها في عام 2009 لذلك تطبيق البحث على حالة الشركة الأهلية للزيوت النباتية منذ إدراجها في سوق دمشق للأوراق المالية نظراً لتوفر المعلومات عن سلوك سهم الشركة منذ إدراجها

كما انها شركة صناعية رائدة في القطاع الصناعي وتشغل حصة سوقية كبيرة في هذا القطاع رغم قلة الشركات المدرجة فيه.

1-2 مشكلة البحث:

تتعدد الآراء حول تفسير حركة وتقلبات أسعار الأسهم وعوائدها والعوامل المؤثرة بها فمن الباحثين من أشار ان السبب هو التغيير المتوقع في عوائد الشركات (حمد2018). وأشار اخرون ان طبيعة عمل الشركة هو المسبب الرئيسي. (المهيرات وزريقات، 2023) وبالتالي فان الانفاق الرأسمالي يختلف حسب مجال عمل الشركة وحتى يتم الفصل في هذا الموضوع تمت صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما طبيعة العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية على سلوك الأسهم في الشركة الاهلية للزيوت؟

ومنه تتفرع الاسئلة التالية:

السؤال الفرعي الأول: ما طبيعة العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) على معدل دوران سهم الشركة الاهلية للزيوت.

السؤال الفرعي الثاني: ما طبيعة العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) على سعر سهم الشركة الاهلية للزيوت.

السؤال الفرعي الثالث: ما طبيعة العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) على نسبة القيمة السوقية / الدفترية للشركة الاهلية للزيوت.

1-3 أهداف البحث:

الهدف الرئيس: بيان العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك الأسهم في الشركة الاهلية للزيوت.

وتتفرع منه الأهداف الفرعية التالية:

- 1- بيان العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) ومعدل دوران سهم الشركة الاهلية للزيوت.
- 2- توضيح العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) وسعر سهم الشركة الاهلية للزيوت.
- 3- اختبار العلاقة بين التغير في كل من: الأصول الثابتة والنفقات من الأنشطة الرأسمالية(الاستثمارية) ونسبة القيمة السوقية / الدفترية للشركة الاهلية للزيوت.

1-4 أهمية البحث:

1. الأهمية العلمية: يعتمد البحث على الدراسات والادبيات المحاسبية السابقة في توضيح مفهوم النفقات الرأسمالية وخصائصها وانواعها وأثرها على سلوك الأسهم في الشركات الصناعية مما يعطي أهمية تقييم أداء هذه الشركات مالياً وسوقياً
2. أما الأهمية العملية: يستخدم البحث أهميته العملية من خلال ربط الجانب المحاسبي بالجانب الفني السوقي من جهة ربط بند من بنود قائمة التدفقات النقدية وهو الأنشطة الاستثمارية وقائمة المركز المالي وهو صافي الموجودات الثابتة وسلوك السهم في السوق من خلال مؤشرات الثلاث وهي سعر السهم ومعدل دورانه وقيمه السوقية/الدفترية وبالتالي إمكانية الحكم على قدرة هذه الشركة مالياً وقراراتها الاستثمارية ومدى صحتها.

1-5 فرضيات البحث:

- الفرضية الرئيسية للبحث: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في النفقات الرأسمالية وسعر سهم الشركة الأهلية للزيوت ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:
- 1_ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من (التغير في الأصول الثابتة) و (النفقات من الأنشطة الاستثمارية) ومعدل دوران سهم شركة الاهلية للزيوت.
 - 2_ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من (التغير في الأصول الثابتة) و (النفقات من الأنشطة الاستثمارية) وسعر سهم الشركة الاهلية للزيوت.

3_ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من (التغير في الأصول الثابتة) و (النفقات و الأنشطة الاستثمارية)(الرأسمالية) ونسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الاهلية للزيوت.

1-6 متغيرات البحث:

المتغيرات التابعة: سلوك السهم

المتغيرات المستقلة

معدل دوران السهم: Y1

التغير في الأصول الثابتة: X1

سعر السهم: Y2

التغير في النفقات
الرأسمالية(الاستثمارية): X2

القيمة السوقية الى القية الدفترية: Y3

1-7 منهجية البحث:

اعتمد القسم النظري على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل جمع البيانات الثانوية من الكتب والمراجع والدراسات والدوريات العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث. واعتمد القسم العملي على دراسة حالة الشركة الاهلية للزيوت بناء على تقاريرها المالية المنشورة خلال السنوات 2009_2022 وبناءً على حجم تداول وسعر سهم الشركة الاهلية للزيوت وحصتها السوقية خلال فترة البحث والمعلنة على موقع سوق دمشق للأوراق المالية، وتم استخدام عدة مصادر لجمع البيانات لتوظيفها في التحليل الاحصائي لغاية اختبار الفرضيات، فقد تم الاعتماد على موقع سوق دمشق للأوراق المالية، وهيئة الأوراق والأسواق المالية السورية.

1-8 حدود البحث:

الحدود المكانية: يقتصر البحث على الشركة الاهلية للزيوت النباتية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة على الشركات خلال الفترة المالية من (2009_2022).

1-9 المصطلحات الإجرائية:

النفقات الرأسمالية: قرار المنشأة باستثمار الأموال بطريقة مثالية بنشاطات طويلة الأجل يتوقع منها خط من العوائد في المستقبل ولعدة سنوات وهو استثمار الأموال في الموجودات الثابتة مما يترتب على المنشآت اعباءً ضخمةً بهدف تحقيق الأيراد من وراء هذا الاستثمار وليس عن طريق إعادة البيع في دورة حياة المنشأة العادية.

سلوك السهم: التقدير الجيد لارتفاع السهم او انخفاضه بالتالي كمية الربح او الخسارة المحققة جراء تداوله في سوق الأوراق المالية ودرجة تطور الشركة التي يعود اليها هذا السهم.

ثانياً- القسم النظري: النفقات الرأسمالية وأثرها على سلوك الاسهم

1-2 مفهوم الانفاق الرأسمالي وطرق تقييمه:

تنقسم العمليات المالية التي تقوم بها المنشأة بحسب طبيعتها إلى قسمين (المهيرات، 2022):

1-العمليات التمويلية: العمليات المتعلقة برأس المال والتغيرات التي تطرأ عليه سواء بالقروض أو بوسائل التمويل الأخرى.

2-العمليات الاستثمارية: العمليات التي تستثمر بها أموال المنشأة في خدمة أهدافه وغاياته المحددة، ويكون مصدرها العمليات التمويلية. وتنقسم العمليات الاستثمارية إلى ثلاثة أقسام: أ) العمليات الاستثمارية طويلة الأجل (الرأسمالية): العمليات المتعلقة بالموجودات الثابتة للمشروع، والتغيرات التي تطرأ عليها، والنفقات والإيرادات الناجمة عنها.

ب) العمليات الاستثمارية قصيرة الأجل (الإيرادية): العمليات المتعلقة بشراء البضاعة وبيعها وما يتعلق بهذا النشاط التجاري، وما يترتب عليه من مصاريف، وما ينتج عنه من إيرادات.

ج) عمليات الأوراق النقدية والأوراق التجارية: هي النقود والشيكات، والكمبيالات، وسندات السحب المحررة لأمر المنشأة أو التي يحررها المنشأة لأمر الآخرين.

لكل قسم من الأقسام السابقة دور فعال في خدمة أهداف الشركة، لكن تركيز الدراسة سيكون على العمليات المتعلقة في الاستثمارات طويلة الأجل الممثلة بالنفقات الرأسمالية.

2-2 تعريف النفقات الرأسمالية:

عرف (المهيرات، 2020) الإنفاق الرأسمالي بأنه قرار من المنشأة باستثمار الأموال بطريقة مثالية بنشاطات طويلة الأجل يتوقع منها خط من العوائد في المستقبل وتستمر بعدة سنين، وعرفه أيضاً بأنه استثمار للأموال في أصول تستخدمها المنشأة لفترات زمنية طويلة، حيث تستمر المكاسب والآثار المرتبطة بذلك الاستثمار لفترة زمنية طويلة.

بينما عرف (القشي والجرجاوي، 2022) النفقات الرأسمالية بأنها نفقات تؤدي خدمات طويلة الأجل للمشروع، وتتمثل عادة في الأصول الثابتة التي تقتنى بهدف الإيراد عن طريق الاستثمار، وليس عن طريق إعادة البيع في دورة المنشأة العادية.

واعتبر (استانبولي والخليلة، 2015) أن الإنفاق الرأسمالي هو الإنفاق غير المتكرر الذي يختص بفترات زمنية طويلة، حيث إن المبالغ المنفقة فيه كبيرة نسبياً، وذهب (الخطيب، 2019) إلى أن النفقات الرأسمالية تتفق في سبيل الحصول على الأصول التي لها صفة الدوام نسبياً، وتلك التي تزيد من مقدرة هذه الأصول على إنتاج الإيرادات، كما تشمل النفقات التي تتفق لزيادة القدرة الإنتاجية للأصول الثابتة القديمة. فالإنفاق الرأسمالي بأنه استثمار الأموال المتاحة بأصول طويلة الأجل، لتحقيق العوائد المستقبلية لعدد من السنين المستقبلية.

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف النفقات الرأسمالية أنها إنفاق كبير نسبياً، يعود على المنشأة بالمنفعة خلال فترة زمنية طويلة، يتصف بالاستمرارية مع حياة المنشأة، ومن أمثلة تلك النفقات شراء أصول جديدة أو زيادة الطاقة الإنتاجية لأصول قديمة.

2-3 الهدف من النفقات الرأسمالية:

إن الهدف من القيام بنفقات رأسمالية هو تحسين أو الحفاظ على الربحية الإجمالية للشركة على المدى الطويل، ويؤكد ذلك (المهيرات، 2020) في الأهداف التالية:

- تحقيق عائد مناسب: فالمستثمر يرغب بالحصول على عائد يناسب تضحياته بالأموال المستثمرة.
- المحافظة على قيمة الأصول الحقيقية: بما يضمن المحافظة على قيمة رأس المال الأصلي المستثمر.

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

- استمرارية الحصول على الدخل العمل على زيادته: من خلال تحقيق النمو في معدل العائد على رأس المال.
- ضمان السيولة اللازمة: وذلك من خلال توفير حد مناسب من السيولة لتغطية متطلبات العمل والعمليات الإنتاجية، والتمكن من تغطية الحالات الطارئة.
- تحقيق الميزة التنافسية: من خلال زيادة الطاقة الإنتاجية وتخفيض تكلفة المنتج، وزيادة مستوى الجودة.

2-4 أنواع النفقات الرأسمالية:

أولاً: نفقات الإحلال: تتمثل هذه النفقات باستبدال أصل جديد بأصل قديم، كنفقات استبدال الآلات اليدوية بآلات أكثر تطور وتقنية، أو استبدال جزء آخر جديد بجزء رئيس من أصل قديم، مما يترتب عليه زيادة الطاقة الإنتاجية للأصل المستخدم، مما يجعل تلك النفقات بحكم النفقات الرأسمالية.

ثانياً: نفقات التحسين: تتمثل عمليات التحسين في استبدال جزء بآخر، أو عملية إصلاح على نطاق واسع، وهي أيضاً تلك النفقات التي تؤدي إلى تحسين الموجودات الثابتة، حيث تؤدي تلك النفقات إلى إطالة حياة الأصل الإنتاجية، أو زيادة قدرته الإنتاجية، مما يترتب على ذلك اعتبار نفقات التحسين كنفقات رأسمالية.

ثالثاً: نفقات الإضافة (التوسع): هي النفقات التي تصرف على أحد الموجودات الثابتة فتضيف إليه شيئاً جديداً، كنفقات بناء طابق جديد في مبنى معين، لذلك تعتبر استثمار جديد لرأس المال عن طريق زيادة الطاقة الإنتاجية المستغلة، والتوسع في شراء الأصول الثابتة، لأجل زيادة الطاقة الإنتاجية والدخول في أسواق جديدة، وتكون البدائل المتاحة إما الدخول في قرار التوسع أو عدم القيام به.

رابعاً: نفقات التعديل: وهي نفقات إجراء تعديل في الأصل القديم، ليتلاءم مع استعمالات جديدة.
(الخطيب، 2019)

2-5 طرق تقييم مشاريع الإنفاق الرأسمالي: ويضم تقييم الإنفاق الرأسمالي نوعين هما التقييم المالي، والتقييم غير المالي:

أولاً: طرق التقييم المالي للإنفاق الرأسمالي:

أ. **فترة الاسترداد:** وهي الفترة اللازمة لاسترداد الإنفاق الرأسمالي المبدئي عن طريق صافي المكاسب النقدية المتولدة من هذا الإنفاق أو يمكن تعريفها أنها الفترة اللازمة لكي تتساوى المكاسب الصافية من الاستثمار في المنشأة مع الإنفاق الرأسمالي الأصلي

ب. **طريقة مقلوب فترة الاسترداد:** تعتبر طريقة مقلوب فترة الاسترداد من أبسط طرق لحساب معدل العائد الداخلي للمشروع، ويمكن تعريفها أنها طريقة لتقدير معدل العائد الداخلي للمشروع دون اتباع أسلوب خصم التدفقات النقدية المستقبلية (القشي والجرجوي، 2022)

ج. **طريقة معدل العائد المحاسبي:** تقوم هذه الطريقة على أسس محاسبية ذات العلاقة بقياس الدخل وتقييم الاستثمارات، ويحتسب العائد على الاستثمار من خلال حساب صافي الدخل لذلك المشروع وقسمته على رأس المال المستثمر، كما يمكن حساب معدل العائد المحاسبي بقسمة متوسط الدخل السنوي على متوسط الاستثمار.

ح. **طريقة صافي القيمة الحالية:** ويقصد بالقيمة الحالية أنها قيمة مبلغ ما الآن يتم تحصيله في المستقبل خلال سنة أو سنوات لاحقة (استانبولي والخليلية، 2015)

د. **طريقة معدل العائد الخارجي:** وتقوم هذه الطريقة على فكرة القيمة الحالية حيث تستخدم هذه الطريقة لإيجاد القيمة الحالية للإيرادات بسعر خصم بحيث يجعل القيمة الحالية للإيرادات مساوية للإنفاق الاستثماري أي بسعر خصم يجعل صافي القيمة الحالية مساوياً للصفر.

2-6 طرق التقييم غير المالي للإنفاق الرأسمالي:

هناك العديد من العوامل الخارجية الأخرى التي يجب أخذها بعين الاعتبار ومنها (القشي والجرجوي، 2022)

أ. **أوضاع أسواق المنشأة:** حيث يجب الأخذ بعين الاعتبار تقييم المشروع بناءً على التغيرات المستقبلية المحتمل حدوثها في السوق طيلة عمر المشروع.

ب. **أوضاع الموارد البشرية المتوفرة في المنشأة:** لتحقيق التقييم الأمثل للموارد البشرية المتوفرة للمشروع يجب مراعاة مدى توفر مؤهلات للقوى العاملة ومدى استعداد العاملين لتقبل التغيرات، ومدى توفر إمكانيات لتدريب وتطوير العاملين.

- ج. المخاطرة: ويكون ذلك بمراعات التقلب في التدفقات النقدية، حيث إنه كلما زادت التقلبات زادت المخاطرة، وكلما زادت المخاطرة زادت الربحية.
- ح. الأوضاع الاقتصادية العامة: في حال تقييم المشروع الاستثماري يجب أخذ الأوضاع الاقتصادية المحتملة بعين الاعتبار لأن لها تأثير محتمل على المشروع، ف لو كان الاقتصاد في حالة ركود سيختلف المشروع فيما لو كان الاقتصاد في حالة رخاء ورواج.
- د. القدرة على التوسع: قد يتاح للمنشأة العديد من الفرص الاستثمارية المربحة ولكنها لا تستطيع التوسع في جميعها، وبالتالي تختار الإدارة أكبر كم من المشاريع التي تستطيع إدارتها بكفاءة وفعالية.
- م. العوامل السلوكية: والمقصود هنا الخبرات والتجارب السابقة للإدارة، إذ أن لها الدور الأكبر في اتخاذ القرار.

2-7 سلوك الأسهم في سوق الأوراق المالية

1- يعرف سلوك الأسهم بأنه انعكاس لمشاعر المستثمرين وهو ناتج عن التغير في العلاقة بين العرض والطلب على الأوراق المالية. فالتقلب الكبير في عائد السهم يعكس سلوك السهم الهجومي والتقلب المتوسط يعكس سلوك السهم المعتدل والتقلب القليل يعكس سلوك السهم الدفاعي. (حمد، 2018)

2- العلاقة بين النفقات الرأسمالية وسلوك الأسهم: تتفق الشركات لشراء أو تحسين الأصول طويلة الأجل مثل المعدات أو المصانع أو التكنولوجيا. فعندما تعلن شركة عن زيادة في النفقات الرأسمالية، غالبًا ما يُفسر كمؤشر على رغبتها في التوسع والنمو المستقبلي، مما قد ينعكس إيجابًا على توقعات المستثمرين بشأن أداء الشركة المستقبلي، ومن ثم يؤدي إلى ارتفاع أسعار الأسهم. ومع ذلك، أظهرت نتائج الدراسات أن أثر النفقات الرأسمالية على أسعار الأسهم قد لا يكون فورياً، بل يظهر غالبًا بعد فترة من الإعلان عن النفقات الرأسمالية، ويرجع ذلك إلى قلة المعلومات المتوفرة لدى المستثمرين في فترة الحدث، مما ينعكس على ردة فعلهم تجاه السوق. كما أن وضوح المعلومات وشفافية الإفصاح عن النفقات الرأسمالية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز ثقة المستثمرين وتحفيزهم على اتخاذ قرارات استثمارية مدروسة. من ناحية أخرى، في حال كانت النفقات الرأسمالية

غير مدروسة أو جاءت في وقت غير مناسب للسوق أو الشركة، فقد تؤدي إلى تأثير سلبي على أسعار الأسهم نتيجة تخوف المستثمرين من العبء المالي أو سوء الإدارة المالية. (المهيرات وزريقات، 2023)

ثالثاً- دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت النباتية:

تأسست الشركة الأهلية للزيوت النباتية بحماه بتاريخ 1995/7/3 في حماه وهي شركة مساهمة مغفلة عامة وهدفها إقامة مشروع لإنتاج الزيوت النباتية والسمن النباتي وما يرتبط بهذه الصناعة من صناعات تنفرع عنها أو تكملها. يتكون رأسمال الشركة 1.5 مليار عدد أسهمها 15 مليون سهم وجميع الأسهم مباحة وعدد المساهمين الحاليين لغاية عام 2024 يبلغ 4147 مساهم. تساهم الهيئة العربية للاستثمار والإنماء الزراعي وهي إحدى المؤسسات المنبثقة عن منظمات العمل العربي المشترك ب40% من رأسمال الشركة ويتوزع 60% من أسهم الشركة على 4146 مساهم. ويبلغ عدد العاملين في الشركة حوالي 162 عاملاً جميعهم مسجلون في التأمينات الاجتماعية.

3-1 اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

1. الإحصاءات الوصفية:

يبين الجدول رقم (1) الإحصاءات الوصفية لأعلى وأقل قيمة والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعيار Skewness ومعيار Kurtosis

الجدول رقم (1) الإحصاءات الوصفية

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
						Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
التغير في الأصول الثابتة	14	477.703000	249572.100000	46087.31478571	81701.675404629	2.187	.597	3.554	1.154
التغير في النفقات من الأنشطة	14	66.310000	4276.170000	855.92928571	1227.803704722	1.975	.597	3.887	1.154
الرأسمالية	14	.267560	20.648000	4.67472286	6.732408324	2.093	.597	3.209	1.154
معدل دوران السهم	14	107.430000	7316.440000	1275.24571429	1908.136271544	2.842	.597	8.603	1.154
سعر السهم	14	.767116	2.451215	1.41594419	.466126954	.836	.597	.705	1.154
القيمة السوقية/الدفترية	14								
Valid N (listwise)	14								

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

تبين من الجدول أعلاه ان النسبة لكل من:

التغير في الأصول الثابتة: المتوسط الحسابي $46087.31 = \text{mean}$ وتشتت القيم عن متوسطها الحسابي مقاساً بالانحراف المعياري $81701.67 = \text{std.dev}$ وهو بعيد وبفارق كبير بين اعلى قيمة $249572.1 = \text{maximum}$ وأدنى قيمة $477.70 = \text{minimum}$ كما ان الفرق كبير بين القيمتين. ويبلغ معيار $2.187 = \text{skewness}$ أي توجد قيم شاذة وبما انها < صفر فهذا مشير الى ان الخط البياني ملتوي جهة اليسار. كما ان معيار $3.554 = \text{kurtosis}$ $0.5 <$ وبالتالي توجد قيم شاذة وبما ان المعيار أكبر من 3 فالشكل متطاول.

التغير في النفقات من الانشطة الرأسمالية: يبلغ المتوسط الحسابي $855.929 = \text{mean}$ وتشتت القيم عن متوسطها الحسابي مقاساً بالانحراف المعياري $1227.803 = \text{std.dev}$ وهو بعيد وبفارق كبير كما ان الفرق بين اعلى قيمة $427617 = \text{maximum}$ وادنى قيمة $66.31 = \text{minmum}$ حيث نلاحظ ان الفرق بين القيمتين كبير جداً. كما يبلغ معيار $1.975 = \text{skewness}$ قريب جداً من 2 ولكنه اقل من 2 ويدل بما انه < صفر ملتوي باتجاه اليسار. كما ان معيار $3.887 = \text{kurtosis}$ $0.5 <$ وبالتالي توجد قيم شاذة وبما ان المعيار أكبر من 3 فالشكل البياني متطاول.

بالنسبة لدوران معدل السهم: تبلغ اعلى قيمة $4.674 = \text{maximum}$ وتشتت القيم عن وسطها الحسابي mean بانحراف معيار. $6.732 = \text{std.dev}$ وهو فارق كبير. كما ان معيار $2.09 = \text{skewness}$ أكبر من 2 اذن توجد قيم شاذة وبما انه أكبر من صفر فان الخط البياني يشير الى انه ملتوي باتجاه اليسار والمعيار $3.209 = \text{kurtosis}$ $0.5 <$ وتوجد قيم شاذة وبما انه اكبر من 3 فهذا يعني ان الشكل البياني متطاول.

