

مجلة جامعة حمص

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 48 . العدد 3

1448 هـ - 2026 م

الأستاذ الدكتور طارق حسام الدين رئيس جامعة حمص

المدير المسؤول عن المجلة

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

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 : 2138071 31 963 ++

. 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) + word / CD
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 وورد 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) مئتا 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
34-11	مرح صالح د. مراد اسماعيل د. علي حاتم	دور تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية دراسة ميدانية في محافظة طرطوس
62-35	نجوى سالم د. يُمن منصور د. حسن مشرفي	دراسة تحليلية للتغيرات الهيكلية في الإيرادات السياحية وأثرها على الناتج المحلي الإجمالي
106-63	د. فداء علي الشيخ حسن	دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيدليات الخاصة في اللاذقية - دراسة ميدانية -
137-107	يارا رياض عباد د. سعيد إسبر د. رامي محمد	أثر القيم التَّظيمية على الإبداع الإداري "دراسة ميدانية في الجامعات الحكومية السورية"

دور تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية دراسة ميدانية في محافظة طرطوس

مرح صالح¹

د.مراد اسماعيل²

د. علي حاتم³

المخلص

هدف البحث إلى دراسة تأثير استخدام تقنيات الاتصال الحديثة على الخدمات السياحية في مجموعة من المنشآت السياحية في محافظة طرطوس (فنادق - مكاتب وشركات سياحية)، اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، شمل مجتمع البحث جميع عملاء المنشآت السياحية في محافظة طرطوس ، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية ميسرة بلغت (200) فرداً من عملاء هذه المنشآت تم اختيارهم بشكل عشوائي، حيث تم توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتم استرجاع (188) استبانة وبنسبة استجابة بلغت (94%)..

أظهرت النتائج أنّ هناك علاقة طردية دالة إحصائياً بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة في المنشآت السياحية وبين توفر ابعاد جودة الخدمات السياحية (الاعتمادية - الاستجابة - التعاطف).

¹ طالبة ماجستير جامعة حمص، كلية السياحة ، قسم السياحة

² استاذ مساعد ، جامعة حمص كلية السياحة قسم السياحة

³ مدرس في كلية الهندسة المعلوماتية ، جامعة حمص

الكلمات المفتاحية: تقنيات الاتصال الحديثة، جودة الخدمات السياحية، الاعتمادية، الاستجابة ،
التعاطف.

**The role of modern communication technologies in improving the
quality of tourism services:
A field study in Tartous Governorate**

ABSTRACT

This research aimed to study the impact of using modern communication technologies on tourism services in a group of tourism establishments in Tartous Governorate (hotels, offices, and tourism companies). The research adopted the descriptive analytical method, and the research population included all clients of tourism establishments in Tartous Governorate

As for the research sample, it is a convenient random sample of (200) individuals from the clients of these establishments who were randomly selected, and the questionnaire, the research tool, was distributed to them, and (188) questionnaires were returned with a response rate of (94%).

The results showed that there is a statistically significant positive relationship between the availability of modern communication technologies in tourist establishments and the availability of dimensions of tourism service quality (reliability, responsiveness, and empathy).

Keywords: Modern communication technologies, quality of tourism services, reliability, responsiveness, empathy.

المقدمة:

تعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية الهامة في كثير من دول العالم، حيث تعد مصدراً هاماً للعملة الأجنبية ومورداً هاماً للدخل والناتج القومي، ومصدراً جيداً لفرص العمل والتوظيف. ومع التطور الهائل في مجال التكنولوجيا والاتصالات وبشكل خاص في مجال القطاع السياحي، كان لا بد استغلال هذا التطور في انتاج افكار جديدة وتسخيرها في تطوير جودة الخدمات السياحية وزيادة فرص تسويقها ونجاحها.

وعلى اعتبار ان السياحة هي نشاط اجتماعي، لذلك فان المساحة التي توفرها شبكة الانترنت للتواصل والاتصال بين المنشآت السياحية وجمهور العملاء ومستهلكي الخدمات السياحية لا بد من ان يتم استثمارها بشكل افضل من اجل تطوير منظومة الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت السياحية .