سعر السهم: تبلغ اعلى قيمة $7316.44 = \text{maximum}$ وأدنى قيمة $107.43 = \text{minmum}$ والفارق كما هو واضح كبير جدا كما ان mean المتوسط الحسابي $1275.24 =$ وانحراف القيم عن متوسطها الحسابي $1908.136 = \text{st.dev}$ وهو فارق كبير ايضاً. كما ان معيار $2.842 = \text{skewness}$ وهو < 2 وبالتالي توجد قيم شاذة وبما انه اكبر من صفر فالشكل البياني يأخذ الشكل الملتوي باتجاه اليسار كما ان معيار $8.603 = \text{kurtosis}$ $0.5 <$ ويؤكد على وجود قيم شاذة وبما انه أكبر من 3 فهذا يعني ان الشكل البياني متطاول.

القيمة الدفترية الى السوقية: يبلغ المتوسط الحسابي $1.415 = \text{mean}$ وتشتتت القيم عن وسطها الحسابي $0.466 = \text{std.dev}$ يتبين ان الفارق ايضاً كبير بالنسبة لرقم المتوسط الحسابي وان اعلى قيمة $2.451 = \text{maximum}$ وان القيمة الدنيا $0.767 = \text{minimum}$ ايضاً الفارق كبير بين القيمتين ويبلغ معيار $skewness = 0.836 > 2$ وان معيار $kurtosis = 0.705$ أكبر من 0.5 توجد قيم شاذة ولكن غير بعيدة بسبب ان $skewness$ اصغر من 2 والشكل البياني يأخذ الشكل المتطاول المائل باتجاه اليسار بتأثير معياري $skewness, skewness$

الجدول رقم (2) اختبار التوزيع الطبيعي

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
معدل دوران السهم	.358	14	.000	.621	14	.000
سعر السهم	.370	14	.000	.586	14	.000
القيمة السوقية/الدفترية	.194	14	.159	.933	14	.341

a. Lilliefors Significance Correction

من الجدول رقم (2) اختبار التوزيع الطبيعي kolmogorov-smirnov يتبين ان قيمة $0.00 = \text{Sig}$ لمعدل دوران السهم $0.05 >$ بالتالي البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

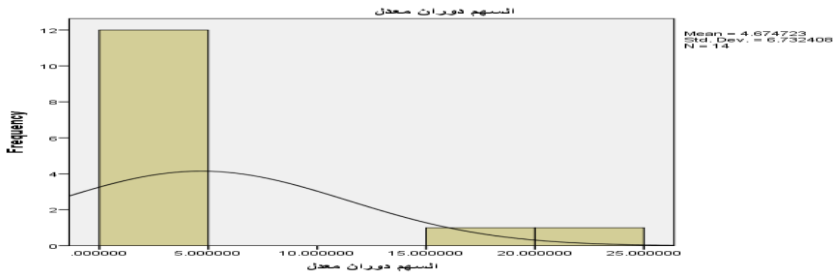
$0.00 = \text{Sig}$ لسعر السهم $0.05 >$ بالتالي البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

$0.341 < \text{sig}$ القيمة السوقية/الدفترية $0.05 <$ بالتالي البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

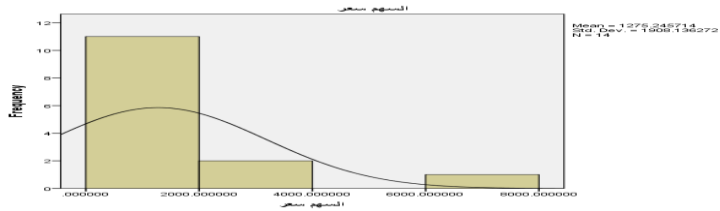
وتبين الاشكال في الاسفل شكل المنحنيات الخاصة بكل من المتغيرات التابعة وتوزعها الطبيعي وغير الطبيعي.

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة شركة الأهلية للزيوت)

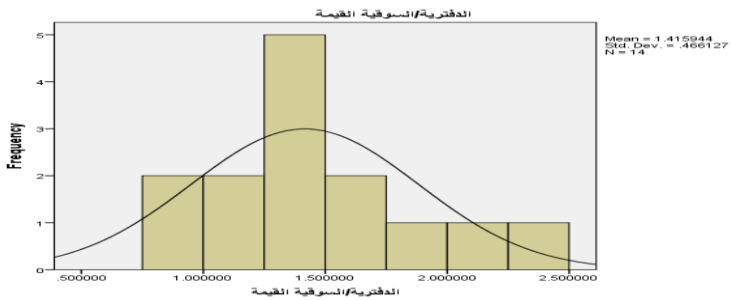
الشكل رقم (1) معدل دوران السهم



الشكل رقم (2) سعر السهم



الشكل رقم (3) نسبة القيمة السوقية/القيمة الدفترية



كما بين الجدول رقم (3) اختبار تجانس التباين حيث ان رقم التباين لكل المتغيرات مختلف ويوجد فروقات كبيرة به وهذا ما يدل على انه يجب اتباع الاختبارات اللامعلمية في مناقشة الفرضيات

الجدول رقم (3) اختبار تجانس التباين

	N	Variance
الثابتة الأصول في التغير	14	6675163763.923
الرأسمالية الأنشطة من النفقات في التغير	14	1507501.937
السهم دوران معدل	14	45.325
السهم سعر	14	3640984.031
الدفترية/السوقية القيمة	14	.217
Valid N (listwise)	14	

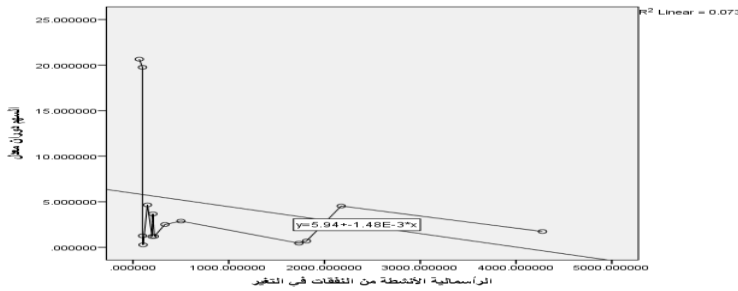
2-3 مناقشة وتحليل الفرضيات:

الفرضية الفرعية الأولى:

1. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين كل من (التغير في الاصول الثابتة) و(النفقات من

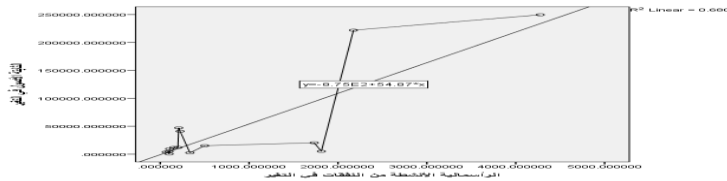
الانشطة الاستثمارية(الرأسمالية)) ومعدل دوران سهم شركة الاهلية للزيوت

الشكل رقم (4) خطية العلاقة بين التغير في الاصول الثابتة ومعدل دوران السهم



شكل انتشار النقاط يدل ان العلاقة لخطية بين المتغيرين

الشكل رقم (5) خطية العلاقة بين النفقات من الانشطة الاستثمارية ومعدل دوران السهم



العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

شكل انتشار النقاط يدل على ان العلاقة لخطية لذلك سيتم اختبار الفرضية على جزئين:

1. العلاقة بين التغير في الأصول الثابتة ومعدل دوران سهم الشركة الاهلية للزيوت وبما ان العلاقة لا خطية تم الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية من خلال النماذج الاحدى عشرة لأشكال المعادلات

(Linear_Logarithmic_Inverse_Quadratic_Cubic_Compound_Power_S_Growth_Exponential_Logistic)

تبين انه لا توجد علاقة بين التغير في الأصول الثابتة ومعدل سهم الشركة الاهلية للزيوت حيث ان Sig في جميع النماذج < 0.05 .

2.العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية) ومعدل دوران سهم الشركة الاهلية للزيوت.

من الشكل رقم (5) وبما ان العلاقة بين المتغيرين لا خطية لذلك سيتم معرفة شكل الانحدار اللاخطي من curv estimation من النماذج الاحدى عشرة لاختيار شكل المعادلة يتم الاخذ بالاعتبار قيمة R^2 الأكبر و Sig المعنوية.

يتبين ان نوع المعادلة في الشكل inverse العكسي حيث يظهر في الجدول رقم (4) الجدول رقم (4) قيمة معامل الارتباط ومعامل التحديد

Model Summary

R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
.660	.435	.388	5.265

The independent variable is النفقات في الأنشطة الرأسمالية.

الجدول رقم (5) معامل التباين anova

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	256.591	1	256.591	9.257	.010
Residual	332.639	12	27.720		
Total	589.229	13			

The independent variable is the change in the independent variable from the investment.

بالتالي يمكن استنتاج شكل معادلة الانحدار العكسية Inveres من الجدول رقم (6) الجدول رقم (6) تقدير معاملات نموذج الانحدار

Parameter Estimates

Parameter	Estimate	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
b0	-0.357	2.171	-5.088	4.374
b1	972.977	319.800	276.194	1669.761

بناءً على الجدول اعلاه يمكن صياغة شكل المعادلة $Y_1 = -0.357 + 972.977/X_2$

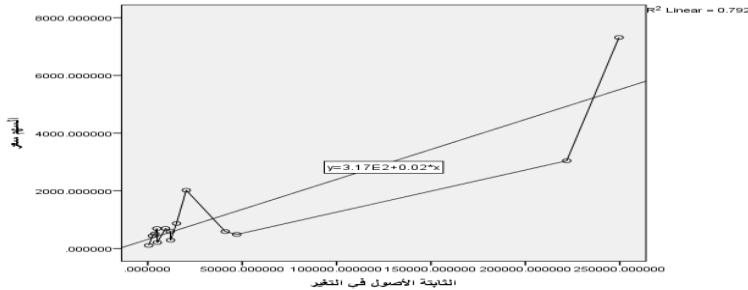
بالتالي تحقق جزء من الفرضية الفرعية الاولى وليست كلها وهذا الجزء هو المتعلق بالتغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية).

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من (التغير في الأصول الثابتة) و(التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية)) وسعر سهم الشركة الاهلية للزيوت.

سيتم اختبار الفرضية على جزئين:

1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في الأصول الثابتة وسعر سهم الشركة الاهلية

الشكل رقم (6) خطية العلاقة بين التغير في الأصول الثابتة وسعر السهم



العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة شركة الأهلية للزيوت)

نلاحظ ان العلاقة لا خطية بين المتغيرين لذلك لكتابة معادلة الانحدار اللاخطي يتم الاعتماد على النماذج الاحدى عشرة ويتم اختيار أحدها بناءً على رقم معامل التحديد R^2 الاكبر ومعنوية العلاقة Sig، حيث يبين الجدول رقم (5) والجدول رقم (6) قيمة معامل التحديد الاكبر ومعنوية Sig=0.00 من الشكل التكميبي cubic:

الجدول رقم (7) معامل الارتباط ومعامل التحديد

Model Summary

R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
.979	.959	.946	442.047

The independent variable is التغير في الأصول الثابتة.

الجدول رقم (8) معامل التباين ANOVA

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	45378733.396	3	15126244.465	77.409	.000
Residual	1954059.004	10	195405.900		
Total	47332792.400	13			

The independent variable is التغير في الأصول الثابتة.

بالتالي فإن المعادلة من الشكل التكميبي cubic بالاعتماد على جدول تقدير معاملات الانحدار

الجدول رقم (9) تقدير معاملات نموذج الانحدار

Parameter Estimates

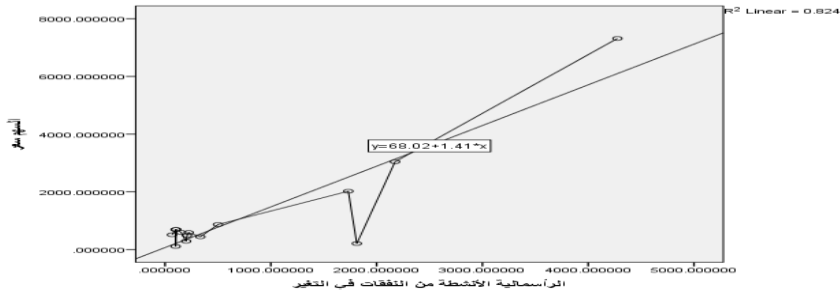
Parameter	Estimate	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
B0	337.307	200.012	-108.348	782.962
B1	.039	.014	.006	.071
B2	-7.551E-7	.000	-1.153E-6	-3.570E-7
B3	2.859E-12	.000	1.632E-12	4.086E-12

$$Y_2=(337.307+(0.039*X_1)+(-7.551*X_1^{**2})+(2.859*X_1^{**3}))$$

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية) وسعر السهم.

اختبار خطية العلاقة بين المتغيرين وذلك من خلال Graphs في برنامج Spss حيث يبين الشكل رقم (7) خطية العلاقة

الشكل رقم (7) خطية العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية) وسعر السهم



من الشكل اعلاه يتضح ان العلاقة بين المتغيرين لا خطية بالتالي سيتم تقدير منحى الانحدار اللاخطي من خلال النماذج الاحدى عشرة لمعرفة شكل العلاقة بناءً على قيمة معامل التحديد

ومعنوية العلاقة Sig بين المتغيرين حسب الجدول رقم (8) ورقم (9)

الجدول رقم (10) معامل الارتباط ومعامل التحديد

Model Summary

R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
.964	.929	.908	578.918

The independent variable is التغير في النفقات من الأنشطة الرأسمالية.

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة شركة الأهلية للزيوت)

الجدول رقم (11) معامل التباين ANOVA

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	43981328.324	3	14660442.775	43.743	.000
Residual	3351464.076	10	335146.408		
Total	47332792.400	13			

The independent variable is التغير في النفقات من الأنشطة الرأسمالية.

حيث يبين الجدولين رقم (10) و(11) ان اعلى قيمة R² معامل التحديد كانت حسب النموذج التكعيبي Cubic وذات معنوية Sig=0.00 بالتالي سيتم صياغة المعادلة من الشكل التكعيبي cubic من الجدول رقم (12)

الجدول رقم (12) معاملات تقدير نموذج الانحدار

Parameter Estimates

Parameter	Estimate	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
B0	647.640	369.014	-174.573	1469.854
B1	-.990	1.937	-5.307	3.327
B2	.001	.001	-.002	.004
B3	-1.011E-7	.000	-5.743E-7	3.721E-7

بالتالي يكون شكل المعادلة التكعيبيية: $647.640 + (-0.990 * X_2) + (0.001 * X_2^{**2}) + (-$

$$Y_2 = (1.011 * X_2^{**3})$$

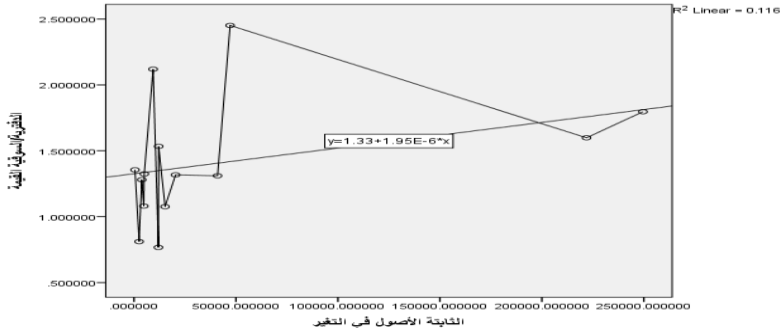
بالتالي ترفض الفرضية ويتم قبول الفرض البديل القائل: بأنه توجد علاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسعر السهم ومن الشكل التكعيبي.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في النفقات

الرأسمالية ونسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الأهلية للزيوت

سيتم اختبار الفرضية على جزأين:

1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في الأصول الثابتة ونسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الأهلية للزيوت
الشكل رقم (8) خطية العلاقة بين التغير في الأصول الثابتة ونسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة



من الشكل أعلاه نلاحظ ان العلاقة بين المتغيرين المذكورين غير خطية بالتالي سيتم تقدير معادلة الانحدار اللاخطية من أحد النماذج الاحدى عشرة الموجودة *curv estimation* حسب اكير قيمة لمعامل التحديد R^2 ومعنوية العلاقة *Sig*.
يتبين ان الشروط لم تنطبق ولا على أي نموذج لعدم معنوية العلاقة وعدم وجود ارتباط بالتالي يتم رفض الجزء من الفرضية.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية) ونسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الأهلية للزيوت
لا بد من اختبار خطية العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية (الاستثمارية) ونسبة القيمة السوقية/الدفترية حسب الشكل رقم (8)

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التغير في النفقات من الانشطة الرأسمالية (الاستثمارية) ومعدل دوران سهم شركة الاهلية للزيوت حيث يتضح من العلاقة انها من النموذج العكسي

$Y_1 = -0.357 + (972.977/X_2)$ أي ان القدرة التفسيرية للنموذج متوسطة بقيمة $R^2 = 0.435$ كما ان علاقة الارتباط بين المتغيرين 66% أي متوسطة الدرجة وذات معنوية كما ان قيمة النفقات من الانشطة الرأسمالية تفسر التغيرات الحاصلة في معدل دوران السهم موجبة فأى زيادة في الانشطة الرأسمالية بوحدة واحدة سيزيد التابع بقيمة 0.357- وعكسية وتعتبر زيادة طفيفة.

وقد اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (بافضل، 2018) ودراسة (حياة، كعوش، 2017)

2. لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين التغير في الاصول الثابتة ومعدل دوران السهم. ثانياً- بالنسبة للتغير في النفقات الرأسمالية مقاسة (بالنفقات من الأنشطة الرأسمالية و التغير في الأصول الثابتة) وعلاقتها بسلوك السهم (مقاساً بسعر السهم) في الشركة الأهلية للزيوت النباتية وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Amitativ, saha, 2022)

3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التغير في الاصول الثابتة وسعر سهم الشركة الاهلية

$$Y_2 = 337.307 + (0.039 * X_1) + (- \text{النموذج التكميبي}) + (2.859 * X_1^{**2}) + (7.551 * X_1^{**3})$$

حيث فسر (التغير في الاصول الثابتة) التغيرات الحاصلة في (سعر السهم) ومعلمة النموذج 0.039 موجبة ومعنوية حيث زيادة التغير في الاصول الثابتة بمقدار وحدة واحدة سيؤدي الى زيادة سعر السهم بقيمة 0.039 كما ان مربع زيادة التغير في الاصول الثابتة بمقدار وحدة واحدة فهو ذو تأثير عكسي على سعر السهم لان اشارته سالبة اذ بلغت المعلمة المقدره 7.551 وهذا التأثير طفيف لانخفاض قيمة المعلمة المقدره كما ان مكعب زيادة التغير في الاصول الثابتة بمقدار

العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم
(دراسة حالة الشركة الأهلية للزيوت)

وحدة واحدة سيؤدي الى زيادة سعر السهم بقيمة 2.859 كما ان قيمة Rsquare تبلغ 95% اي ان القدرة التفسيرية للنموذج التكعيبي مرتفعة.

4. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التغير في النفقات من الانشطة الرأسمالية و سعر سهم الشركة الاهلية للزيوت او من النموذج التكعيبي

$$Y_2=647.640+(0.990*X_2)+(0.001*X_2^{**2})+(-1.011*X_2^{**2})$$

حيث فسر التغير (التغير في النفقات من الانشطة الرأسمالية) التغير الحاصل في سعر السهم ومعلمة النموذج 0.990 موجبة ومعنوية أي زيادة التغير في الانشطة الرأسمالية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي الى زيادة سعر السهم بقيمة 0.990 كما ان مربع التغير في النفقات من الانشطة الرأسمالية بمقدار وحدة واحدة ذات تأثير موجب بقيمة 0.001 من سعر السهم وهذا التأثير طفيف كما ان زيادة التغير في النفقات الرأسمالية بمقدار وحدة واحدة سيكون ذو تأثير عكسي على سعر السهم لان اشارته سالبة بقيمة -1.011. كما ان معامل التحديد الذي يبين القدرة التفسيرية للنموذج ككل 92% وبالعلاقة ارتباط 96% وهذا يعكس كفاءة النموذج التكعيبي للعلاقة بين المتغيرين.

ثالثاً- بالنسبة للتغير في النفقات الرأسمالية مفاصة (بالنفقات من الأنشطة الرأسمالية و التغير في الأصول الثابتة) وعلاقتها بسلوك السهم (مقاساً بنسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الاهلية للزيوت).

5. لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك السهم مقاساً بنسبة القيمة السوقية/الدفترية للشركة الاهلية للزيوت. واختلفت مع دراسة (Salimah, yudhi,2019)

النتائج:

1. من ناحية سلوك السهم مقاساً بمعدل دورانته:

يؤثر التغيير في النفقات الرأسمالية مقاسة (بالتغيير بالنفقات من الأنشطة الرأسمالية) بمعدل دوران سهم الشركة الأهلية للزيوت النباتية (ارتفاعاً أو انخفاضاً). فعند تتبع هذا المؤشر ونظراً للقدرة التفسيرية المتوسطة يتبين أن نفقات إحلال أصل جديد مقابل أصل قديم أو تحسين أصل ما أو التوسع في خط إنتاجي للشركة ستؤثر على سياسة الشركة في التحكم بعدد أسهمها المتداولة في السوق بالتالي يعكس توجه الشركة نحو التمويل باتجاه زيادة طرح الأسهم أو تجزئتها. ولكن لا يوجد أي أثر للتغيير في النفقات الرأسمالية مقاسة بتغيير الأصول الثابتة مع معدل دوران السهم وهذا يعكس سياسة الشركة النقدية بخصوص شراء الأصول الثابتة نقداً.

2. من ناحية سلوك السهم مقاساً بسعره:

يؤثر التغيير في النفقات الرأسمالية مقاسة (بالتغيير بالنفقات من الأنشطة الرأسمالية والأصول الثابتة) بسعر سهم الشركة الأهلية للزيوت النباتية بدرجة كبيرة نظراً للقدرة التفسيرية العالية للتغيير في النفقات الرأسمالية لسعر السهم السوقي حيث يعكس ذلك توقعات المستثمرين الإيجابية بخصوص الشركة عند زيادة استثماراتها في المعدات والتكنولوجيا والتوسع مما يزيد ثقتهم في الشركة فينعكس ذلك على سعر سهمها والعكس صحيح في حالة تقليص نفقاتها الرأسمالية ليعكس حالة ضعف أو عدم اليقين بشأن النمو المستقبلي فتتراجع أسعار أسهمها.

3. من ناحية سلوك السهم مقاساً للشركة الأهلية للزيوت النباتية.

لا يشكل المؤشر الفني (القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية) أهمية في مقياس تحليل أثر النفقات الرأسمالية حيث تبين عدم وجود أي أثر لها بهذا الخصوص مما يعكس عدم الخوف من المنافسة السوقية .

خامساً- التوصيات:

- 1- ضرورة تطوير منتجات جديدة لزيادة الطلب على أسهم الشركة الأهلية للزيوت النباتية وافتتاح خطوط إنتاج جديدة لتتجاوز الشركة الأهلية القطاع المحلي مما يزيد ثقة المستثمرين في الشركة.
- 2- التركيز على طريقة التمويل حيث تبين أن الشركة تعتمد طريقة التمويل بالأرباح المحتجزة والسيولة النقدية بناء على النتيجة رقم (1) وبالتالي بقيت بعيدة عن المخاطر ولكن لضرورة التوسع وتنشيط السوق ربما قد يكون التوجه إلى تكاليف الاقتراض بحدود المقبول سيوسع من أنشطة الشركة.
- 3- ضرورة الاهتمام بمؤشرات التحليل الفني الخاصة بالسوق المالي وربطها مع المؤشرات المحاسبية حيث يتبين من النتيجة رقم (3) إهمال هذا المؤشر والإعداد لوجود منافسة سوقية مستقبلية.

سادساً- المراجع

المراجع العربية:

- استانبولي، محمود- الخلايلة، محمود. (2015). أثر التغير في النفقات الرأسمالية على حركة الأسهم-دراسة ميدانية على الشركات العامة الأردنية. رسالة ماجستير. جامعة بيرزيت. ص28-55.
- بافضل، علي محمد عبد الرحمن. (2018)، أثر التغير في النفقات الرأسمالية على الاداء المالي لشركات التعليم الاردنية المدرجة في سوق عمان المالي. رسالة ماجستير. جامعة الاسراء الخاصة. الأردن.
- حمد، شهاب الدين. (2018). التغير والاستقرار في سلوك الأسهم العادية من خلال الفواصل الزمنية-دراسة تطبيقية لعينة من المصارف في بورصة عمان. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية. المجلد 14/51/ص1-15

- حياة، كعبوش. (2017)، أثر التدفقات النقدية على أسعار الأسهم. رسالة ماجستير. جامعة قاصدي مرباح، وقلة_الجزائر.
- الخطيب، عبد الرحمن. (2019). العلاقة بين التغير في النفقات الرأسمالية وسلوك الأسهم في بورصة فلسطين. رسالة ماجستير. الجامعة الإسلامية. غزة. ص98-106
- الحشاش، براءة اياد عبد اللطيف. (2022)، أثر إدارة الأرباح في العلاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وعوائد الأسهم في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية. رسالة ماجستير. جامعة آل البيت. المملكة الأردنية الهاشمية.
- القشي، ظاهر. الجرجاوي، حليلة خليل. (2022). دور التحليل المالي للمعلومات المالية المنشورة في القوائم المالية للتنبؤ بأسعار الأسهم. رسالة ماجستير. الجامعة الإسلامية. غزة. ص66-100
- المهبرات، جواد نايل محمد. (2020). أثر تغير النفقات الرأسمالية في القيمة السوقية لأسهم البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان. مجلة جامعة عمان العربية للبحوث- سلسلة البحوث الأردنية. المجلد 12، العدد 2 ص35-60.

المراجع الأجنبية

- saha،amitav،(2022). do capital expenditures influence earnings performance: evidence from loss-making firms ، School of Business The University of Notre Dame Australia Sydney, NSW 2007, Australia.
- siddip،sutopo،(2018). capital expenditures and performance of local government administration. POLISH JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES.

- yudhi herliansyah, salimah,(2019) **the effect of capital expenditure, company growth and company size on firm value through financial performance moderated by capital structure**, Corporate Ownership & Control / Volume 17, Issue 1, Autumn 2019 (Special Issue).

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف دراسة حالة بنك سورية والمهجر

إعداد

الدكتور نهادر حيدر¹

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في بنك سورية والمهجر، من خلال دراسة حالة بنك سورية والمهجر المدرج في سوق دمشق للأوراق المالية. وتم قياس كفاءة إدارة رأس المال العامل عبر ثلاثة مؤشرات رئيسية هي نسبة السيولة، والدورة النقدية، وهيكل رأس المال، في حين تم التعبير عن الأداء المالي بمؤشر العائد على الأصول. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام بيانات مالية سنوية للفترة الممتدة من عام 2007 حتى عام 2024، وتم تحليل البيانات باستخدام نماذج الانحدار الخطي البسيط من خلال برنامج SPSS.

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية لكل من نسبة السيولة والدورة النقدية وذو دلالة معنوية وعكسية لهيكل رأس المال على العائد على الأصول، بما يعكس الدور المحوري لكفاءة إدارة الموارد قصيرة الأجل في تحسين ربحية بنك سورية والمهجر. كما بينت النتائج أن تحقيق التوازن بين السيولة والربحية، وتحسين إدارة التدفقات النقدية، واختيار هيكل رأس مال ملائم، يسهم في تعزيز الاستقرار المالي للمصرف، خاصة في ظل الظروف الاقتصادية غير المستقرة التي مرّ بها الاقتصاد السوري خلال فترة الدراسة.

وخلصت الدراسة إلى أن إدارة رأس المال العامل تمثل أحد المحددات الأساسية للأداء المالي في المصارف الخاصة السورية، وأوصت بضرورة تبني سياسات أكثر كفاءة ومرونة في إدارة السيولة

¹ أستاذ مساعد، كلية الأعمال والإدارة، اختصاص تمويل ومصارف، جامعة القلمون الخاصة.

E-mail: nehad.haidar@uok.edu.sy

Email: drnehadhaidar@gmail.com

والتدفقات النقدية، بما يدعم الاستدامة المالية ويحد من المخاطر المصرفية، مع التأكيد على أهمية هذه النتائج لصنّاع القرار المصرفي والجهات الرقابية والباحثين في المجال المالي.
الكلمات المفتاحية:
إدارة رأس المال العامل، السيولة، الدورة النقدية، هيكل رأس المال، العائد على الأصول، بنك سورية والمهجر.

The Impact of Working Capital Management on Financial Performance in Banks - A Case Study of the Bank of Syria and Overseas

**Prepared by
Dr. Nehad Haidar²**

Abstract:

This study aims to analyze the impact of working capital management on financial performance in the Syrian banking sector, through a case study of Bank of Syria and Overseas, listed on the Damascus Securities Exchange. The efficiency of working capital management is measured using three main indicators: liquidity ratio, cash conversion cycle, and capital structure, while financial performance is represented by return on assets (ROA). The study adopts a descriptive-analytical approach based on annual financial data covering the period from 2007 to 2024, and the data are analyzed using simple linear regression models through SPSS software.

2) Associate Professor, Faculty of Business and Management, specializing in Finance and Banking, University Of Kalamoon.

E-mail: nehad.haidar@uok.edu.sy

Email: drnehadhaidar@gmail.com

The results indicate a positive and statistically significant effect of both the liquidity ratio and the cash conversion cycle, and a statistically significant negative effect of capital structure on return on assets, reflecting the pivotal role of efficient short-term resource management in enhancing the profitability of Bank of Syria and Overseas. The findings also show that achieving a balance between liquidity and profitability, improving cash flow management, and selecting an appropriate capital structure contribute to strengthening the bank's financial stability, particularly under the unstable economic conditions experienced by the Syrian economy during the study period.

The study concludes that working capital management represents one of the key determinants of financial performance in Syrian private banks. It recommends adopting more efficient and flexible policies in managing liquidity and cash flows to support financial sustainability and reduce banking risks, while emphasizing the importance of these findings for banking decision-makers, regulatory authorities, and researchers in the field of finance.

Keywords:

Working Capital Management, Liquidity, Cash Conversion Cycle, Capital Structure, Return on Assets, Bank of Syria and Overseas.

1- مقدمة:

تُعد إدارة رأس المال العامل أحد اللبانات الجوهرية في الإدارة المالية للمؤسسات، نظراً لدورها المركزي في إدارة الأصول المتداولة والالتزامات قصيرة الأجل وتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد. وتشير الأدبيات المالية الحديثة إلى أنّ فعالية إدارة رأس المال العامل تُمثّل شرطاً رئيسياً لتعزيز الأداء المالي والكفاءة التشغيلية وتقليل المخاطر المرتبطة بالسيولة (Panda & Nanda, 2022). وتزداد هذه الأهمية بصورة خاصة في القطاع المصرفي، لأن المصارف تعمل كمؤسسات وسيطة مالية تعتمد على إدارة تدفقات نقدية مستمرة وضمان الملاءة في مواجهة الالتزامات الفورية. وقد أظهرت دراسات حديثة أنّ التوازن بين الربحية والسيولة يُعدّ جوهر القرارات المتعلقة برأس المال العامل، وأن أي اختلال في أحدهما قد يؤدي إلى مخاطر سيولة أو انخفاض في العائدات (Gill & Shah, 2023). وفي السياق العربي، بينت دراسات مالية أنّ كفاءة دورة التحصيل وإدارة النقد تُسهم مباشرة في تحسين الربحية وتقليل التعثر المالي في المصارف التجارية (الكردي، 2021). أما في الحالة السورية، فقد اكتسبت إدارة رأس المال العامل بعداً استراتيجياً خلال سنوات الأزمة الاقتصادية، نتيجة التذبذب الحاد في مستويات السيولة، وارتفاع مخاطر الائتمان، وتراجع القيمة الحقيقية للعملة المحلية. وقد أشارت دراسات محلية إلى أنّ المصارف الخاصة السورية واجهت تحديات في إدارة الأصول المتداولة نتيجة القيود النقدية وارتفاع مستويات السحب النقدي من العملاء، الأمر الذي فرض اعتماد سياسات أكثر تحفظاً في إدارة السيولة قصيرة الأجل (حيدر، 2023). كما أظهرت تحليلات اقتصادية أنّ المصارف التي استطاعت ضبط دورة التحصيل وإدارة مخزونها من الأدوات المالية قصيرة الأجل حققت مستويات أعلى من الاستقرار المالي مقارنة بالمصارف ذات الممارسات التقليدية (السيوفي، 2022). وفي ضوء ذلك، أصبحت كفاءة إدارة رأس المال العامل أحد المحددات الجوهرية لاستمرارية عمل المصارف السورية وقدرتها على الحفاظ على الربحية التشغيلية رغم القيود الاقتصادية والمالية المتلاحقة.

2- مشكلة البحث وأهميته:

2-1 مشكلة البحث: على الرغم من الأهمية النظرية الواضحة لرأس المال العامل، إلا أن هناك فجوة تطبيقية في العديد من المصارف، تتمثل في عدم القدرة على تحقيق التوازن الأمثل بين إدارة رأس المال العامل من حيث التشغيل والأداء المالي، ومن هنا تبرز مشكلة البحث في وجود تباين ملحوظ في كفاءات هذه الإدارات فيما بين المصارف، الأمر الذي قد يفسر اختلاف الأداء المالي لها، حيث تفتقر العديد من تلك الإدارات إلى استراتيجيات فعالة تحقق التوليفة المثلى التي تضمن إدارة كفوة وأداء مالي مثالي.

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص هذا الإشكال من خلال تحليل العلاقة السببية بين كفاءة إدارة رأس المال العامل والأداء المالي لبنك سورية والمهجر، لتحديد مدى تأثير السياسات والاستراتيجيات المتبعة في إدارة رأس المال العامل على النتائج المالية، وبالتالي يمكن صياغة المشكلة الرئيسية للبحث في:

ما هو تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي لبنك سورية والمهجر؟

وانطلاقاً من المشكلة الرئيسية يمكن صياغة مشكلات فرعية كالآتي:

1. ما هو تأثير السيولة على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.
2. ما هو تأثير الدورة النقدية على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.
3. ما هو تأثير هيكل رأس المال على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.

2-2 أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من جانبين.

2-2-1 الأهمية النظرية للبحث:

تتمثل الأهمية النظرية لهذا البحث في إثراء الأدبيات المالية والمصرفية المتعلقة بإدارة رأس المال العامل، من خلال تحليل أثر كفاءة إدارته على العائد على الأصول في القطاع المصرفي الذي يعاني من ظروف اقتصادية تتسم بعدم الاستقرار، ويسد فجوة بحثية في الأدبيات المحلية والعربية من خلال تقديم دليل قياسي تطبيقي من مصرف سوري.

2-2-2 الأهمية العملية للبحث:

تتبع الأهمية العملية للبحث من نتائجه القابلة للتطبيق في دعم إدارات المصارف، ولا سيما بنك سورية والمهجر، في تحسين سياسات إدارة السيولة والموجودات المتداولة بما يعزز الربحية والاستقرار المالي. ويسهم التركيز المكاني على مصرف واحد في تعميق التحليل وفهم أثر كفاءة إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في إطار واقعي ومحدد. كما توفر الدراسة مؤشرات مفيدة للجهات الرقابية وصانعي السياسات المصرفية، وتشكل مرجعاً عملياً للباحثين لإجراء دراسات مستقبلية في السياق المصرفي السوري.

3- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف إلى تأثير إدارة رأس المال العامل المعبر عنه في (السيولة، الدورة النقدية، هيكل رأس المال) في الأداء المالي المعبر عنها في (العائد على الأصول) لبنك سورية والمهجر المدرج في سوق دمشق للأوراق المالية منذ انطلاق نشاطه في السوق المصرفية السورية عام 2007 وحتى عام 2024. وذلك من خلال استخدام تقنيات برنامج SPSS-21. وعليه يمكن تحديد الأهداف الآتية:

- معرفة تأثير السيولة على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.
- معرفة تأثير الدورة النقدية على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.
- معرفة تأثير هيكل رأس المال على العائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.

4- مجتمع وعينة البحث Research Population And Sample:

1. مجتمع البحث: يشمل المصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
2. عينة البحث: تشمل بنك سورية والمهجر.

5- فرضيات البحث.

- للإجابة على تساؤلات البحث، فإنه تم صياغة الفرضية الرئيسية الآتية:
- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين كفاءة إدارة رأس المال العامل والأداء المالي لبنك سورية والمهجر. وبناء عليه تم صياغة الفرضيات الفرعية الآتية:
1. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين السيولة والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.

2. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين الدورة النقدية والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر .
3. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين هيكل رأس المال والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر .
- 6- حدود البحث:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذا البحث في بنك سورية والمهجر باعتباره أحد المصارف الخاصة العاملة في الجمهورية العربية السورية والمدرج في سوق دمشق للأوراق المالية، وقد تم اختيار هذا المصرف نظراً لكونه من أوائل المصارف الخاصة التي بدأت نشاطها في السوق المصرفية السورية، ولأهميته النسبية داخل القطاع المصرفي الخاص السوري، وتوفر بياناته المالية المنشورة، إضافة إلى تمثيله لخصائص بيئة العمل المصرفية السورية خلال فترة الدراسة، بما تشمله من تحديات اقتصادية ومالية استثنائية.

الحدود الزمانية: سوف تتم الدراسة التطبيقية في هذا البحث خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2007 وحتى 2024.

7- مصطلحات البحث وتعريفاته الاجرائية.

- **نسبة السيولة (Current Ratio)** ويرمز لها ب (CR): وهي قدرة بنك سورية والمهجر على الوفاء بالتزاماته المالية قصيرة الأجل عند استحقاقها، دون تكبد خسائر كبيرة. وتُعد السيولة مؤشراً حاسماً لضمان استمرارية العمليات المصرفية وتجنب مخاطر العجز النقدي.
- **الدورة النقدية (Cash Conversion Cycle)** ويرمز لها ب(CCC): وهي المدة الزمنية منذ بداية الاستثمار وحتى الحصول على عائد تقديم الخدمات المصرفية، وهي تقيس قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته قصيرة الأجل، وتفسر النتيجة على أنه كلما ارتفعت قيمة الفترة زاد من احتمال قدرة المصرف على سداد التزاماته قصيرة وطويلة الأجل.
- **هيكل رأس المال (Capital Structure)** هو المزيج التمويلي الذي يعتمد عليه "بنك سورية والمهجر" بين مصادر الأموال الخاصة (حقوق الملكية) والمصادر الخارجية (الديون والاقتراض في حال وجودها) لتمويل أصوله وأنشطته. ويعكس هذا الهيكل خيارات المصرف الاستراتيجية بين التمويل الذاتي والتمويل بالدين، وتأثير ذلك على الربحية والمخاطر المالية.

8- متغيرات البحث:

المتغيرات المستقلة:

- أ. نسبة السيولة Current Ratio (CR) = الأصول المتداولة / الخصوم المتداولة. وتتكون في المصارف مما يلي:
- الأصول المتداولة: النقدية في الخزينة وأرصدة البنك المركزي، الأوراق المالية السائلة، القروض والأسهم القابلة للتحويل.
 - الخصوم المتداولة: الودائع الجارية والادخارية، الودائع لأجل قصيرة الأجل، الاقتراضات بين المصارف
- ب. الدورة النقدية (CCC) وتحسب وفق المعادلة الآتية = (فترة تحصيل الذمم المدينة) Days Payable Outstanding (DPO) - فترة سداد الذمم الدائنة Days Payable Outstanding (DPO)
- تحسب فترة تحصيل الذمم المدينة وفق المعادلة = الموجودات المتداولة / (365 X الفوائد المدينة).
فترة سداد الذمم الدائنة = قروض قصير الأجل / (365 X الفوائد الدائنة)
- ج. هيكل رأس المال: يحسب وفق المعادلة: نسبة الديون إلى إجمالي الموجودات.
- د. المتغير التابع: المعبر عنه بالعائد على الأصول (ROA) ويحسب وفق المعادلة: صافي الربح بعد الضريبة/ إجمالي الأصول.

9- الإطار النظري والدراسات السابقة.

9-1 الإطار النظري للبحث:

9-1-1 الإطار النظري لرأس المال العامل:

يمتلك مفهوم رأس المال العامل خصوصية في المصارف تختلف فيها عن المؤسسات الأخرى (الصناعية مثلاً)، حيث تعتمد المصارف على الرفع المالي العالي، وتعتبر الودائع (خصوم) مصدر تمويل رئيسي في المصارف. وبالتالي، تركز إدارة رأس المال العامل فيها على إدارة السيولة وعلى إدارة مخاطر الائتمان المرتبطة بالقروض والتسهيلات قصير وطويلة الأجل، وليس فقط المخزون والذمم المدينة كما هو الحال في بقية المؤسسات، مما يجعل إدارة التزاماتها المتداولة (الخصوم) بنفس أهمية إدارة أصولها المتداولة (Rose & Hudgins, 2019) وقد أكدت الأطر التنظيمية الدولية، وعلى رأسها مقررات بازل III، على هذه الخصوصية من خلال وضع معايير صارمة

لقياس وإدارة مخاطر السيولة الناشئة عن هذا التركيب المميز، وهو ما يظهر في تقرير مراقبة بازل III لعام 2025 الذي ينتبع تطبيق نسب LCR و NSFR على المستوى العالمي لضمان قدرة البنوك على مواجهة صدمات السيولة (BCBS, 2025).

تُعد إدارة رأس المال العامل (Working Capital Management) من المحددات الأساسية للأداء المالي في الشركات ومنها المصارف، نظرًا لارتباطها المباشر بكفاءة إدارة الموارد قصيرة الأجل وتحقيق التوازن بين السيولة والربحية. وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن كفاءة إدارة عناصر رأس المال العامل، والمتمثلة في النقدية، الذمم المدينة، المخزون، والذمم الدائنة، تسهم بشكل جوهري في تحسين مؤشرات الأداء المالي مثل العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE) والقيمة الاقتصادية المضافة (EVA). (Kumar et al., 2025).

وقد أظهرت دراسات تطبيقية حديثة أن الشركات التي تحافظ على مستوى أمثل من رأس المال العامل تحقق أداءً ماليًا أفضل مقارنة بتلك التي تعاني من فائض أو عجز في رأس المال العامل، حيث يؤدي الفائض إلى تجميد الموارد وتحمل تكاليف فرصة بديلة مرتفعة، في حين يزيد العجز من مخاطر التعثر المالي. (Kiymaz & Gupta, 2024).

العوامل المؤثرة في رأس المال العامل:

1. السيولة (Liquidity):

تُعد السيولة من أهم المؤشرات المالية التي تعكس قدرة المصارف على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل في مواعيد استحقاقها دون التعرض لخسائر جوهريّة، الأمر الذي يجعلها عنصراً حاسماً في تحقيق الاستقرار المالي وتعزيز الأداء المالي في القطاع المصرفي (عبد الهادي، 2024). وفي هذا السياق، تؤكد الأدبيات المصرفية الحديثة أن الإدارة الكفؤة للسيولة تسهم بشكل مباشر في تحسين مؤشرات الأداء المالي، ولا سيما العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)، من خلال تقليل مخاطر التعثر وتعزيز ثقة المودعين والمستثمرين (Berger & Bouwman, 2023).