تعد جودة الخدمات السياحية من الركائز الأساسية والمهمة التي تنطلق منها أي منشأة سياحية في بناء سمعتها ومركزها التنافسي، وخلق الولاء بين جمهور عملاءها لذلك تسعى هذه المنشآت لتحسين وتطوير جودة خدماتها باستمرار

وتقوم تقنيات الاتصال الحديثة بدور مهم في تطوير جودة الخدمات السياحية من خلال التأثير الكبير على انتاجية المنشأة والقوى العاملة فيها واستراتيجيات تطوير الخدمة السياحية وتسويقها، لذلك لا بد من العمل على تسخير هذه التكنولوجيا والتقنيات في تقديم خدمات ترقى الى مستوى طموح العملاء وتضمن ولائهم الدائم.

مشكلة البحث:

في ظل التطور الهائل في حجم تقنيات الاتصال الحديثة، والتطور اللافت في وسائل وأساليب الاتصال والتكنولوجيا الرقمية الحديثة، أصبحت العديد من المؤسسات كبيرة كانت أو صغيرة تحاول بشكل أو بآخر أن تدخل هذه التقنيات في مجال عملها من أجل تطوير خدماتها بما يناسب التطور التكنولوجي الحاصل . لذلك فإن العديد من المؤسسات سارعت إلى استخدام هذه التقنيات في محاولة منها لتقديم خدمات ذات مستوى عالي .

ومن بين تلك الشركات والمؤسسات الشركات السياحية في القطاع الخاص والعام، على اعتبار ان القطاع السياحي هو من أكثر القطاعات استيعابا للتكنولوجيا، حيث يجب العمل على تسخير هذه التكنولوجيا الحديثة واستغلالها بما يتلاءم وينسجم مع متطلبات الوضع الراهن ولتأمين واقع خدمي أفضل للمنشآت السياحية.

لذلك يمكن تحديد مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي التالي :

- ما هو دور استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية ؟
ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

ما هو دور استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير بعد الاعتمادية في الخدمات السياحية ؟

ما هو دور استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير بعد الاستجابة في الخدمات السياحية ؟

ما هو دور استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير بعد التعاطف في الخدمات السياحية ؟
أهمية البحث:

تنبثق أهمية هذا البحث من أهمية مواكبة شركات ومؤسسات القطاع السياحي لمجمل التطورات الحاصلة في قطاع الاتصالات ووسائل التواصل واستخدام تقنيات الاتصال الحديث والذي يعتبر من المواضيع الحديثة التي ستمكّن المنشآت العاملة في القطاع السياحي من تطوير خدماتها وتحسين أدائها ، والتوصل إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير أساليب عمل هذه المنشآت، وبالتالي زيادة الطلب على خدماتها وزيادة حصتها السوقية.

أهداف البحث: يهدف البحث الى تحقيق ما يلي:

1- توضيح ماهية تقنيات الاتصال الحديثة.

2- التعرف على أوجه تطبيق تقنيات الاتصال الحديثة في المنشآت السياحية واكيفية الاستفادة منها.

3- قياس أثر تطبيق تقنيات الاتصال الحديثة على جودة الخدمات السياحية.

متغيرات البحث:

المتغير المستقل : تقنيات الاتصال الحديثة

المتغير التابع : جودة الخدمات السياحية بإبعاده (الاعتمادية - الاستجابة - التعاطف).

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية للبحث : لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة وبين تطوير جودة الخدمات السياحية في محافظة طرطوس.

الفرضية الفرعية الاولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة وبين توفر الاعتمادية في الخدمات السياحية في محافظة طرطوس.

الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة وبين توفر الاستجابة في الخدمات السياحية في محافظة طرطوس.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة وبين توفر التعاطف في الخدمات السياحية في محافظة طرطوس.