وتشير الدراسات التطبيقية الحديثة إلى وجود علاقة غير خطية بين السيولة والأداء المالي في المصارف، حيث إن الاحتفاظ بمستويات كافية من السيولة يعزز الاستقرار المالي ويحد من

المخاطر، في حين أن الإفراط في السيولة قد يؤدي إلى انخفاض الربحية نتيجة ضياع فرص استثمارية ذات عوائد أعلى، وهو ما يعكس ضرورة تحقيق التوازن الأمثل بين السيولة والربحية (Demirgüç-Kunt et al., 2024). كما توصلت دراسات أخرى إلى أن ضعف إدارة السيولة يزيد من تعرض المصارف لمخاطر السيولة والضغط المالية، خاصة خلال فترات الأزمات وعدم الاستقرار الاقتصادي، مما ينعكس سلباً على أدائها المالي. (Vodová, 2023).

وفي ضوء المتطلبات التنظيمية الدولية، مثل مقررات بازل (III)، تؤكد الأدبيات أن الالتزام بنسب السيولة التنظيمية، كمعامل تغطية السيولة (LCR) يسهم في تحسين الأداء المالي طويل الأجل للمصارف، رغم ما قد يفرضه من قيود قصيرة الأجل على الربحية. (Altunbas et al., 2023). وفي السياق العربي، أظهرت دراسات حديثة على المصارف المدرجة في أسواق المال العربية وجود أثر معنوي للسيولة على الأداء المالي، حيث تبين أن المصارف ذات الإدارة الفعالة للسيولة تحقق مستويات أعلى من الربحية والاستقرار المالي، لا سيما في البيئات الاقتصادية المتقلبة (عبد الكريم واليوسف، 2025).

2. الدورة النقدية: (Cash Conversion Cycle)

تُعد الدورة النقدية من المؤشرات المحاسبية والمالية الأساسية المستخدمة لقياس كفاءة إدارة رأس المال العامل في المصارف، إذ تعكس المدة الزمنية اللازمة لتحويل الموارد النقدية المستثمرة في الأنشطة التشغيلية إلى تدفقات نقدية داخلية. وفي السياق المصرفي، تأخذ الدورة النقدية أهمية خاصة نظراً لطبيعة النشاط القائم على الوساطة المالية وإدارة الأصول والخصوم قصيرة الأجل، حيث ترتبط الدورة النقدية بكفاءة إدارة السيولة، وسياسات الائتمان، وتحصيل القروض، وإدارة الالتزامات قصيرة الأجل. (Baños-Caballero et al., 2023).

وتشير الأدبيات المصرفية الحديثة إلى وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين طول الدورة النقدية والأداء المالي للمصارف، وتؤكد الدراسات أن إطالة الدورة النقدية في المصارف قد تعكس ضعف كفاءة إدارة الائتمان أو ارتفاع معدلات القروض المتعثرة، مما ينعكس سلباً على الأداء المالي ويزيد من الضغوط على السيولة والملاءة المالية. (García-Teruel & Martínez-

(Solano, 2023)، حيث يؤدي تقليص فترة التحصيل وتحسين إدارة الموجودات السائلة إلى تعزيز مؤشرات الربحية، ولا سيما العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)، إضافة إلى تحسين الاستقرار المالي وتقليل مخاطر التعثر (الزعيبي والحموري، 2025)، كما توصلت دراسات تطبيقية حديثة إلى أن المصارف التي تعتمد سياسات فعالة لإدارة الدورة النقدية تكون أكثر قدرة على مواجهة الصدمات الاقتصادية والحفاظ على مستويات مستقرة من الربحية، خاصة في فترات عدم اليقين المالي وارتفاع المخاطر الائتمانية (Nguyen & Dang, 2024).

3. هيكل رأس المال (Capital Structure):

يُعد هيكل رأس المال من العوامل الجوهرية المؤثرة في الأداء المالي للمصارف، نظراً لاعتماده المباشر على مزيج مصادر التمويل المتمثلة في حقوق الملكية والالتزامات، وما يترتب على ذلك من آثار على الربحية والمخاطر والاستقرار المالي. وفي القطاع المصرفي على وجه الخصوص، تكتسب قرارات هيكل رأس المال أهمية مضاعفة بسبب المتطلبات التنظيمية لكفاية رأس المال، ودورها في امتصاص الخسائر وتعزيز الثقة في النظام المصرفي (Berger & Bouwman, 2023).

وتشير الأدبيات الحديثة إلى وجود علاقة معنوية بين هيكل رأس المال والأداء المالي في المصارف، حيث أظهرت العديد من الدراسات وجود تأثير إيجابي لارتفاع مستويات رأس المال المملوك (Equity Capital) على مؤشرات الأداء المالي، ولا سيما العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)، نتيجة تعزيز القدرة على مواجهة المخاطر الائتمانية والمالية وتقليل احتمالات التعثر (Demirgüç-Kunt et al., 2024). في المقابل، قد يؤدي الاعتماد المفرط على التمويل بالديون إلى زيادة تكاليف التمويل وارتفاع مستوى المخاطر، مما ينعكس سلباً على الأداء المالي، خاصة في فترات عدم الاستقرار الاقتصادي (Gropp & Heider, 2024).

كما توصلت دراسات تطبيقية حديثة إلى أن هيكل رأس المال الأمثل في المصارف يحقق توازناً بين تعظيم الربحية والحفاظ على الاستقرار المالي، حيث يسهم الالتزام بمعدلات كفاية رأس المال في تحسين الأداء طويل الأجل وتقليل تقلبات الأرباح، لا سيما في المصارف العاملة في الاقتصادات الناشئة. (Altunbas et al., 2023) وفي سياق آخر، أكدت دراسات حديثة على المصارف المدرجة في أسواق المال العربية وجود أثر معنوي لهيكل رأس المال على الأداء المالي، حيث تبين أن ارتفاع نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول يعزز الربحية ويحد من المخاطر، خاصة في ظل التقلبات الاقتصادية وارتفاع عدم اليقين المالي (الحلاق والشمري، 2025)، وهذا يعني وفق الأدبيات المعاصرة أن اختيار هيكل رأس المال المناسب يمثل أداة استراتيجية لتحسين الأداء المالي وتعزيز الاستقرار المصرفي.

9-1-2 الإطار النظري للأداء المالي في المصارف:

أولاً: مفهوم الأداء المالي المصرفي ومؤشرات قياسه:

يُعدّ الأداء المالي من المفاهيم الجوهرية في التحليل المصرفي، كونه يعكس ويعبر عن قدرة المصارف على تحقيق أهدافها الأساسية المتمثلة في تعظيم الربحية، وضمان السيولة، وإدارة المخاطر، والحفاظ على الاستقرار المالي في ظل بيئة تتسم بالتقلب وعدم اليقين (الصايغ، 2025). ويُنظر إلى الأداء المالي بوصفه محصلة تفاعل مجموعة من العوامل الداخلية، مثل كفاءة الإدارة وهيكل الملكية وجودة الحوكمة وإدارة المخاطر، إلى جانب العوامل الخارجية المرتبطة بالبيئة الاقتصادية الكلية والإطار الرقابي (Berger & Mester, 2022).

يُقاس الأداء المالي في المصارف باستخدام مجموعة من المؤشرات الكمية التي تهدف إلى تقديم صورة شاملة عن الوضع المالي والتشغيلي للمصرف، ومن أبرزها مؤشرات الربحية (ROA، ROE، NIM)، ومؤشرات السيولة، ونسب كفاية رأس المال، وجودة الأصول، والكفاءة التشغيلية. وتؤكد الأدبيات المصرفية أن الاعتماد على مؤشر واحد فقط قد يعطي صورة جزئية، الأمر الذي يستدعي استخدام مجموعة متكاملة من المؤشرات لتحقيق تقييم أكثر دقة وموضوعية للأداء المالي (Berger & Mester, 2022).

وفي هذا السياق، تشير الدراسات العربية إلى أن مؤشرات الربحية تُعدّ الأكثر استخداماً في تقييم الأداء المالي للمصارف العربية، لكونها تعكس بشكل مباشر كفاءة الإدارة في تحقيق العائد من الموارد المتاحة (النعيمي، 2023).

ثانياً: أهمية العائد على الأصول في تقييم الأداء المالي:

يُعدّ العائد على الأصول (Return on Assets – ROA) من أهم المؤشرات المستخدمة في قياس الأداء المالي للمصارف، إذ يعكس قدرة الإدارة المصرفية على توظيف إجمالي الأصول بكفاءة لتحقيق الأرباح. ويتميّز هذا المؤشر بكونه أقل تأثراً بالرافعة المالية المرتفعة التي تميّز النشاط المصرفي مقارنةً بمؤشر العائد على حقوق الملكية، مما يجعله مؤشراً أكثر ملاءمة للحكم على الكفاءة التشغيلية الحقيقية للمصرف. (Athanasoglou et al., 2021)

وتؤكد الدراسات العربية الحديثة أن ارتفاع ROA يُعدّ دلالة على تحسن كفاءة إدارة الأصول والخصوم، وانخفاض مستويات الهدر وسوء التوظيف المالي، حيث يشير (الجمال، 2024) إلى أن المصارف التي تعتمد سياسات فعالة في إدارة مواردها قصيرة وطويلة الأجل تحقق مستويات أعلى من العائد على الأصول. كما توصلت دراسة (النعيمي، 2023) إلى أن العائد على الأصول يُعدّ مؤشراً مركزياً في تقييم الأداء المالي للمصارف العربية، لكونه يعكس في آن واحد الربحية وكفاءة استخدام الموارد والمخاطر التشغيلية.

ثالثاً: الأداء المالي في ظل المخاطر المصرفية:

يرتبط الأداء المالي للمصارف ارتباطاً وثيقاً بمستوى المخاطر المصرفية، لا سيما المخاطر الائتمانية والتشغيلية في فترة الأزمة في سوريا التي اتسمت بالتقلبات الاقتصادية الحادة، حيث تؤدي الزيادة في القروض المتعثرة وضعف سياسات إدارة المخاطر إلى تراجع مؤشرات الربحية، وعلى رأسها العائد على الأصول (سليمان، 2023). وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن المصارف التي تتمتع بأطر متقدمة لإدارة المخاطر تحقق أداءً مالياً أكثر استقراراً، خاصة خلال فترات الأزمات الاقتصادية (Ozili, 2023).

وفي السياق ذاته، أظهرت دراسات حديثة أن المصارف ذات العائد على الأصول المرتفع تكون أكثر قدرة على امتصاص الصدمات الاقتصادية والمحافظة على استمرارية النشاط المصرفي، مما يعزز دورها في دعم الاستقرار المالي والنمو الاقتصادي. (Khan et al., 2024) ومما يستدعي تبني سياسات رقابية ومصرفية أكثر كفاءة لتعزيز الاستدامة المالية (Ozili, 2023).

9-2 الدراسات السابقة:

9-2-1 الدراسات باللغة العربية:

أ. دراسة (الجمال، أسامة، 2024). بعنوان: العوامل المؤثرة في كفاءة إدارة رأس المال العامل - دراسة حالة مصرف التجارة والتنمية:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كفاءة إدارة رأس المال العامل لمصرف التجارة والتنمية، واستخدم المنهج الوصفي في الدراسة، واستخرجت متغيرات الدراسة من القوائم المنشورة للمصرف خلال الفترة 2007-2018، وتم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام نماذج الانحدار المتعدد، وتوصلت الدراسة إلى أن كفاءة الإدارة تتأثر بكل من مستوى السيولة (CR) إيجابياً وبفترة التحول إلى نقد (CCC) عكسياً، بينما لا يؤثر الرفع المالي على كفاءة المصرف.

ب. دراسة (سليمان، ايات، 2024). بعنوان: أثر كفاءة ادارة رأس المال العامل على الاداء المالي للشركات الصناعية المدرجة في بورصتي فلسطين وعمان:

هدفت هذه الرسالة الى التعرف على أثر كفاءة ادارة رأس المال العامل (دورة تحويل النقد وفترة الاحتفاظ بالمخزون وفترة الذمم المدينة وفترة الذمم الدائنة) على الاداء المالي مقاساً بالعائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية للشركات الصناعية المدرجة في بورصتي فلسطين وعمان خلال الفترة (2013-2022)، حيث استخدمت التدفقات النقدية التشغيلية والانتاجية والرافعة المالية وحجم الشركة كمتغيرات ضابطة، وحيث بلغ عدد الشركات الصناعية المدرجة في بورصة فلسطين 11 شركة و32 في بورصة عمان، وبعد جمع البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة، تم استخدام عدة طرق احصائية باستخدام البرنامج الاحصائي STATA. وقد اظهرت الدراسة وجود علاقة ايجابية ذا دلالة احصائية لفترة الذمم المدينة على الاداء المالي مقاسا بالعائد على الاصول والعائد على حقوق الملكية، وجود علاقة ايجابية ذا دلالة احصائية لفترة الذمم الدائنة على الاداء المالي مقاسا

بالعائد على حقوق الملكية، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات منها ضرورة متابعة مستوى رأس المال العامل في الشركات الصناعية للأهمية الكبيرة في التأثير على مستويات النمو في الاداء المالي والربحية، وضرورة الاهتمام وتقييم مؤشرات كفاءة ادارة راس المال العامل بشكل دائم لتأثيرها المباشر على مستويات اداء وربحية الشركات.

9-2-2 الدراسات باللغة الأجنبية:

أ. دراسة (Hieu, Ph, 2025) بعنوان: رأس المال العامل وأداء الشركة: أدلة غير خطية من فيتنام:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة غير الخطية بين إدارة رأس المال العامل، المقاسة بدورة تحويل النقد، والأداء المالي للشركات، ممثلاً بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية. اعتمدت الدراسة على بيانات لوحية لـ 8,343 ملاحظة من شركات فيتنامية مدرجة خلال الفترة 2008-2024، مستخدمة نماذج الانحدار التقليدية إلى جانب تقنيات التعلم الآلي لرصد الأنماط المالية المعقدة. أظهرت النتائج وجود طول أمثل لدورة تحويل النقد يعزز الربحية مع الحفاظ على السيولة، مع اختلاف هذا الطول تبعاً لحجم الشركة والقطاع. حيث تستفيد الشركات الصغيرة من دورات أقصر لتقليل تكاليف التمويل، بينما تميل الشركات الأكبر إلى دورات أطول لتحقيق مرونة تشغيلية. وبناءً على ذلك، توصي الدراسة بضرورة تبني سياسات مرنة لإدارة رأس المال العامل تأخذ في الحسبان حجم الشركة وخصائص القطاع، بما يدعم الربحية والاستدامة المالية في الأسواق الناشئة.

ب. دراسة (Dalwai, 2023) هل تؤثر كفاءة إدارة رأس المال الفكري ورأس المال العامل للشركة على أدائها؟:

تستكشف هذه الدراسة كفاءة رأس المال الفكري (ICE)، وإدارة رأس المال العامل (WCM) في القطاع الصناعي بدول مجلس التعاون الخليجي وتأثيرها المحتمل على أداء الشركات. جُمعت البيانات من قاعدة بيانات ستاندرد آند بورز من عام 2015 إلى عام 2019. وتستخدم هذه الدراسة تحليل مغلف البيانات (DEA)، وتحليل الانحدار، واختبارات المتانة لتحقيق أهدافها. تشير النتائج إلى أن معظم الشركات لا توظف استثماراتها في رأس المال الفكري ورأس المال العامل بشكل جيد،

وتحتاج إلى إجراءات تحسين لتحقيق أفضل الممارسات. تكشف نتائج نموذج الانحدار أن رأس المال الفكري ورأس المال العامل يؤثران بشكل كبير وإيجابي على أداء الشركات. تدعم نتائج هذه الدراسة نظريات الموارد، والمفاضلة، وترتيب الأولوية.

لنتائج الدراسة آثار مهمة على العديد من أصحاب المصلحة؛ على سبيل المثال، ستكون مفيدة لصانعي القرار في الشركات في إدارة استثماراتهم في رأس المال الفكري ورأس المال العامل لتحقيق أفضل الممارسات وتحسين أداء الشركة. بالإضافة إلى ذلك، ستكون هذه النتائج مفيدة للممولين، إذ يُرجَّح أن تتمتع الشركات عالية الأداء بتقييمات أكثر منطقية تُسهِّل تمويل الديون. علاوة على ذلك، لهذه النتائج آثارٌ ملحوظة على إجراءات التداول، إذ يتطلع المستثمرون إلى عوائد اقتصادية مجزية لاستثماراتهم في الشركات التي تُعنى بإصدارات ICE و WCM. كما أن لهذه النتائج آثارًا مهمة على رضا الموظفين الوظيفي واستبقائهم من خلال تحسين إدارة رأس المال الفكري.

ت. دراسة (Priyono, et Al, 2025) إدارة رأس المال العامل كوسيط في العلاقة بين حوكمة الشركات والأداء: أدلة من إندونيسيا:

تدرس هذه الدراسة الدور المعدل لإدارة رأس المال العامل في العلاقة بين آليات حوكمة الشركات، وتحديدًا المفوضين المستقلين وهيكل الملكية، وأداء الشركة، كما يُقاس بعائد حقوق الملكية (ROE) ويستند التحليل إلى بيانات لوحة من شركات تصنيع السلع الاستهلاكية المدرجة في بورصة إندونيسيا (IDX) من عام 2020 إلى عام 2023. وباستخدام نهج توضيحي كمي ونموذج المعادلات الهيكلية للمربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) عبر WarpPLS 7.0، وجدت هذه الدراسة أن المفوضين المستقلين لديهم تأثير سلبي كبير على عائد حقوق الملكية. وفي الوقت نفسه، يُظهر تركيز الملكية تأثيراً سلبياً ولكنه غير ذي دلالة إحصائية. وفي الوقت نفسه، فإن إدارة رأس المال العامل، ممثلة بمتوسط فترة السداد (APP)، لها تأثير إيجابي كبير على عائد حقوق الملكية، ولكنها لا تُعدل العلاقة بين آليات الحوكمة وأداء الشركة. وتسلط هذه النتائج الضوء على أن مكونات الحوكمة الهيكلية وحدها لا تضمن تحسين الأداء المالي ما لم تكن مصحوبة بممارسات مالية داخلية وظيفية وكفؤة. من الناحية النظرية، تساهم هذه الدراسة في نظرية الوكالة ونظرية الاعتماد على الموارد من خلال إظهار أن هياكل الحوكمة الرمزية تميل إلى تقويض قيمة الشركة في الأسواق الناشئة مع ضعف التنفيذ المؤسسي.

ما يميز البحث عن غيره من الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسات السابقة على قطاعات اقتصادية متنوعة (صناعية، ومصرفية) في بلدان عربية وأجنبية، وبفترات زمنية متفاوتة تبعاً للحالة التطبيقية واستخدام برامج مختلفة، ولذلك وجدنا أنه ولسد الفجوة البحثية أن نخصص الدراسة بمصرف خاص سوري واحد وبفترة زمنية شملت كامل فترة نشاطه في السوق المصرفية السورية باستخدام برنامج SPSS. يتشابه البحث مع بعض الدراسات السابقة من حيث استخدام مؤشرات كفاءة رأس المال المستخدمة (السيولة، الدورة النقدية، هيكل رأس المال).

10- منهجية البحث:

من أجل الإجابة على مشكلة الدراسة، واختبار مدى صحة الفرضيات، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات المالية منذ عام 2007 ولنهاية عام 2024 والمتعلقة ببنك سورية والمهجر، والمنشورة على موقع سوق دمشق للأوراق المالية⁽³⁾ كونه من المصارف الأقدم تأسيساً في سورية (2003) وفق قانون تأسيس المصارف الخاصة لعام 2001، وفي الجانب التطبيقي تم الاعتماد على المنهج التحليلي من أجل تفسير أثر مكونات رأس المال العامل على معدل العائد على الأصول، ثم تحليل البيانات والوصول إلى نتائج الدراسة من خلال استخدام برنامج SPSS.

11- عرض البحث والمناقشة والتحليل:**الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics:****جدول (1) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة**

	حجم العينة	الحد الأدنى	الحد الأعلى	الوسطي	الانحراف المعياري
نسبة السيولة	18	1.06	1.38	1.1639	.11019
الدورة النقدية	18	.02	1.04	.2961	.32990
هيكل رأس المال	18	2.36	17.09	8.8444	5.26578

3) <http://www.dse.gov.sy/issuer-company/view/5>

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف
دراسة حالة بنك سورية والمهجر

العائد على الأصول	18	.0000	.2160	.037111	.0565393
المصدر: الجدول مستخرج من قبل الباحث من برنامج SPSS.					

يوضح الجدول الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة خلال فترة التحليل، حيث بلغ عدد المشاهدات (N) لكل متغير 18 مشاهدة، مما يعكس اتساق البيانات المستخدمة في التحليل الإحصائي.

تشير نتائج نسبة السيولة إلى أن قيمها تراوحت بين حد أدنى بلغ (1.06) وحد أقصى قدره (1.38)، بمتوسط حسابي بلغ (1.1639) وانحراف معياري قدره (0.11019)، وهو ما يدل على تمتع بنك سورية والمهجر بسيولة مقبولة نسبياً، مع درجة تشتت منخفضة، الأمر الذي يعكس استقراراً نسبياً في قدرته على الوفاء بالتزاماتها قصيرة الأجل.

أما الدورة النقدية، فقد سجلت حداً أدنى بلغ (0.02) وحداً أقصى بلغ (1.04)، بمتوسط حسابي قدره (0.2961) وانحراف معياري بلغ (0.32990)، وهو ما يشير إلى وجود تباين ملحوظ في كفاءة إدارة التدفقات النقدية في بنك سورية والمهجر، حيث يعكس الارتفاع النسبي للانحراف المعياري مقارنة بالمتوسط اختلافاً في السياسات المتبعة في المصرف لإدارة رأس المال العامل. وفيما يتعلق بهيكل رأس المال، فقد تراوحت القيم بين (2.36) كحد أدنى و(17.09) كحد أقصى، بمتوسط حسابي بلغ (8.8444) وانحراف معياري مرتفع نسبياً بلغ (5.26578)، مما يدل على تفاوت كبير في اعتماد المصرف على مصادر التمويل بالديون مقارنة بحقوق الملكية، ويعكس اختلاف استراتيجيات التمويل ومستويات المخاطر المالية في المصرف محل الدراسة.