منهجية البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأكثر استخداماً في دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، حيث يقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة المراد دراستها بمنهجية علمية.

مجتمع وعينة البحث:

شمل مجتمع البحث جميع عملاء المنشآت السياحية في محافظة طرطوس ، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية ميسرة بلغت (200) شخص من عملاء هذه المنشآت السياحية تم اختيارهم من فئات وطبقات ثقافية مختلفة، حيث تم توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتم استرجاع (188) استبانة ونسبة استجابة بلغت (94%).

أولاً - الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1- دراسة (رشدي، 2024) بعنوان: "دور تقنيات الاتصال الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية"⁴.

هدفت الدراسة. الى التعرف على الدور المهم الذي تقوم به تقنيات الاتصال الالكتروني في تحسين وتطوير مستوى جودة الخدمات السياحية في بعض المنشآت السياحية في ولاية قالمة في الجزائر. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة المتغيرات والعلاقة فيما بينها عبر استبيان مؤلف من 56 سائح في المنشآت السياحية، وتم تحليل نتائج الاستبيان والتوصل الى النتائج الدراسية باستخدام حزمة البرامج الاحصائية SPSS والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل الانحدار البسيط والمتعدد.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة : وجود تأثير موجب ذو دلالة احصائية بين تقنيات الاتصال الالكتروني وتطوير مستوى جودة الخدمات السياحية حيث دلت الدراسة ان 21.7 % من التحسن في جودة الخدمات السياحية يعود الى استخدام تقنيات الاتصال الحديثة الالكترونية.

2- دراسة (طجين، 2023) بعنوان: اثر استخدام الاتصالات التسويقية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية- دراسة حالة مجموعة من الفنادق بمدينة بسكرة)⁵.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد اثر استخدام الاتصالات التسويقية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية- دراسة حالة مجموعة من الفنادق بمدينة بسكرة.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي ،وبهدف تحليل البيانات واختبار الفرضيات تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي ،وذلك بتوزيع استبيان على عينة عشوائية بلغت 115 من العملاء في الفنادق المدروسة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هي : وجود علاقة ذات دلالة معنوية طردية بين استخدام الاتصالات التسويقية الالكترونية في الفنادق محل الدراسة وبين تحسين مستوى جودة

⁴ رشدي، مروش، 2024، دور تقنيات الاتصال الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية، جامعة 8 ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، رسالة ماجستير، الجزائر.

⁵ طجين، سمير، 2023، اثر استخدام الاتصالات التسويقية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية- دراسة حالة مجموعة من الفنادق بمدينة بسكرة، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر.

الخدمات السياحية وأن نسبة 62,7% من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمات السياحية تعود لاستخدام تقنيات الاتصالات التسويقية الالكترونية.

3- دراسة (محمد، 2017) بعنوان (التسويق الالكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للفنادق - دراسة تطبيقية في عدد من الفنادق في عمان)⁶.

هدفت الدراسة إلى ابراز أهمية التسويق الالكتروني ودوره في اكساب وتعزيز الميزة التنافسية للفنادق من خلال دراسة على عدد من الفنادق في مدينة عمان.

اعتمدت هذه الدراسة سعياً لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي التحليلي عبر جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال استبيان اعد لهذا الهدف موجه ل 97 من عملاء هذه الفنادق.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها هي : وجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين استخدام اساليب واستراتيجيات التسويق الالكتروني في الفنادق محل الدراسة وبين تعزيز الميزة التنافسية في تلك الفنادق من خلال مستوى الخدمات المميز.

1-دراسة (Gonçaves, 2023) بعنوان (The Application of modern comminication in the Tourism Industry: A Systematic Literature Review Based on Prisma Methodology) .