أما العائد على الأصول (ROA)، فقد بلغ الحد الأدنى له (0.0000) والحد الأقصى (0.2160)، بمتوسط حسابي قدره (0.0371) وانحراف معياري بلغ (0.0565)، وتشير هذه النتائج إلى انخفاض متوسط ربحية الأصول لدى المصرف، مع وجود تباين ملحوظ في كفاءة توظيف الأصول لتحقيق الأرباح، وهو ما قد يعكس تأثير الظروف الاقتصادية والمالية غير المستقرة في سوريا خلال فترة الدراسة على الأداء المالي للمصرف.

وبشكل عام، تعكس نتائج الإحصاءات الوصفية وجود تباين واضح في متغيرات الكفاءة المالية والهيكل التمويلي والربحية في بنك سورية والمهجر، الأمر الذي يبرر استخدام النماذج القياسية اللاحقة لاختبار طبيعة العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين هذه المتغيرات.

تحليل المتغير المستقل الأول: نسبة السيولة:

جدول (2) ملخص النموذج في تحليل الانحدار				
	معامل الارتباط R	معامل التحديد R Square	معامل التحديد المعدل Adjusted R Square	الخطأ المعياري للتقدير Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	.460	.0415650
المصدر: الجدول مستخرج من قبل الباحث من برنامج SPSS.				

الهدف من التحليل: اختبار ما إذا كانت نسبة السيولة لها تأثير ذو دلالة إحصائية على ربحية الشركة المتمثلة في العائد على الأصول.

يوضح الجدول (2) نتائج نموذج الانحدار الخطي المستخدم لاختبار العلاقة بين متغيري الدراسة السيولة والعائد على الأصول، حيث بلغ معامل الارتباط (R) قيمة قدرها (0.701)، وهي قيمة تشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية نسبياً بين نسبة السيولة والعائد على الأصول. وتعكس هذه النتيجة أن التغيرات في العائد على الأصول ترتبط بدرجة واضحة بالتغيرات في نسبة السيولة، الأمر الذي يدعم مبدئياً وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما.

كما بلغ معامل التحديد (R Square) قيمة قدرها (0.491)، ما يعني أن نحو 49.1% من التغيرات في العائد على الأصول يمكن تفسيرها من خلال التغيرات في نسبة السيولة، في حين تعود النسبة المتبقية 50.9% إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج. ويُعد هذا المستوى من القوة التفسيرية مقبولاً في الدراسات التطبيقية، لا سيما في البحوث المالية والمصرفية التي تتأثر بمتغيرات متعددة داخلية وخارجية.

فيما يتعلق بمعامل التحديد المعدل (Adjusted R Square)، فقد بلغ (0.460)، وهو ما يؤكد استقرار القوة التفسيرية للنموذج بعد الأخذ في الحسبان عدد المتغيرات المستقلة وحجم العينة، ويشير إلى أن النموذج لا يعاني من مشكلة المبالغة في التقدير، كما يعكس التقارب النسبي بين معامل التحديد ومعامل التحديد المعدل ملائمة النموذج من الناحية الإحصائية.

أما الخطأ المعياري للتقدير (Std. Error of the Estimate) فقد بلغ (0.0416)، وهي قيمة منخفضة نسبياً، تدل على أن القيم المتوقعة للمتغير التابع (العائد على الأصول) قريبة من القيم الفعلية، مما يعزز من دقة النموذج وقدرته على التنبؤ. وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن نموذج الانحدار المستخدم يتمتع بدرجة جيدة من الملاءمة الإحصائية والقوة التفسيرية، الأمر الذي يبرر الاعتماد عليه في تحليل تأثير المتغير المستقل (نسبة السيولة) على المتغير التابع (العائد على الأصول) ضمن إطار الدراسة في بنك سورية والمهجر. ومما يجعلنا نستنتج أن هناك دليل قوي جداً على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة السيولة والعائد على الأصول.

جدول (3) تحليل التباين ANOVA ^a للمتغير المستقل نسبة السيولة مع العائد على الأصول					
		مجموع المربعات	وسطي المربع	F	مستوى الدلالة Sig.
1	الانحدار	.027	.027	15.45	.001 ^b
	مجموع مربعات الخطأ	.028	.002	5	
	المجموع	.054			
المصدر: الجدول مستخرج من قبل الباحث من برنامج SPSS.					

تحليل نتائج اختبار تحليل التباين (ANOVA)

يوضح جدول (3) نتائج اختبار تحليل التباين (ANOVA) المستخدم لقياس معنوية نموذج الانحدار الخطي الذي يختبر أثر نسبة السيولة بوصفها متغيراً مستقلاً على العائد على الأصول (ROA) بوصفه متغيراً تابعاً.

تشير النتائج إلى أن مجموع المربعات العائد لمعادلة الانحدار بلغ (0.027)، في حين بلغ مجموع مربعات الخطأ (0.028) (Residual)، وبمجموع كلي قدره (0.054)، وهو ما يدل على أن جزءاً معتبراً من التباين في العائد على الأصول يمكن تفسيره من خلال نسبة السيولة.

وبلغت قيمة (F) المحسوبة (15.455)، وهي قيمة مرتفعة نسبياً، كما أن مستوى الدلالة الإحصائية المصاحب لها بلغ (Sig. = 0.001)، وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار ككل ذو دلالة إحصائية عالية. وبناءً على ذلك، يتم رفض فرضية عدم القائلة بعدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لنسبة السيولة على العائد على الأصول، وقبول الفرضية البديلة التي تشير إلى وجود تأثير معنوي لنسبة السيولة في تفسير التغيرات في العائد على الأصول لدى بنك سورية والمهجر.

وتعكس هذه النتيجة أن إدارة السيولة تلعب دوراً محورياً في تعزيز الأداء المالي لبنك سورية والمهجر، حيث تؤدي المستويات الملائمة من السيولة إلى تحسين قدرة المصرف على توظيف أصوله بكفاءة وتحقيق أرباح أعلى، وهو ما يتفق مع الأدبيات المصرفية التي تؤكد وجود علاقة جوهرية بين كفاءة إدارة السيولة وربحية المصارف.

تفسير معاملات الانحدار: (Coefficients)

تحليل معاملات الانحدار لأثر نسبة السيولة على العائد على الأصول

جدول (4) تحليل معاملات الانحدار^a Coefficients لنسبة السيولة مع العائد على الاصول

		المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	مستوى الدلالة Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	الثابت	- .381	.107		- 3.568	.003
	نسبة السيولة	.360	.091	.701	3.931	.001

المصدر: الجدول مستخرج من قبل الباحث من برنامج SPSS.

يوضح جدول (4) نتائج تقدير معاملات الانحدار الخطي البسيط لدراسة أثر نسبة السيولة على العائد على الأصول (ROA)، حيث يبين النموذج كلا من الثابت ومعامل الانحدار للمتغير المستقل (السيولة).

الثابت (Constant): بلغت قيمة الثابت (-0.381) مع خطأ معياري قدره (0.107)، وحقق إحصائية t مقدارها (-3.568) عند مستوى دلالة إحصائية (Sig. = 0.003) وتشير هذه

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف
دراسة حالة بنك سورية والمهجر

النتيجة إلى أن العائد على الأصول في حال ثبات نسبة السيولة عند الصفر يكون سالباً (-) (0.381)، وهو ما يعكس أن المصارف بدون سيولة فعّالة قد تواجه أداءً مالياً سلبياً. معامل الانحدار لنسبة السيولة: بلغ (B = 0.360) مع خطأ معياري قدره (0.091)، وقيمة Beta المعيارية (0.701)، وحقق إحصائية t مقدارها (3.931) عند مستوى دلالة إحصائية (Sig. = 0.001) وتدل هذه النتائج على وجود أثر إيجابي معنوي لإدارة السيولة على العائد على الأصول، حيث تشير قيمة المعامل إلى أن زيادة وحدة واحدة في نسبة السيولة تؤدي إلى زيادة العائد على الأصول بمقدار 0.360 وحدة، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يوضح معامل Beta القياسي (0.701) قوة العلاقة بين المتغيرين، مما يعكس أن نسبة السيولة تسهم بما نسبته (70.1%) في تفسير التغيرات في العائد على الأصول، وهو ما يدعم نتائج تحليل الانحدار وتحليل ANOVA السابق.

بناءً على ذلك، يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي للنموذج كما يلي:

$$ROA = -0.381 + 0.360 \times (\text{نسبة السيولة})$$

تحليل المتغير المستقل الثاني: الدورة النقدية:

جدول (5) ملخص النموذج في تحليل الانحدار				
	معامل الارتباط R	R معامل التحديد Square	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري للتقدير
1	.768 ^a	.589	.563	.0373581
الدورة النقدية، المتغير المستقل a.				

تحليل ملخص نموذج الانحدار لأثر الدورة النقدية على العائد على الأصول يوضح جدول (5) ملخص النموذج المستخدم في تحليل أثر الدورة النقدية على العائد على الأصول (ROA)، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.768) (R)، وهو ما يشير إلى وجود ارتباط قوي نسبياً بين الدورة النقدية والعائد على الأصول.

أما معامل التحديد (R²) فقد بلغ (0.589)، مما يعني أن حوالي 58.9% من التغير في العائد على الأصول يمكن تفسيره من خلال الدورة النقدية، بينما تعود النسبة المتبقية (41.1%) إلى عوامل أخرى لم يتم تضمينها في النموذج. ويُعد هذا المستوى من القوة التفسيرية جيداً وملائماً في

الدراسات المالية والمصرفية التطبيقية، حيث تؤثر العديد من العوامل الداخلية والخارجية على الأداء المالي لبنك سورية والمهجر .

وبالنسبة لمعامل التحديد المعدل (R^2 Adjusted) فقد بلغ (0.563)، وهو يشير إلى أن النموذج مستقر ولا يعاني من مشكلة المبالغة في التقدير .

أما الخطأ المعياري للتقدير (Std. Error of the Estimate) ، فقد بلغ (0.0374)، وهي قيمة منخفضة نسبياً، ما يدل على أن القيم المتوقعة للمتغير التابع (ROA) قريبة من القيم الفعلية، مما يعزز من دقة النموذج وقدرته على التنبؤ .

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج أن الدورة النقدية تعد من المتغيرات المؤثرة بشكل ملموس في العائد على الأصول للمصارف، وهو ما يشير إلى أهمية كفاءة إدارة التدفقات النقدية في تحسين الأداء المالي وتعزيز ربحية المصارف .

تحليل نتائج ANOVA لأثر الدورة النقدية على العائد على الأصول

جدول (6) تحليل التباين ANOVA ^a للمتغير المستقل الدورة النقدية مع العائد على الأصول					
		مجموع المربعات	وسطي المربع	F	مستوى الدلالة Sig.
1	الانحدار	.032	.032	22.939	.000 ^b
	مجموع مربعات الخطأ	.022	.001		
	المجموع	.054			
الدورة النقدية، المتغير المستقل. b. الأصول على العائد: المتغير التابع. a.					

يوضح جدول (6) نتائج اختبار تحليل التباين (ANOVA) لتقدير أثر الدورة النقدية كمتغير مستقل على العائد على الأصول (ROA) كمتغير تابع. حيث بلغ مجموع مربعات الانحدار (0.032) (Regression Sum of Squares)، في حين بلغ مجموع مربعات الخطأ (0.022) (Residual Sum of Squares)، ليصبح المجموع الكلي لمربعات الانحراف (Total Sum of Squares) (0.054). يشير ذلك إلى أن جزءاً كبيراً من التباين في العائد على الأصول يمكن تفسيره من خلال الدورة النقدية، وهو ما يعكس أهميتها في تحسين الأداء المالي للمصرف .

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف
دراسة حالة بنك سورية والمهجر

كما بلغت قيمة إحصائية F (22.939) عند مستوى دلالة إحصائية (Sig. = 0.000) ، وهو أقل من مستوى الدلالة التقليدي (0.05)، مما يدل على أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية عالية. وبناءً على ذلك، يمكن رفض فرضية العدم القائلة بعدم وجود أثر معنوي للدورة النقدية على العائد على الأصول، وقبول الفرضية البديلة التي تؤكد وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية. تشير هذه النتائج إلى أن كفاءة إدارة الدورة النقدية تلعب دوراً محورياً في تحسين العائد على الأصول، حيث تساهم الدورة النقدية الأمتل في تعزيز قدرة بنك سورية والمهجر على توظيف الموارد بكفاءة وتحقيق ربحية أعلى، بما يتوافق مع الدراسات المالية التي تؤكد العلاقة الإيجابية بين فعالية إدارة التدفقات النقدية وربحية المصارف (Athanasoglou et al., 2021؛ الجمل، 2024)

تحليل معاملات الانحدار ومعادلة الانحدار للدورة النقدية على العائد على الأصول

جدول (7) تحليل معاملات الانحدار ^a Coefficients للدورة النقدية مع العائد على الأصول						
		المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	مستوى الدلالة Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(الثابت)	-.002	.012		-.153	.880
	النقدية الدورة	.132	.027	.768	4.789	.000

a. العائد على الأصول: المتغير التابع.

يوضح جدول (7) نتائج تقدير معاملات الانحدار الخطي البسيط لدراسة أثر الدورة النقدية على العائد على الأصول (ROA) ، حيث يتضمن النموذج كل من الثابت ومعامل الانحدار للمتغير المستقل.

الثابت (Constant): بلغت قيمة الثابت (-0.002) مع خطأ معياري قدره (0.012)، وحقق إحصائية t مقدارها (-0.153) عند مستوى دلالة إحصائية (Sig. = 0.880). يشير هذا إلى

أن العائد على الأصول يكون قريباً من الصفر عندما تكون الدورة النقدية عند صفر، مما يعكس أن تأثير الثابت غير معنوي إحصائياً.

معامل الانحدار للدورة النقدية: بلغ ($B = 0.132$) مع خطأ معياري قدره (0.027)، وبلغ معامل Beta المعياري (0.768)، وحقق إحصائية t مقدارها (4.789) عند مستوى دلالة إحصائية ($\text{Sig.} = 0.000$)، وهي قيمة أقل من 0.05 ، مما يدل على أن الدورة النقدية تؤثر إيجابياً ومعنوياً على العائد على الأصول. وتعكس قيمة المعامل أن كل زيادة بوحدة واحدة في الدورة النقدية تؤدي إلى زيادة العائد على الأصول بمقدار 0.132 وحدة، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يشير معامل Beta القياسي (0.768) إلى قوة العلاقة بين المتغيرين، وهو ما يدعم نتائج ANOVA السابقة ومعامل التحديد للنموذج.

وبناءً على ذلك، يمكن تمثيل العلاقة بين المتغيرين من خلال معادلة الانحدار الخطي كما يلي:

$$\text{ROA} = -0.002 + 0.132 \times (\text{الدورة النقدية})$$

بصورة عامة، تؤكد النتائج أن الدورة النقدية تمثل متغيراً ذو تأثير معنوي وقوي في تفسير التغير في العائد على الأصول، مما يعزز أهمية إدارة الدورة النقدية في تحسين الربحية لدى بنك سورية والمهجر.

تحليل المتغير المستقل الثالث: هيكل رأس المال:

ملخص نموذج الانحدار:

جدول (8) ملخص النموذج في تحليل الانحدار				
	معامل الارتباط R	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري للتقدير
1	.554 ^a	.306	.263	.0485376
a. هيكل رأس المال: المتغير المستقل.				

يبين جدول (8) ملخص نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يوضح أثر هيكل رأس المال بوصفه متغيراً مستقلاً في العائد على الأصول بوصفه المتغير التابع. وتشير قيمة معامل الارتباط (R)

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف
دراسة حالة بنك سورية والمهجر

البالغة 0.554 إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين هيكل رأس المال والعائد على الأصول، ما يعكس وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرين.

كما تظهر قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة 0.306 أن نموذج الانحدار يفسّر حوالي 30.6% من التغيرات في العائد على الأصول، وهي نسبة تفسيرية مقبولة في الدراسات المالية والمصرفية، خاصة في ظل طبيعة البيانات الاقتصادية وتعدد العوامل المؤثرة في الأداء المالي.

وتعكس قيمة معامل التحديد المعدّل ($Adjusted R^2$) البالغة 0.263 قدرة النموذج على الاحتفاظ بقوة تفسيرية جيدة، مما يدل على ملائمة النموذج إحصائياً.

أما قيمة الخطأ المعياري للتقدير (Std. Error of the Estimate) والبالغة 0.0485، فتشير إلى انخفاض نسبي في تشتت القيم الفعلية عن القيم المقدّرة، الأمر الذي يعكس دقة مقبولة لتقديرات النموذج وكفائه في التنبؤ بالمتغير التابع.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن نموذج الانحدار المستخدم يتمتع بدرجة مناسبة من القوة التفسيرية والدقة الإحصائية، ويظهر أن هيكل رأس المال يُعد من العوامل المؤثرة نسبياً في العائد على الأصول، مع بقاء جزء من التغيرات يعود سببه إلى متغيرات أخرى لم يشملها النموذج.

تحليل التباين (ANOVA)

جدول (9) تحليل التباين ANOVA ^a للمتغير المستقل هيكل رأس المال مع العائد على الاصول					
		مجموع المربعات	وسطي المربعات	F	مستوى الدلالة Sig.
1	الانحدار	.017	.017	7.06 7	.017 ^b
	مجموع مربعات الخطأ	.038	.002		

	Total	.054			
العائد على الأصول: المتغير التابع. a.					

يعرض جدول (9) نتائج تحليل التباين (ANOVA) لنموذج الانحدار الخطي الذي يختبر أثر هيكل رأس المال بوصفه متغيراً مستقلاً في العائد على الأصول بوصفه متغيراً تابعاً. ويهدف هذا التحليل إلى اختبار معنوية النموذج ككل وبيان مدى قدرته على تفسير التغيرات في المتغير التابع. تشير قيمة مجموع المربعات المفسرة (Regression Sum of Squares) البالغة 0.017 إلى مقدار التغير في العائد على الأصول الذي يمكن أن نعزوه إلى هيكل رأس المال، في حين بلغت قيمة مجموع المربعات المتبقية (Residual Sum of Squares) حوالي 0.038، وهو ما يمثل الجزء غير المفسر من التباين الناتج عن عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج. كما بلغ مجموع المربعات الكلي (Total Sum of Squares) 0.054، ما يعكس التباين الإجمالي في المتغير التابع العائد على الأصول.

وبلغت قيمة إحصائية (F) نحو 7.067 عند درجة معنوية (Sig.) قدرها 0.017، وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد (0.05)، مما يدل على أن نموذج الانحدار ككل ذو دلالة إحصائية. ويعني ذلك وجود تأثير معنوي لهيكل رأس المال على العائد على الأصول، وأن العلاقة المقدرة بين المتغيرين ليست عشوائية من الناحية الإحصائية. وبناءً على هذه النتائج، يمكن قبول الفرضية التي تفترض وجود أثر معنوي لهيكل رأس المال على العائد على الأصول.

تحليل معاملات الانحدار:

جدول (10) تحليل معاملات الانحدار ^a Coefficients لهيكل رأس المال مع العائد على الأصول						
		المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	مستوى الدلالة Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(الثابت)	.090	.023		3.926	.001
	هيكل رأس المال	-.006	.002	-.554	-2.658	.017

a. العائد على الأصول: المتغير التابع

يوضح جدول (10) نتائج تحليل معاملات الانحدار الخطي التي تبيّن أثر هيكل رأس المال في العائد على الأصول، وتشير قيمة الثابت (Constant) البالغة 0.090 إلى متوسط قيمة العائد على الأصول في حال ثبات المتغير المستقل هيكل رأس المال، وقد جاءت هذه القيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية بلغ 0.001، مما يعكس صلاحية الجزء الثابت في نموذج الانحدار. أما فيما يتعلق بمتغير هيكل رأس المال، فقد بلغ معامل الانحدار غير المعياري (B) نحو -0.006، مما يدل على وجود أثر سلبي لهيكل رأس المال على العائد على الأصول. ويُفسّر ذلك بأن زيادة هيكل رأس المال بوحدة واحدة تؤدي - في المتوسط - إلى انخفاض العائد على الأصول بمقدار 0.006، مع ثبات العوامل الأخرى.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار المعياري (Beta) حوالي -0.554، وهو ما يشير إلى أن تأثير هيكل رأس المال يُعد متوسطاً إلى قوي نسبياً مقارنةً بتأثيرات محتملة لمتغيرات أخرى، ويعكس أهمية هذا المتغير في تفسير التغيرات في العائد على الأصول.

وقد دعمت إحصائية (t) البالغة -2.658 ومستوى الدلالة الإحصائية (Sig.) البالغ 0.017 هذه النتيجة، حيث جاءت أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، مما يؤكد أن أثر هيكل رأس المال على العائد على الأصول أثر سلبي ومعنوي إحصائياً.

وبالرابط مع نتائج ملخص النموذج في جدول (8) الذي أظهر قدرة تفسيرية مقبولة، ونتائج تحليل التباين في جدول (9) التي أكدت معنوية النموذج ككل، يمكن القول إن نموذج الانحدار المستخدم صالح إحصائياً، وبيّن بوضوح أن هيكل رأس المال يؤثر بشكل معنوي وسلبي في العائد على الأصول.

استناداً إلى نتائج جدول (10)، يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي على النحو الآتي:

$$\text{ROA} = 0.090 - 0.006(\text{هيكل رأس المال})$$

بناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن إدارة هيكل رأس المال بشكل متوازن بين الدين وحقوق الملكية تعد استراتيجية مهمة لتحسين العائد على الأصول، ويجب على بنك سورية والمهجر التركيز على خفض تكلفة التمويل وتعظيم الكفاءة التشغيلية لتحقيق أفضل أداء مالي.

اختبار فرضيات البحث في ضوء النتائج القياسية:

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي لأثر المتغيرات المستقلة على معدل العائد على الأصول في بنك سورية والمهجر، يمكن تلخيص اختبار فرضيات البحث على النحو الآتي:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين السيولة والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.

أظهرت نتائج نموذج الانحدار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السيولة والعائد على الأصول، مما يؤدي إلى قبول الفرضية الأولى، ويشير ذلك إلى أن مستوى السيولة يؤثر بشكل معنوي في كفاءة استخدام الأصول وربحية المصرف.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين الدورة النقدية والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر.

بيّنت نتائج التحليل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدورة النقدية والعائد على الأصول، الأمر الذي يدعم قبول الفرضية الثانية، ويعكس أهمية إدارة مكونات الدورة النقدية في تحسين الأداء المالي للمصرف.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين هيكل رأس المال والعائد على الأصول لبنك سورية والمهجر. حيث أظهرت نتائج التحليل القياسي وجود علاقة سالبة ومعنوية بين هيكل رأس المال والعائد على الأصول، وبناءً عليه يتم قبول الفرضية الثالثة، مع التأكيد على أن طبيعة العلاقة كانت عكسية، مما يدل على أثر هيكل التمويل في ربحية الأصول.

وبناءً على ما سبق، تؤكد نتائج الدراسة صحة فرضيات البحث الثلاث، مع اختلاف اتجاه وقوة التأثير بين المتغيرات المستقلة، بما يعكس تعقيد العلاقة بين قرارات الإدارة المالية ومستوى الأداء المصرفي.

12- نتائج البحث.

يمكن أن نلخص نتائج من الإحصاءات الوصفية في النقاط الآتية:

1. ظلت سياسات السيولة والمديونية ثابتة نسبياً.
2. شهدت إدارة الأصول وإدارة رأس المال العامل (الدورة النقدية) تقلبات حادة.
3. لدى المصرف مخاطر مالية عالية بسبب الاعتماد الكبير والمستمر على الديون.
4. لدى المصرف مخاطر تشغيلية تتجلى في التقلبات الكبيرة في الربحية وكفاءة إدارة النقد.

5. توحى التغييرات الكبيرة في هيكل رأس المال بتحويلات استراتيجية في سياسات التمويل عبر السنوات.

كما أظهرت نتائج التحليل القياسي وجود تأثيرات متفاوتة للمتغيرات المستقلة الثلاثة في معدل العائد على الأصول، فقد بينت النتائج أن السيولة تمثل أحد العوامل المؤثرة في ربحية الأصول، حيث يعكس اتجاه ومعنوية معاملها أن إدارة مستويات السيولة تلعب دوراً مهماً في تحسين كفاءة استخدام الأصول، ضمن حدود توازن تمنع تجميد الموارد المالية، وهو ما تتفق به مع نتيجة دراسة (الجمال، 2024).

وأيضاً أظهرت نتائج تحليل الدورة النقدية وجود تأثير معنوي في معدل العائد على الأصول، مما يؤكد أهمية كفاءة إدارة مكونات رأس المال العامل، ولا سيما فترات التحصيل والدفع والمخزون، في تعزيز الأداء التشغيلي والربحية وهو ما لا يتفق مع نتيجة دراسة (الجمال، 2024) بينما يتفق مع نتيجة دراسة (Hieu, 2025)

وفيما يتعلق بهيكل رأس المال، فقد كشفت النتائج عن وجود أثر سلبي ومعنوي إحصائياً على معدل العائد على الأصول، مما يشير إلى أن الاعتماد المتزايد على مصادر التمويل ذات الكلفة المرتفعة قد يؤدي إلى انخفاض كفاءة الأصول وربحيته، وهو ما اتفقت به هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الجمال، 2024)

كل ما سبق يلاحظ أن دراستنا تتفق من حيث النتيجة مع بعض الدراسات السابقة وتختلف مع بعضها الآخر وفق متغيرات الدراسة.

وبصورة عامة، تؤكد هذه النتائج أن جودة إدارة رأس المال العامل وهيكل التمويل تُعد من المحددات الأساسية للأداء المالي، وأن تحقيق مستويات ربحية أفضل يتطلب موازنة دقيقة بين السيولة، كفاءة الدورة النقدية، ومستوى الرفع المالي، بما ينسجم مع طبيعة النشاط وظروف البيئة الاقتصادية.

13- مقترحات البحث:

1. تحقيق التوازن الأمثل للسيولة: توصي الدراسة بضرورة تبني سياسات مالية تهدف إلى تحقيق مستوى سيولة متوازن، يضمن قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته قصيرة الأجل دون الإبقاء على فوائض نقدية غير مستثمرة، بما يسهم في تحسين كفاءة استخدام الأصول وتعزيز الربحية.
2. تحسين كفاءة إدارة الدورة النقدية: ينبغي على إدارة المصرف العمل على تقليص مدة الدورة النقدية لما لذلك من أثر مباشر في تعزيز العائد على الأصول، من خلال:
 - تسريع عمليات تحصيل القروض والفوائد،
 - تحسين إدارة الحسابات المدينة،
 - إعادة جدولة الالتزامات قصيرة الأجل بما ينسجم مع التدفقات النقدية،
3. إعادة النظر في هيكل رأس المال: توصي الدراسة بضرورة ترشيد الاعتماد على مصادر التمويل ذات الكلفة المرتفعة، ولا سيما الديون قصيرة الأجل، والعمل على الحد من الأثر السلبي لهيكل رأس المال على ربحية الأصول من خلال:
 - تنويع مصادر التمويل.
 - تعزيز التمويل الذاتي والاحتياطيات.
 - الموازنة بين كلفة التمويل ومستوى المخاطر.
4. تعزيز كفاءة استخدام الأصول: توصي الدراسة بتوجيه الموارد المالية نحو الأنشطة الأكثر ربحية، وتحسين جودة المحفظة الائتمانية، بما يسهم في رفع إنتاجية الأصول وتحسين العائد المحقق منها.
5. تطوير نظم التخطيط والرقابة المالية: من الضروري اعتماد أدوات حديثة للتخطيط المالي وإدارة المخاطر، وربط قرارات السيولة والتمويل بمؤشرات أداء واضحة (KPIs) ، بما يعزز كفاءة اتخاذ القرار المالي داخل المصرف.
6. مراعاة خصوصية البيئة الاقتصادية: توصي الدراسة بأخذ الظروف الاقتصادية غير المستقرة بعين الاعتبار عند وضع السياسات المالية، ولا سيما فيما يتعلق بإدارة السيولة والتمويل، بما يحقق المرونة والاستدامة في الأداء المصرفي.
7. الاتجاه نحو دراسات متممة تبحث عن عوامل أخرى تؤثر في الأداء المالي للمصرف.

14- قائمة المصادر والمراجع.

14-1 المصادر والمراجع باللغة العربية:

- (1) الجمل، أسامة، (2024): العوامل المؤثرة في كفاءة إدارة رأس المال العامل - دراسة حالة مصرف التجارة والتنمية. مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال، 11(1)، 156-167.
- (2) الحلاق، وليد، والشمري، ناصر. (2025). أثر هيكل رأس المال على الأداء المالي في المصارف العربية. المجلة العربية للبحوث المالية، 8(2)، 77-98.
- (3) حيدر، نهاد. (2021) تقييم أداء بنك سورية الدولي الاسلامي باستخدام نموذج تصنيف CAMELS المركب، مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية، المجلد (5) العدد (3)، 15.
- (4) السيوفي، أحمد. (2022). إدارة رأس المال العامل وأثرها على الاستقرار المالي في المصارف الخاصة السورية. مجلة الإدارة والاقتصاد، 14(2)، 115-134.
- (5) سليمان، آيات. (2023) اثر كفاءة ادارة راس المال العامل على الاداء المالي للشركات الصناعية المدرجة في بورصتي فلسطين وعمان (2013-2022)، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، 20-21.
- (6) الصايغ، كارول. (2025). مقارنة الأداء المالي للمصارف التقليدية والإسلامية الخاصة العاملة في سورية-دراسة تطبيقية على مصرفي قطر الوطني والبركة الإسلامي خلال الفترة 2011-2021، مجلة جامعة حمص، سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية، 47(1)، 4-5.
- (7) عبد الهادي، إسماعيل. (2024). نظام التصنيف المصرفي CAMELS كنموذج فعال لتقييم أداء القطاع المصرفي الإسلامي في سورية-دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة 2013-2022، مجلة جامعة حمص، سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية، 46(17)، 28.
- (8) الزعبي، أحمد، والحموري، علي. (2025). أثر طول الدورة النقدية على استقلالية المصارف وربحياتها. مجلة الاقتصاد والتمويل العربي، 7(1)، 55-74.

- 9) الكردى، محمد. (2021). كفاءة إدارة النقد وتأثيرها على الربحية في المصارف العربية. مجلة البحوث المالية والمصرفية، 9(1)، 77-92.
- 10) النعيمي، شذى. (2023). مؤشرات الربحية في المصارف العربية: دراسة تحليلية. مجلة العلوم المالية والمصرفية، 12(4)، 211-235.

2-14 المراجع باللغة الأجنبية:

- 1) Altunbas, Y., Gambacorta, L., & Marques-Ibanez, D. (2023). Bank capital and lending: The role of liquidity regulation. Journal of Financial Stability, 65, 101012. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2023.101012>
- 2) Athanasoglou, P. P., Brissimis, S. N., & Delis, M. D. (2021). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability. Journal of International Financial Markets, Institutions & Money, 34, 121–136. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101012>
- 3) Baños-Caballero, S., García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2023). Working capital management, liquidity, and firm performance. International Review of Economics & Finance, 85, 30–47. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.01.004>
- 4) Basel Committee on Banking Supervision (BCBS). (2025). Basel III monitoring exercise: Risk-based capital ratios, liquidity coverage ratios and net stable funding ratios as of 31 December 2024. Bank for International Settlements.
- 5) Berger, A. N., & Bouwman, C. H. S. (2023). Bank liquidity creation, capital, and crises. Journal of Financial Economics, 148(2), 399–421. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2023.01.006>
- 6) Berger, A. N., & Mester, L. J. (2022). Measuring efficiency in banking. Oxford Handbook of Banking (3rd ed.). Oxford University Press.
- 7) Dalwai, T. (2023). Does intellectual capital efficiency and working capital management affect firm performance? Evidence from GCC industrial firms. Journal of Intellectual Capital, 24(4), 867–889. <https://doi.org/10.1108/JIC-2022-0214>
- 8) Demirgüç-Kunt, A., Martinez Peria, M. S., & Tressel, T. (2024). Bank capital, liquidity, and performance in emerging markets. World Bank

- Economic Review, 38(1), 1–28.
<https://doi.org/10.1093/wber/lhad015>
- 9) García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2023). Cash conversion cycle and bank profitability. *Journal of Banking & Finance*, 146, 106684.<https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.106684>
- 10) Gill, A., & Shah, C. (2023). Liquidity management and bank profitability. *International Journal of Economics and Finance*, 15(2), 45–58.<https://doi.org/10.5539/ijef.v15n2p45>
- 11) Gropp, R., & Heider, F. (2024). The determinants of bank capital structure. *Review of Finance*, 28(1), 1–38.<https://doi.org/10.1093/rof/rfad018>
- 12) Hieu, P. H. (2025). Working capital management and firm performance: Nonlinear evidence from Vietnam. *Finance Research Letters*, 58, 104402.<https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.104402>
- 13) Khan, M. S., Scheule, H., & Wu, E. (2024). Risk, profitability, and bank stability. *Journal of Banking Regulation*, 25(1), 65–87.<https://doi.org/10.1057/s41261-023-00205-7>
- 14) Kiyamaz, H., & Gupta, M. (2024). Optimal working capital and firm performance. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 92, 101–115.<https://doi.org/10.1016/j.qref.2023.12.004>
- 15) Kumar, S., Anwar, M., & Al-Yahyaee, K. H. (2025). Working capital efficiency and firm value. *International Review of Financial Analysis*, 88, 102674.<https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.102674>
- 16) Nguyen, T. T., & Dang, V. A. (2024). Cash flow management and bank resilience. *Journal of Financial Services Research*, 65(2), 155–179.<https://doi.org/10.1007/s10693-023-00412-6>
- 17) Ozili, P. K. (2023). Bank risk management and financial performance. *Journal of Risk Finance*, 24(3), 357–373.<https://doi.org/10.1108/JRF-10-2022-0187>
- 18) Panda, B., & Nanda, S. (2022). Working capital management and profitability. *Management Decision*, 60(4), 1052–1074.
<https://doi.org/10.1108/MD-03-2021-0356>
- 19) Priyono, B., et al. (2025). Working capital management as a mediator between corporate governance and performance. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2331145.<https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2331145>

- 20) Vodová, P. (2023). Liquidity risk and bank performance. Economics and Sociology, 16(1), 101–118.<https://doi.org/10.14254/2071-789X.2023/16-1/6>

المواقع الإلكترونية:

<http://www.dse.gov.sy/issuer-company/view/5>

تأثير إدارة رأس المال العامل على الأداء المالي في المصارف
دراسة حالة بنك سورية والمهجر

دور التسويق عبر المؤثرين في بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية "دراسة ميدانية لسوق الملابس عبر منصة إنستغرام"

الدكتور فاطر سليطين*

الدكتور سعيد إسبر**

الطالب مصطفى يونس***

مُستخلص

هدف هذا البحث إلى تحديد دور التسويق عبر المؤثرين في بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية (البعد المعرفي، البعد السلوكي، البعد الوجداني، البعد الاجتماعي)، وذلك لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة إنستغرام.

استخدم الباحث المنهج الوصفي، إذ قام بتوزيع (500) استبانة على عينة ميسرة من عملاء سوق الملابس عبر منصة إنستغرام في مراكز التسوق العاملة في مدينة دمشق وريفها. قام الباحث بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS 25).

وفي نهاية هذا البحث توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج وأهمها: يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على الصورة الذهنية للعلامة التجارية (البعد المعرفي، البعد السلوكي، البعد الوجداني، البعد الاجتماعي) لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة إنستغرام. كما تقدم الباحث في نهاية البحث بمجموعة من التوصيات والتي كان أهمها: الاهتمام برصد وتحليل استجابات المتابعين تجاه المؤثرين وتجاه المحتوى الذي يقدمه، التأكد من مصداقية المؤثرين لعدم تعرض أصحاب العلامات التجارية لمشكلة الحسابات الوهمية للمتابعين لديه، التأكد من جودة المحتوى الذي يقدمه المؤثر وقدرته على عكس المعلومات الخاصة بالمنتج.

كلمات مفتاحية: التسويق عبر المؤثرين، العلامة التجارية، الصورة الذهنية، منصة إنستغرام.

* أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية، سورية.

** أستاذ مساعد في قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية، سورية.

*** طالب دكتوراه /تسويق/-/ قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة اللاذقية - سورية.

The Role of Influencer Marketing in Building a Brand's Mental Image
“A Field Study of the Clothing Market on Instagram”

Dr. Fater Sletien*

Dr. Said Esber**

Mostafa Younes***

Abstract

This research aims to determine the extent of the impact of influencer marketing on the mental image of the brand (cognitive dimension, behavioral dimension, emotional dimension and social dimension), among customers of the clothing market via the Instagram platform.

The researcher used the descriptive analytical approach, as they distributed (500) questionnaires to a facilitated sample of clothing market customers via the Instagram platform in the shopping centers operating in the city of Damascus and its countryside. All distributed questionnaires were retrieved, and (13) questionnaires were excluded from them due to incomplete data. Thus, the number of questionnaires that were completed was (487) questionnaires. The researcher analyzed the data using statistical analysis software (SPSS 25).

At the end of this research, the researcher concluded that there is a significant impact of influencer marketing on the brand image (cognitive dimension, behavioral dimension, emotional dimension and social dimension) among clothing market customers via Instagram platform.

The researcher also made a number of recommendations, including: Pay attention to monitoring and analyzing followers' responses to influencers and the content they provide. Ensure the credibility of influencers to prevent brand owners from experiencing fake accounts among their followers. Ensure the quality of the content provided by the influencer and its ability to reflect product information.

*Associate Professor in Business Administration Department, Faculty of Economics, Latakia University, Syria.

**Associate Professor in Business Administration Department, Faculty of Economics, Latakia University, Syria.

***PhD Student- Department of Business Administration- Faculty of Economics - Latakia University-- Syria.

Keywords: Influencer Marketing, Branding, Image, Instagram.

مُقدِّمة:

مع تسارع ونمو العلامات التَّجاريَّة وزيادة المنافسة أصبحت العلامة التَّجاريَّة من أهم وأقوى الأصول غير الملموسة قيمة، فقد ازدادت أهميتها في المجال التَّسويقي نتيجة لزيادة تعقد سلوك المستهلك وتطلعه لاقتناء أجود المنتجات ضمن وقت أقل في السوق، فالمستهلك لا يقوم بشراء المنتجات دائماً وفقاً لخصائصها الملموسة بل قد يقوم بشراء أحد المنتجات متأثراً بالصورة التي تعكس العلامة التَّجاريَّة للمنتج. هذا وتعد العلامة التَّجاريَّة من بين أهم وأنجع الطرق والوسائل المرشدة والمساعدة على اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك، فهي الأداة التي تستخدمها العديد من المؤسسات لبناء وخلق صورة ذهنيَّة وعلاقات قويَّة وتمييزة وطويلة المدى مع مستهلكيها، إلا أن تلك العلاقة لن يكتب لها النجاح إلا إذا توفرت وتميزت ببعض الخصائص الفريدة من نوعها والتي قد تتصف بدرجة عاليَّة من الجودة التي يدركها المستهلك بشكل مختلف تماماً عن العلامات التَّجاريَّة المنافسة لها، والتي تساعده بل وتجعله يتخلى ولا يفكر مطلقاً في التحول إلى أي علامة تجاريَّة أخرى، وهذا ما مهَّد الطريق لظهور نوع من التَّسويق يدعى بالتَّسويق المؤثر أو التَّسويق عبر المؤثرين. التَّسويق عبر المؤثرين هو شكل من أشكال التَّسويق حيث تتعاون العلامات التَّجاريَّة مع الأفراد المؤثرين، المعروفين باسم المؤثرين، للترويج لمنتجاتهم أو خدماتهم. يتمتع هؤلاء المؤثرون بمتابعة كبيرة على منصات التواصل الاجتماعي مثل Instagram و YouTube و TikTok و Twitter، كما أن توصياتهم وتأييداتهم لها وزنها لدى جمهورهم.

تكمن قوة التَّسويق المؤثر في قدرة المؤثرين على التواصل مع متابعيهم على المستوى الشخصي. غالباً ما يشاركون مقتطفات من حياتهم، ويقدمون توصيات بشأن المنتجات، ويشاركون في محادثات مع جمهورهم، مما يعزز الشعور بالثقة والأصالة. يمكن للعلامات التَّجاريَّة الاستفادة من هذه الثقة والاستفادة من وصول الأشخاص المؤثرين لزيادة الوعي بالعلامة التَّجاريَّة بين جمهورهم المستهدف.

وبناءً على ما تقدم جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى دراسة دور التَّسويق عبر المؤثرين في بناء الصُّورة الذهنيَّة للعلامة للتَّجاريَّة، وذلك في سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

الدّراسات السّابقة:

1- دراسة (العسيري، 2022) بعنوان: أثر التّسويق المؤثر في بناء الصّورة الذهنيّة

لمستخدمي الأجهزة الخليويّة - دراسة تطبيقيّة من وجهة نظر طلبة الجامعات في دولة

الكويت [1]: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التّسويق المؤثر في بناء الصّورة

الذهنيّة لمستخدمي الأجهزة الخليويّة: دراسة تطبيقيّة من وجهة نظر طلبة الجامعات في

الكويت. ولقد تم استخدام المنهج الوصفي التّحليلي بهدف جمع البيانات من خلال الدراسة

الميدانيّة وتحليلها واختبار الفرضيات لتحقيق أهداف الدراسة، ويتكون مجتمع الدراسة من

(8) جامعات حكوميّة وخاصة في دولة الكويت. أما الأفراد الذين شاركوا في الدراسة فهم

الطلبة المسجلون في الجامعات الكويتيّة الحكوميّة والخاصة خلال فترة إجراء الدراسة

وعددهم الإجمالي (36571) طالباً وطالبة، وعليه فقد تم أخذ عيّنة عشوائيّة مكونة من

(1000) طالب وطالبة من جميع الجامعات الحكوميّة والخاصة في دولة الكويت وقد تم

استرداد (841) استبانة صالحة للتّحليل تمثل (84.1%) من عيّنة الدراسة. وقد تم التوصل

إلى التّنتائج الآتيّة: وجود تأثير ذو دلالة إحصائيّة لعناصر التّسويق المؤثر في بناء الصّورة

الذهنيّة كمتغيّر تابع لمستخدمي الأجهزة الخليويّة من طلبة الجامعات في دولة الكويت، نمط

العلاقة قويّة بين عناصر التّسويق المؤثر وبناء الصّورة الذهنيّة لمستخدمي الأجهزة الخليويّة

من طلبة الجامعات في دولة الكويت.

2- دراسة (السامي، 2024) بعنوان: أثر التّسويق المؤثر والعلامة التّجاريّة على تحديد

الأنماط السلوكيّة للعملاء - دراسة استطلاعيّة لآراء عيّنة من العاملين في مطاعم

الدرجة الأولى في مدينة كربلاء [2]: تمثلت مشكلة الدراسة في تحديد مدى أثر التّسويق

المؤثر والعلامة التّجاريّة بأبعادها (الوعي بالعلامة التّجاريّة، الصّورة الذهنيّة للعملاء

التّجاريّة، الجودة المدركة للعلامة التّجاريّة، شهرة العلامة التّجاريّة، السعر المدرك للعلامة

التّجاريّة، الولاء للعلامة التّجاريّة) في الأنماط السلوكيّة للعملاء. أنجزت الدراسة باستخدام

المنهج الوصفي التّحليلي، وكانت أداة الدراسة هي الاستبانة، تمّ اختيار خمسة من مطاعم

الدرجة الأولى في مدينة كربلاء لغرض إجراء الجانب الميداني للبحث، وهي مطعم ركن

السلطان، مطعم در النص أروي، مطعم الشلال، مطعم ربحانة، ومطعم فندق روتانا.

واختصت بعينة عشوائية من العاملين في هذه المطاعم. حيث تم توزيع (62) استبانة، كان الصالح منها للتحليل الإحصائي (51) استبانة. ومن أهم نتائج الدراسة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التسويق المؤثر والعلامة التجارية والأنماط السلوكية للعملاء، يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للعلامة التجارية في الأنماط السلوكية للعملاء. وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها: أن مصطلح العلامة التجارية يحاكي بصورة رئيسة الحواس الخمسة للعملاء بهدف إثارتها وتحفيزها نحو المنتجات المقدمة من قبل المسوقين، إضافة الى أن تحديد الأنماط السلوكية للعملاء ضرورة ملحة لا مناص منها تتعلق بتوجهات العميل وقدرته وطبيعة قراراته الشرائية، فضلاً عن مدى تعلقه وارتباطه للمنظمات والمحال التي يزورها دائماً.

3- دراسة (Mecum, 2024) بعنوان: [3]

Influencer Marketing is an Introduction to the Organization's Contribution to Improving its Mental Image

التسويق عبر المؤثرين مدخل لمساهمة المنظمة في تحسين صورتها الذهنية

هدفت هذه الدراسة لمعرفة ما مدى مساهمة التسويق عبر المؤثرين في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث شملت دراسة حالة لـ 18 مؤسسة في مدينة كيباك. ومن أجل ذلك انتهجت الدراسة المنهج الوصفي بالإضافة للمنهج الاستقرائي، وقد تم توزيع 18 استبانة على مدراء وملاك المؤسسات، وقد خلصت الدراسة بأن هناك سوء فهم لمفهوم التسويق عبر المؤثرين بالرغم من وجود تطبيق لمعايير ومساهمته في تحقيق الصورة الذهنية، وهذا يعود لوجود يد للحكومة في فرض مبادئ إدارة العلاقات العامة على الشركات، من خلال تزويدها بإطار عملي. وقد أوصت الدراسة المؤسسات الصغيرة التعمق في مضمون إدارة العلاقات العامة للتسويق عبر المؤثرين والصورة الذهنية من أجل تطبيقها طواعية بدلاً من إجبارياً.

4- دراسة (Kage, 2025) بعنوان: [4]

The Impact of Influencer Marketing on Mental Images of Sudanese Companies

أثر التسويق عبر المؤثرين على الصورة الذهنية للشركات السودانية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق عبر المؤثرين على تحسين الصورة

الذهنية لشركات الاتصالات السودانية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية للدراسة، وتم تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، إذ تم توزيع الاستبانة على عينة تتكون من 150 من موظفي شركات الاتصالات السودانية، تألفت العينة من موظفين من شركات زين، سوداني و (MTN)، وتم استرجاع 125 استبانة فقط. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين تأثير تطبيق التسويق عبر المؤثرين على الصورة الذهنية من خلال البعد الاقتصادي والقانوني، وتأثير سلبي من خلال المنظور الإنساني والأخلاقي، وذلك لأن الشركات لها أبعاد أعمال خيرية محدودة في مثل هذه المجالات الاجتماعية مقارنة بالمجالات الأخرى. وقد أوصت الدراسة بأن على صانعي القرار في الشركات السودانية للاتصالات تطبيق التسويق عبر المؤثرين لتحسين صورتها الذهنية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين)، وتشابه مع بعضها من حيث المتغير التابع (الصورة الذهنية للعلامة التجارية)، وتختلف مع بعضها الآخر من حيث هذا المتغير، إذ تمثل المتغير التابع في الدراسة الثانية بتحديد الأنماط السلوكية للمستهلكين. كما تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث المتغيرات الفرعية للصورة الذهنية التي تم تناولها. كما تمثل الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة في بيئة التطبيق ومجتمع البحث، والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل الإحصائي.

مشكلة البحث:

تتبع مشكلة البحث مما تشهده الساحة الاقتصادية من اشتداد المنافسة بين المؤسسات التي أصبحت كل منها تسعى للوصول إلى مستهلكيها من خلال توفير معظم احتياجاته ورغباته، ولكي تتمكن من ذلك فإنه ينبغي عليها التفكير في الطريقة والوسيلة التي من خلالها تضمن ولاء المستهلك لها، ولعل من بين أهم الطرق المساعدة في التقرب من المستهلك هو تبني التسويق عبر المؤثرين الذي يساعد في بناء صورة ذهنية ملائمة لتطلعاتها وعلامتها التجارية، التي تضمن رسم الطريق للمؤسسات بغرض تحقيق الريادة والوصول إلى كسب ثقة مستهلكيها،

حيث يعود للعلامة التجاريّة التي تتبناها المؤسسات الفضل الكبير في التعريف بها ومنتجاتها، بالإضافة إلى ذلك تمييز منتجاتها عن بقية المنافسين.

بناءً على الدراسات السابقة التي أطلع عليها الباحث وعلى الدراسة الاستطلاعية التي قام بها ، يمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الرئيس الآتي:
ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق

الملابس عبر منصة انستغرام؟

ومنه تتفرّع التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام؟
- 2- ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام؟
- 3- ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام؟
- 4- ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام؟

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: تتجسد الأهمية النظرية للبحث في محاولته تقديم إطار نظري مفاهيمي لتوضيح العديد من النقاط والعناصر التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة (التسويق عبر المؤثرين، الصورة الذهنية للعلامة التجارية)، الأمر الذي يؤهله ليكون مرجعاً نظرياً يمكن الاستفادة منه في إثراء المكتبة العربية والمحلية ومراكز البحث العلمي من جهة، وتشجيع الباحثين لإجراء العديد من الدراسات والأبحاث في هذا المجال من جهة ثانية.

الأهمية العملية: يستمد هذا البحث أهميته العملية من أهمية التسويق عبر المؤثرين من جهة، وأهمية العلامة التجارية ذاتها والدور الكبير الذي تقوم به في التعريف بالمؤسسات ومنتجاتها وتطلعاتها وبناء الصورة الذهنية لها لدى المستهلك من جهة ثانية، فهي الوسيلة التي تتمكن المؤسسة من خلالها من تحقيق التميز نتيجةً لتحقيقها لأهدافها والتي في مقدمتها تحقيق ولاء

المستهلك لمنتجاتها نتيجةً لتلبية رغباته واحتياجاته، وبشكل عام تتجلى الأهمية العملية للبحث بالنقاط الآتية:

- 1- ضرورة التوصل إلى فهم أعمق ودقيق لكلٍ من التسويق عبر المؤثرين وبناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية.
- 2- أهمية العلامة التجارية ودورها في تحقيق المؤسسة للتميز عن منافسيها.
- 3- التعريف بمختلف المفاهيم المتعلقة بالتسويق عبر المؤثرين والصورة الذهنية للعلامة التجارية، لاسيما وأنهما يعتبران من أهم الركائز والعناصر الأساسية التي تعزز من الأداء والنشاط التسويقي لأي مؤسسة تهتم بهما.
- 4- كما يستمد هذا البحث أهميته من محاولته تحديد مدى تأثير التسويق عبر المؤثرين في بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية، وذلك لتمكّن المؤسسة من اتخاذ القرارات الفعالة ذات الصلة بأقصى درجة ممكنة من الدقة والسرعة وبأقل حد ممكن من التكلفة، الأمر الذي له عظيم الأثر بدوره على تحسين مستوى أداء جميع الأعمال والوظائف والمهام التسويقية في هذه المؤسسات، وبالتالي تعظيم أرباحها وتكبير حصتها السوقية وكسب ثقة وولاء عملائها وتحقيق تميزها عن جميع المؤسسات المنافسة.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى وبشكل أساسي إلى تحقيق الهدف الرئيسي الآتي:

تحديد تأثير التسويق عبر المؤثرين على بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

ومن هذا الهدف الرئيس تنبثق الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- تحديد تأثير التسويق عبر المؤثرين على **البعد المعرفي** للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 2- تحديد تأثير التسويق عبر المؤثرين على **البعد السلوكي** للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 3- تحديد تأثير التسويق عبر المؤثرين على **البعد الوجداني** للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

4- تحديد تأثير التسويق عبر المؤثرين على البُعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

فرضيات البحث:

تتمثل الفرضية الرئيسية للبحث بالآتي:

لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على الصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى

عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام

ومن هذه الفرضية الرئيسية تتبثق الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 2- لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 3- لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 4- لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

منهجية البحث:

تم إنجاز هذا البحث بالاعتماد على المنهج الوصفي، حيث تم جمع البيانات الثانوية من خلال الكتب والمراجع العربية والأجنبية والمقالات والدوريات الصادرة في مجال البحث، أما البيانات الأولية فقد تم جمعها عن طريق قيام الباحث بتصميم استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث. ومن ثم تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي (SPSS 25) في تحليل البيانات والمعطيات واختبار فرضيات البحث.

مجتمع البحث وعيّنته:

تمثل مجتمع البحث بجميع عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. أما عينة البحث فتمثلت بعينة ميسرة من عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام تألفت من 487 عميلاً.

حدود البحث:

الحدود البشرية: اقتصرت الحدود البشرية على عينة ميسرة من عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على المتغيرين الرئيسيين الآتين: المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين)، والمتغير التابع (الصورة الذهنية)، والذي بدوره تم تقريعه إلى المتغيرات التابعة الفرعية الآتية: البعد المعرفي، البعد السلوكي، البعد الوجداني والبعد الاجتماعي).

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على عينة من عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

الحدود الزمنية: اقتصرت الحدود الزمنية على الفترة الزمنية الممتدة من شهر حزيران إلى نهاية شهر تموز من العام 2025م.

القسم النظري:

أولاً: مفهوم التسويق عبر المؤثرين، فوائده، وأنواعه:

يمكن القول إن التسويق عبر المؤثرين هو استراتيجية تسويقية حديثة في السنوات الأخيرة فرضها سلوك مستخدمي شبكات التواصل الباحثين عن بعض المحتوى للتسلية وربما لمعرفة ما هو أكثر عن كل شيء بسهولة، وتعتمد على الاستفادة من شهرة ونفوذ المؤثرين في منصات التواصل الاجتماعي للترويج للمنتجات أو الخدمات. يعتمد التسويق عبر المؤثرين على قوة تأثير هؤلاء الأفراد في مجتمعاتهم الرقمية، حيث يمتلكون متابعين مخلصين يتفاعلون مع محتواهم بانتظام [5]. كما يعرف التسويق عبر المؤثرين بأنه التسويق الذي يتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة من المشاهير بدرجات متفاوتة، حيث يتم نقل الرسائل التسويقية من خلال الأشخاص المؤثرين عبر التسويق عبر المؤثرين لمتابعيهم، وهذا النوع من التكنيك ليس بحدث حيث أن المدونين كانوا يقومون بنفس الطريقة من خلال تسويق المنتجات عن طريق تدوينها، ولكن لم تكن هذه الطريقة مشهورة أو سهمة، لكن الآن ومع وجود شبكات التواصل الاجتماعي زاد عمق وتأثير هؤلاء المؤثرين، وأصبح من السهل التفاعل مع أي محتوى تسويقي [6]. ويشير إليه [7] بأنه استخدام قادة الانترنت، وأصحاب الحسابات الأكثر مشاهدة لدفع رسالة العلامة التجارية إلى السوق المستهدفة بدلاً عن استخدام أدوات التسويق المعروفة للوصول الي مجموعة كبيرة من المستهلكين، ويعتمد على استخدام قادة الرأي والمؤثرين في إقناع

العملاء بالمنتجات أو العلامات التجارية من خلال وسائل الاتصال الرقمية كشبكات التواصل الاجتماعي.

أما الباحث في الدراسة الحالية فينظر إلى التسويق عبر المؤثرين بأنه استغلال أفضل صناعات المحتوى على المنصات المختلفة في مجال معين لنشر الوعي بين الناس والترويج لمنتج أو خدمة معينة.

فيما يلي أهم إيجابيات التسويق عبر المؤثرين التي تدفع الشركات للاعتماد عليه: [8]

1- **تعزيز الثقة بالعلامة التجارية:** المؤثرون يتمتعون بمصداقية عالية لدى متابعيهم. عندما يوصي المؤثر بمنتج أو خدمة، فإن جمهوره يتعامل مع هذا التوصية بثقة كبيرة، مما يساعد العلامات التجارية على بناء سمعة إيجابية بسرعة.

2- **الوصول الدقيق إلى الجمهور المستهدف:** اختيار المؤثر المناسب يمكن العلامة التجارية من استهداف جمهور محدد بدقة. على سبيل المثال، إذا كنت تباع منتجات تجميل، فإن التعامل مع مؤثر مختص في هذا المجال يضمن وصولك لجمهور يبحث عن هذه المنتجات.

3- **تحسين الوعي بالعلامة التجارية:** مع ملايين المتابعين الذين يمتلكهم المؤثرون، يمكن للعلامة التجارية أن تصل إلى شريحة واسعة من الجمهور في وقت قصير. هذا يساهم في زيادة شهرة العلامة وانتشارها على نطاق أوسع.

4- **زيادة معدلات التفاعل:** المحتوى الذي يقدمه المؤثرون عادةً ما يجذب معدلات تفاعل مرتفعة، سواء بالإجابات أو التعليقات أو حتى إعادة المشاركة. هذا يعزز من وجود العلامة التجارية على منصات التواصل الاجتماعي.

5- **عائد استثماري مرتفع:** بالمقارنة مع الإعلانات التقليدية، التسويق عبر المؤثرين غالبًا ما يحقق نتائج ملموسة بتكاليف أقل، مما يجعله خيارًا اقتصاديًا وفعالًا للشركات.

6- **سهولة قياس النتائج:** التكنولوجيا الحديثة توفر أدوات تحليل دقيقة لقياس نجاح الحملات التسويقية عبر المؤثرين. إذ يمكن تتبع الأداء من خلال معدلات النقر، التحويل، وعدد العملاء الذين تفاعلوا مع الحملة.

ويمكن توضيح أهم أنواع التسويق عبر المؤثرين على الشكل الآتي: [9]

- 1- **التسويق من خلال المؤثرين الكبار:** حيث يستخدم المؤثرون الذين يمتلكون ملايين المتابعين لنشر رسائل تسويقية مثل الفنانين ولاعب الكرة.
- 2- **التسويق عبر المؤثرين المتخصصين:** حيث يركز على استخدام مؤثرين لديهم قاعدة متابعين صغيرة ولكن متخصصة ومهتمة بنفس المجال مثل استخدام شيف للترويج لنوع سمن او لاعب كرة للترويج لحذاء رياضي.
- 3- **التسويق من خلال المؤثرين الصغار:** الذين يمتلكون عدد متابعين أقل، لكنهم يتمتعون بتفاعل عالي ومصادقية كبيرة.

ثانياً: مفهوم العلامة التجارية، أهميتها، وخصائصها:

يمكن تعريف العلامة التجارية على أنها: اسماً، أو رمزاً، أو تصميماً، أو صورة، أو لوناً مميزاً، أو حرفاً مكتوبة مميزة، أو توليفة من هذه العناصر، تستخدم للتعريف على منتج معين، وتمييزه عن غيره من المنتجات المنافسة، كما يجب أن تتمتع بحماية قانونية [10]. وينظر للعلامة التجارية أيضاً على أنها: وسيلة تحديد المنتج واتصال المؤسسة مع العملاء، وهي تمثل عنصراً أساسياً ذات أهمية بالغة في استراتيجية المؤسسة، وهي بدورها تتكون من عناصر متعددة، من بينها الاسم الذي يجعلها بمثابة بطاقة تعريف عن المنتج، يعطي لها أهلية من الناحية القانونية والتسويقية، كما تعتبر الحبل الواصل بين المؤسسة وعملاءها، سواء كانوا موزعين أو مستهلكين [11]. كما تم تعريف العلامة التجارية على أنها: إحدى المزايا الأساسية للمنتج، فهي تسمح بخلق مفاضلات وكسب ولاء المستهلكين، وهي العنصر الرئيس الذي يشكل استراتيجية المؤسسة كونها تساهم في زيادة قيمة العرض، كما أنها تحتوي على مضمون رمزي معقد، وهي أسلوب لحماية المنتج في عالم رمزي يربطه بمجموعة من المنافع الملموسة وغير الملموسة، وبمجموعة من الأفكار والقيم والعواطف [12].

وبناءً على ما سبق، يرى الباحث في الدراسة الحالية أن العلامة التجارية هي: شعار خاص بمنتجات أو خدمات الشركة يوضع لبناء صورة في أذهان المستهلكين لتمييز منتجاتها وخدماتها عن باقي الشركات المنافسة لها.

تعتبر عملية تمييز المنتجات من الأمور المهمة التي تهدف إلى إعطاء المستهلك فرصة جيدة للتمييز بين المنتجات المتشابهة في صفاتها المادية أو في منافعها الاستعمالية، لذلك فإن

وجود العلامة التجارية لأي منتج أو خدمة يعود بالفائدة على المؤسسة التي وضعت العلامة، وكذلك على المستهلك،

ومن أهم هذه الفوائد نذكر الآتي: [13]

- 1- جعل عملية تحديد المنتجات مريحة، فالمستهلك يطلب المنتج باسمه بدلاً من وصفه.
- 2- بعث الطمأنينة لدى المستهلك عند طلب المنتج الذي يريد، لأن المنتج سيكون هو نفسه الذي يعرفه ويعرف مستوى جودته، حيث سبق وأن طلبه بنفس الاسم من قبل.
- 3- إن التميز بعلامة تجارية يعزز فرصة المقارنة بين المنتجات بعلامتها التجارية بدلاً من المقارنة بين أسعارها، مما يساعد المؤسسات في الحفاظ على مستوى أسعارها.
- 4- يساعد التميز بعلامة تجارية المؤسسة المنتجة في ابتكار وصنع الإعلانات الفعالة عن منتجاتها، لأنها تربط العلامة التجارية بما يرغبه المستهلك في رسالتها الإعلانية.
- 5- إن تمييز المنتجات بعلامة تجارية مميزة يساعد المؤسسة عند إدخال منتجات جديدة للسوق، وذلك بالاعتماد على العلامة التجارية المعروفة لنفس المؤسسة، مما يبعث الثقة في المنتج الجديد.

كما وتتصف العلامة التجارية بمجموعة من الميزات والخصائص، وهي: [14]

- 1- التواصل: بمعنى أن العلامة التجارية في تواصل مستمر مع بيئتها، فهي في عملية تطوير وتحسين مستمر، لاسيما وأن تقلص عملية التواصل سيؤثر سلباً على صورة المنتج أو المؤسسة.
- 2- التفاعل: ويتميز بالاستمرارية والتركيز على جميع عناصر العلامة التجارية دون غيرها، وذلك كي لا يؤدي ذلك إلى حدوث أي خلل في هوية العلامة.
- 3- الديناميكية: وذلك نتيجة للتغذية العكسية الناتجة عن عمليتي التواصل والتفاعل المستمرين، والذين يجعلان من العلامة التجارية في تغير مستمر، وذلك بهدف الحفاظ على العلامة لدى جميع الأطراف التي لها علاقة بالمؤسسة.

ثالثاً: مفهوم الصورة الذهنية، خصائصها، وأبعادها:

تعُدُّ الصورة الذهنية أحد أبرز الروافد التي يعتمد عليها الفرد في التفاعل مع المحيط الاجتماعي، بما ينطوي عليه من أشخاص ومؤسسات وكيانات اعتبارية، كما أنها تمثل الناتج

النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب ما أو منشأة محلية أو إقليمية أو دولية أو أي شيء آخر له تأثير على حياة الإنسان [15]. كما تعرف الصورة الذهنية بأنها الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم، وتعد الصورة الذهنية المحدد النهائي للنية في الإقدام على تصرف معين أو الإحجام عنه، فهي بذلك تعبر عن الاستعداد أو التهيؤ السلوكي [16]. أما [17] فيرى الصورة الذهنية بأنها مجموعة المعارف والتجارب والخبرات المتراكمة التي تتشكل في ذهن الجمهور وترسم انطباعاتاً معيناً من خلال عدة وسائل اتصالية تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد تجاه مجتمع أو شركة أو مؤسسة ما، وترتبط هذه المعارف المتراكمة بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وعاداتهم الاجتماعية.

هناك العديد من السمات والخصائص المختلفة التي تتسم بها الصورة الذهنية، نذكر أهمها:

[18]

- 1- عدم الدقة:** ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، ولعل مرجع ذلك أساساً هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعتبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي، لا سيما أن الأفراد عادة يلجؤون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.
- 2- الثبات والمقاومة للتغير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية وكيفية التغير المحتمل في الصورة الذهنية، وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصورة ذاتها، وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.
- 3- التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظراً لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية.

4- **التنبؤ بالمستقبل:** تسهم الصورة الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الأفراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لديهم حول الموضوعات والقضايا والأشخاص، يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلاً.

5- **تخطي حدود الزمان والمكان:** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصوره الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون صوراً عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، وعلى مستوى الزمان فالإنسان يكون صور ذهنية عن الماضي، ويكون صور ذهنية عن الحاضر، إضافة إلى المستقبل، وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صوراً ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة، وفقاً لمعارفه ومدركاته ومشاهداته إضافة إلى قدرته على التخيل والاستنتاج.

6- **تؤدي إلى الإدراك المتحيز:** تؤدي الصور الذهنية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى الأفراد، فالصور الذهنية تبنى أساساً على درجة من درجات التعصب، لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، نتيجة إهمال جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم، ولا تتسق مع اتجاهاتهم.

يمكن توضيح أبعاد الصورة الذهنية على الشكل الآتي: [19]

1- **البعد المعرفي:** ويقصد به بيانات ومعلومات ومعارف ومعتقدات الفرد نحو المنتج او المنظمة، والتي تكون مكتسبة بشكل مباشر من البيئة المحيطة به، ودرجة ثقافية وتعميمية أو بشكل غير مباشر من خلال وسائل الإعلام أو الرسائل الشخصية، وتشير الدراسات إلى أن نظرة المستهلك إلى المنظمة وما تقدمه من منتجات وخدمات يتأثر بمصداقية هذه المنظمة والتي تعرف على أساس (الاعتقاد بصدق المنظمة وأمانتها، مقدار الخبرة، المقدرة على توفير المنتج أو الخدمة) لأن هذه المصداقية والثقة ستؤثر بالنهاية على رغبة المستهلك في الشراء. ومن جهة أخرى يعرف البعض هذا البعد على أنه المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناءً على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها عن الآخرين،

تكون دقة الصور الذهنية التي نكونها عنهم، ووفقاً للبعد المعرفي فإن الأخطاء المتكونة في الصورة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساساً عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد .

2- البعد السلوكي: يمثل هذا البعد الوجهة الخارجية للاتجاه، إذ ينعكس سلوك الفرد وفقاً لطبيعة الصورة الذهنية المتكونة لديه عن المنظمة أو منتجاتها بما يدل على قبوله أو رفضه للأشياء معتمداً على تفكيره والاتجاه المرتبط بالسلوك قد يكون بعض السلوكيات المباشرة مثل التحيز لشركة أو لعلامة تجارية أو سلوكيات باطنة والتي ممكن أن تكون كرد فعل للشعور بالإحباط. ويعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.

3- البعد الوجداني: ويعبر عنه بالاتجاهات وردود الافعال العاطفية للأفراد نحو خدمات المنظمة أو علامتها التجارية وقد يكون هذا الاتجاه إيجابياً أو سلبياً، إذ أنه يتأثر تبعاً لحالة الفرد النفسية من وقت لآخر أو انعكاس لدوافع داخلية أو حاجات دافعة للفرد، فقد تتمثل بمدى موافقة العملاء وشعورهم بالراحة والثقة والأمان عند التعامل مع المنظمة وغيرها. ومن وجهة نظر أخرى يعرف البعد الوجداني بأنه الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما، في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي، ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي يكونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجدانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والموضوعات المختلفة، ويتدرج البعد الوجداني بين الإيجابية والسلبية، ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها: حدود توافر مصادر المعرفة، كما يؤثر فيذ بناء البعد الوجداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة، باختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية، والتجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية.

4- البعد الاجتماعي: يتم اكتساب الصورة الذهنية من التنشئة الاجتماعية ذات الصلة الوثيقة بالثقافة والعادات والتقاليد، فالصورة الذهنية هنا هي نتاج للجماعة ونشاط اجتماعي يبرز

دور علاقات المنظمة بالأطراف المتعاملة معها، فهي تجسيد لأعمال المنظمة وسياساتها تجاه المجتمع ككل.

القسم العملي:

1- أداة الدراسة:

بعد اطلاع الباحث على مجموعة من الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية التي تناولت أثر التسويق عبر المؤثرين على الصورة الذهنية للعلامة التجارية، وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قام بها لعينة من مراكز التسوق العاملة في مدينة دمشق وريفها، قام الباحث بتصميم استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث.

قام الباحث بتوزيع (500) استبانة على عينة ميسرة من عملاء سوق الملابس عبر منصة إنستغرام في مراكز التسوق العاملة في مدينة دمشق وريفها، والمتمثلة بالمراكز الآتية: قلمول في دير عطية، تاون سنتر مول في صحنايا، نيو قاسيون مول في مساكن برزة أوتوستراد حاميش، دامسكينو مول في كفر سوسة، شام سيتي سنتر مول في كفر سوسة، وماسة بلازا مول في الميدان، تم استرداد كامل الاستبانات الموزعة، واستبعاد (13) استبانة منها لعدم استكمال بياناتها، وبذلك يكون عدد الاستبانات التي تم تفرغها (487) استبانة. قام الباحث بتحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 25).

2- اختبار صدق وثبات الاستبانة:

تم التأكد من صدق الاستبانة بأن قام الباحث بعرضها على (4) من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال والتسويق. وفي ضوء الملاحظات والتوجيهات التي قدمها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي تركّزت معظمها في تحسين صياغة بعض العبارات وحذف بعض العبارات غير الملائمة.

يُعدُّ الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الاستبانة الوصول إليها، ويبيّن مدى ارتباط درجة كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة.

الجدول رقم (1): معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية

للاستبانة

دور التسويق عبر المؤثرين في بناء الصورة الذهنية للعلامة التجارية
"دراسة ميدانية لسوق الملابس عبر منصة انستغرام"

الرقم	المحور	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1	الدور المعلوماتي	.871	0.000
2	الدور المعياري	.782	0.000
3	الدور التعبيري للقيم	.779	0.000
4	الصورة الذهنية	.754	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يبين الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة دالة عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$)، ولذلك تُعتبر جميع محاور الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

أما "ثبات الاستبانة" فيقصد به أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة فيما لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط. قام الباحث بحساب معامل ثبات ألفا كرونباخ عن طريق برنامج (SPSS)، وعادة ما تكون قيمته مقبولة إذا زادت عن (0.60)، وللتأكد من ثبات الاستبانة قام الباحث بحساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة من جهة، ولجميع فقرات الاستبانة من جهة ثانية، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

م	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	الدور المعلوماتي	0.873
2	الدور المعياري	0.854
3	الدور التعبيري للقيم	0.892
4	الصورة الذهنية	0.862
	جميع المحاور السابقة معاً	0.838

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 25)

يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل محور من محاور الاستبانة، فهي تتراوح بين (0.854) و (0.892)، أما قيمة هذا المعامل لجميع محاور الاستبانة مجتمعة فقد بلغت (0.838).

وبذلك يمكن القول أنَّ الاستبانة تتمتع بدرجة جيدة جداً من الصدق والثبات، ممَّا يعني أنَّها قابلة للتوزيع على أفراد العينة وصالحة للحصول على البيانات المطلوبة.

3- اختبار فرضيات البحث:

1/3- اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H0: لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً بتحليل الارتباط بين المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين) والمتغير التابع الفرعي الأول (البعد المعرفي)، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (3): معامل الارتباط والتحديد بين التسويق عبر المؤثرين والبعد المعرفي للصورة الذهنية

Sig.	F	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.000 ^b	95.224	0.513	0.55	0.742 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

ينبئ من الجدول رقم (3) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.742)، وبالتالي فإن الارتباط بين التسويق عبر المؤثرين والبعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام طردي ومقبول. كما بلغت قيمة معامل التحديد (0.55)، مما يعني أن التسويق عبر المؤثرين يفسر فقط (55%) من التغيرات الحاصلة في البعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. كما يبين الجدول أعلاه تحليل التباين والذي يمكن من خلاله التعرف على الدلالة الإحصائية للقوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائية (F)، والتي بلغت قيمتها (95.224) عند معنوية الدلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig.=0.05)، مما يؤكد الدلالة

دور التّسويق عبر المؤثّرين في بناء الصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة
"دراسة ميدانيّة لسوق الملابس عبر منصّة انستغرام"

الإحصائيّة لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائيّة، أي أن النموذج كله ذو دلالة معنويّة.

ومن ثمّ قام الباحث بإيجاد المؤشّرات الإحصائيّة لمعادلة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البعد المعرفي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (4): المؤشّرات الإحصائيّة لمعادلة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البعد المعرفي للصّورة الذهنيّة

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
0.000	19.659		0.141	2.772	(Constant)
0.000	10.641	0.742	0.039	0.415	التّسويق عبر المؤثّرين

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (4) إلى أن قيمة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البعد المعرفي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام تعادل (0.415)، وهي دالّة إحصائياً حسب قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (10.641)، عند معنويّة الدّلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنويّة الدّلالة القياسيّة (Sig.=0.05)، وهذا يشير لوجود علاقة طرديّة ذات دلالة إحصائيّة.

كما وبناءً على الجدول (4) يمكن صياغة معادلة الانحدار على الشكل الآتي:

$$y = 2.772 + 0.415 x$$

تدلّ المعادلة السّابقة على أن تغيّر تقييم التّسويق عبر المؤثّرين بنسبة (1%) سيؤدّي إلى تغيّر في البعد المعرفي بنسبة تقارب (41%) وبالاتجاه الإيجابي. وعليه نرفض الفرضيّة الفرعيّة الأولى، ونقول أنه: يوجد تأثير معنوي للتّسويق عبر المؤثّرين على البعد المعرفي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام.

2/3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

H0: لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً بتحليل الارتباط بين المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين) والمتغير التابع الفرعي الثاني (البعد السلوكي)، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (5): معامل الارتباط والتحديد بين التسويق عبر المؤثرين والبعد السلوكي للصورة الذهنية

Sig.	F	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.000 ^b	114.765	0.623	0.579	0.761 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتبين من الجدول رقم (5) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.761)، وبالتالي فإن الارتباط بين التسويق عبر المؤثرين والبعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام طردي ومقبول. كما بلغت قيمة معامل التحديد (0.579)، مما يعني أن التسويق عبر المؤثرين يفسر تقريباً فقط (58%) من التغيرات الحاصلة في البعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. كما يبين الجدول أعلاه تحليل الثباين والذي يمكن من خلاله التعرف على الدلالة الإحصائية للقوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائية (F)، والتي بلغت قيمتها (114.765) عند معنوية الدلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig.=0.05)، مما يؤكد الدلالة الإحصائية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، أي أن النموذج كله ذو دلالة معنوية.

ومن ثم قام الباحث بإيجاد المؤشرات الإحصائية لمعادلة تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (6): المؤشّرات الإحصائيّة لمعادلة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البعد السلوكي للصّورة الذهنيّة

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
0.000	18.595		0.158	2.938	(Constant)
0.000	9.283	0.761	0.046	0.427	التّسويق عبر المؤثّرين

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التّحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (6) إلى أن قيمة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البعد السلوكي للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام تعادل (0.427)، وهي دالّة إحصائيّاً حسب قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (9.283)، عند معنويّة الدّلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنويّة الدّلالة القياسيّة (Sig.=0.05)، وهذا يشير لوجود علاقة طرديّة ذات دلالة إحصائيّة.

كما وبناءً على الجدول (6) يمكن صياغة معادلة الانحدار على الشّكل الآتي:

$$y = 2.938 + 0.427 x$$

تدلّ المعادلة السّابقة على أن تعيّر تقييم التّسويق عبر المؤثّرين بنسبة (1%) سيؤدّي إلى تعيّر في البعد السلوكي للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام بنسبة تقارب (43%) وبالاتجاه الإيجابي. وعليه نرفض الفرضيّة الفرعيّة الثّانية، ونقول أنه: يوجد تأثير معنوي للتّسويق عبر المؤثّرين على البعد السلوكي للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام.

3/3- اختبار الفرضيّة الفرعيّة الثّالثة:

H0: لا يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على **البُعد الوجداني** للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً بتحليل الارتباط بين المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين) والمتغير التابع الفرعي الثالث (البُعد الوجداني)، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (7): معامل الارتباط والتحديد بين التسويق عبر المؤثرين والبُعد الوجداني للصورة الذهنية

Sig.	F	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.000 ^b	146.529	0.847	0.597	0.773 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتبين من الجدول رقم (7) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.773)، وبالتالي فإن الارتباط بين التسويق عبر المؤثرين والبُعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام طردي ومقبول. كما بلغت قيمة معامل التحديد (0.597)، مما يعني أن التسويق عبر المؤثرين يفسر فقط (60%) من التغيرات الحاصلة في البُعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. كما يبين الجدول أعلاه تحليل الثبات والذي يمكن من خلاله التعرف على الدلالة الإحصائية للقوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائية (F)، والتي بلغت قيمتها (146.529) عند معنوية الدلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig.=0.05)، مما يؤكد الدلالة الإحصائية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، أي أن النموذج كله ذو دلالة معنوية.

ومن ثم قام الباحث بإيجاد المؤشرات الإحصائية لمعادلة تأثير التسويق عبر المؤثرين على البُعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (8): المؤشّرات الإحصائيّة لمعادلة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البُعد
 الوجداني للصّورة الذهنيّة

Sig.	t	Standardized	Unstandardized		Model	
		Coefficients	Std.	B		
		Beta	Error			
0.000	19.152		0.164	3.141	(Constant)	1
0.000	7.831	0.773	0.059	0.462	التّسويق عبر المؤثّرين	

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (8) إلى أن قيمة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الوجداني للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام تعادل (0.462)، وهي دالّة إحصائيّاً حسب قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (7.831)، عند معنويّة الدّلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنويّة الدّلالة القياسيّة (Sig.=0.05)، وهذا يشير لوجود علاقة طرديّة ذات دلالة إحصائيّة.

كما وبناءً على الجدول (8) يمكن صياغة معادلة الانحدار على الشّكل الآتي:

$$y = 3.141 + 0.462 x$$

تدلّ المعادلة السّابقة على أن تغيّر تقييم التّسويق عبر المؤثّرين بنسبة (1%) سيؤدّي إلى تغيّر في البُعد الوجداني بنسبة تقارب (46%) وبالاتجاه الإيجابي. وعليه نرفض الفرضيّة الفرعيّة الثّالثة، ونقول أنه: يوجد تأثير معنوي للتّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الوجداني للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام.

4/3- اختبار الفرضيّة الفرعيّة الرّابعة:

H0: لا يوجد تأثير معنوي للتّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الاجتماعي للصّورة الذهنيّة للعلامة التجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام.

لاختبار هذه الفرضية قام الباحث أولاً بتحليل الارتباط بين المتغير المستقل (التسويق عبر المؤثرين) والمتغير التابع الفرعي الرابع (البعد الاجتماعي)، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (9): معامل الارتباط والتحديد بين التسويق عبر المؤثرين والبعد الاجتماعي
للصورة الذهنية

Sig.	F	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.000 ^b	167.431	0.887	0.666	0.816 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يتبين من الجدول رقم (9) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.816)، وبالتالي فإن الارتباط بين التسويق عبر المؤثرين والبعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام طردي ومتين. كما بلغت قيمة معامل التحديد (0.666)، مما يعني أن التسويق عبر المؤثرين يفسر فقط (67%) من التغيرات الحاصلة في البعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام. كما يبين الجدول أعلاه تحليل التباين والذي يمكن من خلاله التعرف على الدلالة الإحصائية للقوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائية (F)، والتي بلغت قيمتها (167.431) عند معنوية الدلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنوية الدلالة القياسية (Sig.=0.05)، مما يؤكد الدلالة الإحصائية لنموذج الانحدار الخطي من الناحية الإحصائية، أي أن النموذج كله ذو دلالة معنوية.

ومن ثم قام الباحث بإيجاد المؤشرات الإحصائية لمعادلة تأثير التسويق عبر المؤثرين على البعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام، وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (10): المؤشّرات الإحصائيّة لمعادلة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الاجتماعي للصّورة الذهنيّة

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
0.000	19.867		0.172	3.417	(Constant)
0.000	8.132	0.816	0.068	0.553	التّسويق عبر المؤثّرين

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على نتائج التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (10) إلى أن قيمة تأثير التّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الاجتماعي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام تعادل (0.553)، وهي دالّة إحصائيّاً حسب قيمة (t) المحسوبة والتي تساوي (8.132)، عند معنويّة الدّلالة (Sig.=0.000)، وهي أصغر من معنويّة الدّلالة القياسيّة (Sig.=0.05)، وهذا يشير لوجود علاقة طرديّة ذات دلالة إحصائيّة.

كما وبناءً على الجدول (10) يمكن صياغة معادلة الانحدار على الشّكل الآتي:

$$y = 3.417 + 0.553 x$$

تدلّ المعادلة السّابقة على أن تغيّر تقييم التّسويق عبر المؤثّرين بنسبة (1%) سيؤدّي إلى تغيّر في البُعد الاجتماعي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام بنسبة تقارب (55%) وبالاتجاه الإيجابي. وعليه نرفض الفرضيّة الفرعيّة الرّابعة، ونقول أنه: يوجد تأثير معنوي للتّسويق عبر المؤثّرين على البُعد الاجتماعي للصّورة الذهنيّة للعلامة التّجاريّة لدى عملاء سوق الملابس عبر منصّة انستغرام.

النتائج والتوصيات:

أسفر البحث عن التّوصّل إلى النتائج الآتيّة:

- 1- يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد المعرفي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 2- يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد السلوكي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 3- يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد الوجداني للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.
- 4- يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على البُعد الاجتماعي للصورة الذهنية للعلامة التجارية لدى عملاء سوق الملابس عبر منصة انستغرام.

في ضوء النتائج السابقة التي أسفر عنها البحث، اقترح الباحث التوصيات الآتية:

- 1- الاهتمام برصد وتحليل استجابات المتابعين تجاه المؤثرين وتجاه المحتوى الذي يقدمه، وذلك من خلال القيام بعمل استبيانات بصورة مستمرة لقياس اتجاهات المتابعين، وما هي الجوانب التي يرغب بها المتابع بتواجدها في المحتوى.
- 2- الاهتمام بمتابعة جودة الملابس التي يتم الإعلان عنها عبر المحتوى، وذلك من خلال التأكد من أن الملابس التي يتم الإعلان عنها حاصلة على شهادة الأيزو، لطمأنه المستهلك من جودة المنتج ومن مصداقية المؤثر والعلامة التجارية.
- 3- التأكد من مصداقية المؤثرين لعدم تعرض أصحاب العلامات التجارية لمشكلة الحسابات الوهمية للمتابعين لديه، وذلك من خلال جمع المعلومات اللازمة عن المؤثر قبل التعاقد معه، مثل عمل استبيانات للتأكد من مدى شهرة ومصداقية المؤثر لدى المتابعين، فضلاً عن جمع معلومات عن تجارب المؤثر السابقة مع بعض من العلامات التجارية الشهيرة.
- 4- التأكد من جودة المحتوى الذي يقدمه المؤثر وقدرته على عكس المعلومات الخاصة بالمنتج، وذلك من خلال تقديم دورات تدريبية للمؤثرين حول كيفية عرض الرسالة الإعلانية طبقاً لخصائص الشريحة المستهدفة.
- 5- الاهتمام برصد أهم التطبيقات الحديثة والتي يجذب إليها أكبر عدد من المتابعين، خاصة التي يعتمد عليها المنافسين، وذلك من خلال عمل استبيانات مستمرة حول أفضل منصات التواصل الاجتماعي التي يجذب إليها المتابعين. إدارة بحوث التسويق.

6- الاهتمام بالتقييم الدائم لأداء المؤثرين، وذلك من خلال الرصد والمتابعة المستمرة لأعداد المستهلكين قبل وبعد الاعتماد على المؤثرين، من خلال رصد المبيعات مع مقارنة النتائج مع المنافسين، فضلاً عن عمل استبيانات تجاه أفضل المؤثرين من قبل المتابعين وعن المعايير التي يتم على أساسها تفضيلهم.

قائمة المراجع:

- 1- Al-Asiri, A. (2022). *The Impact of Influencer Marketing on Building the Mental Image of Mobile Device Users - An Applied Study from the Perspective of University Students in the State of Kuwait*. Unpublished Master's Thesis. Faculty of Management Sciences, Mohamed Boudiaf University of M'sila, Algeria.
- 2- Al-Sami, M. (2024). *The impact of influencer marketing and branding on determining customer behavior patterns - an exploratory study of the opinions of a sample of employees in first-class restaurants in the city of Karbala*. Middle East Public Relations Research Journal, Vol. 8, No. 30.
- 3- Mecum, R. (2024). *Influencer Marketing is an Introduction to the Organization's Contribution to Improving its Mental Image*. Journal of International Marketing, Vol. 22, No. 2.
- 4- Kage, B. (2025). *The Impact of Influencer Marketing on Mental Images of Sudanese Companies*. Emerald Publishing Limited, Bingley.
- 5- Malik, F. (2023). *Relationship between Influencer Marketing and Marketing Performance: The Mediating Effect of Customer Value and Corporate Image*. Edmonton, Alberta Canada.
- 6- Dereck, P. (2023). *Innovation: The Agenda for American Business*. The Institute for Innovation, February.
- 7- Kotler, P; Armstrong, G (2000). *Principles of Marketing*. 14th Edition. Pearson Education- Prentice Hall, United States of America: New Jersey.

- 8- Sir, O. (2021). *Overtourism, optimization and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway*. J. Sustain. Tour.
- 9- Thirio, C. (2024). *Influencer Marketing Tourism for Sustainability: Degrowing Tourism or Moving the Deckchairs on the Titanic?* Sustainability 13.3.
- 10- Vlad, P. (2024). *Resolving the jeopardies of consumer demand: Revisiting Influencer Marketing concepts*. Business Horizons.
- 11- Moor, H. (2022). *Sensory cusses as in-store innovations; Their impact on shopper approaches and touch behavior*. Journal of Innovation Management, Vol. 1, No. 2.
- 12- Ismail, S. (2021). *Fashion brand Influencer Marketing: Effects on customer attitudes and behavior intentions*. J. Glob. Fash. Mark.
- 13- Alex, C. (2022). *Design thinking, Influencer Marketing and behavioral economics: Fostering interdisciplinary growth in social marketing*. In G. Hastings, K. Angus, & C. Bryant (Eds.), *The SAGE handbook of social marketing*: 80–94. Los Angeles, CA: SAGE.
- 14- Boston, R. (2021). *The Influence of Influencer Marketing: a study of Atmospheric Factors and Consumer Response*. Ethics, Policy and Environment, Vol. 22, No. 4.
- 15- Charlie, H. (2022). *The Impact of Influencer Marketing on Consumer Decision- Making*. Journal of Marketing Communications. Vol. 7, No. 3.
- 16- Cherry, L., (2020). *Embrace the debate: Goals, Influencer Marketing overconsumption, and conflicting information*. Psychol. Mark.
- 17- Dante, B. (2023). *Less is more: Is a Influencer Marketing strategy sustainable?* Journal of Marketing Management, Vol. 5, No. 2.
- 18- Rashid, A. (2018). *Consumer Behavior: Psychological Influencing Factors*. University Press Office.
- 19- Qabiel, S. (2024). *Influencer Marketing*. United Advertising, (9 ed), Egypt.