(تطبيق تقنيات التواصل الحديث في صناعة السياحة: مراجعة منهجية للأدبيات استناداً إلى منهجية بريزما)⁷

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم رؤى حول كيفية تطبيق تقنيات التواصل الحديث على جوانب مختلفة من عمليات وخدمات السياحة لتحسين تجربة العملاء، سواءً عبر الإنترنت أو خارجه، ولدى مقدمي الخدمات مثل الفنادق. وقد أُجريت مراجعة للأدبيات بناءً على منهجية PRISMA من خلال إجراء عمليات بحث في قواعد بيانات Scopus و Web of Science. ويساهم هذا البحث في تقديم لمحة عامة عن كيفية استخدام تقنيات التواصل الحديث الحالية في صناعة

⁷ Gonçaves 2023 The Application of modern comminication in the Tourism Industry: 2023 A Systematic Literature Review Based on Prisma Methodology

السياحة، وكيف يُمكن استخدامها في المستقبل لتحسين تجارب العملاء عند التفاعل مع مختلف جوانب السياحة. كما يتناول البحث مختلف المخاوف التي تحتاج إلى مزيد من البحث قبل اعتمادها. ويظهر البحث أن تطبيق تقنيات التواصل الحديث يُمكن أن يُحسن جوانب عديدة من عمليات وخدمات السياحة، مما يُحقق العديد من المزايا.

2- دراسة (Dider ، 2021) بعنوان⁸:

The Impact of electronic communication on Service Quality in Hotel establishments , Master the sis

اثر الاتصال الالكتروني على جودة الخدمات في المؤسسات الفندقية. رسالة ماجستير - الهند
هدفت الدراسة إلى توضيح أهمية الاتصال الالكتروني ودوره في تطوير الخدمات التي تقدمها مجموعة من المؤسسات الفندقية في الهند.

اعتمدت هذه الدراسة سعياً لتحقيق أهدافها على المنهج الوصفي التحليلي عبر جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة، وذلك من خلال استبيان اعد لهذا الهدف موجه ل 125 من عملاء هذه الفنادق.

توصلت الدراسة إليها هي : وجود علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين استخدام اساليب الاتصال الالكتروني في الفنادق محل الدراسة وبين تقديم مستوى خدمات متميز عبر استطلاع رأي النزلاء والتعرف على ارائهم ورغباتهم بشكل مستمر .

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم وأهمية تقنيات الاتصال الحديثة:

يعد استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في القطاع السياحي أحد العوامل الأساسية لنجاحه، حيث أصبح الانترنت أكثر وسائل الاتصال استعمالاً من قبل المؤسسات السياحية ذلك من أجل تطوير خدماتها السياحية للوصول إلى أكبر عدد من السياح.

وفي ظل المتغيرات العالمية الجديدة، التي أفرزتها الثورة التكنولوجية أصبح استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المنظمات مطلب رئيسي،

⁸dider, sihombing, 2021, The Impact of electronic communication on Service Quality in Hotel establishments , Master the sis - india

وهنا يمكن تعريف تقنيات الاتصال على أنها: "مجموع تكنولوجيا الإعلام الإلكتروني ووسائل الاتصال، التي تسمح بتبادل المعلومات ومعالجتها، في إطار ما يعرف بشبكة الانترنت"⁹. كما تعرف بأنها: "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يرد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات ثم تخزينها واسترجاعها ونقلها ومبادلتها"¹⁰.

اهم تقنيات الاتصال الحديثة:

يوجّه التواصل مع العملاء التفاعل بين الشركة وعمالها من خلال قنوات مختلفة مثل البريد الإلكتروني والمكالمات الهاتفية والردشة المباشرة ووسائل التواصل الاجتماعي والتفاعلات الشخصية. ويشمل جميع أشكال التواصل التي يبدأها أي من الطرفين، بما في ذلك الاستفسارات والملاحظات وطلبات الدعم ومعاملات البيع والرسائل التسويقية.

تستخدم الشركات العديد من استراتيجيات وأدوات التواصل المختلفة للتفاعل مع العملاء، وتقديم المساعدة، وجمع الملاحظات، وتقديم تجارب شخصية. من خلال إعطاء الأولوية للتواصل الواضح، وفي الوقت المناسب، والتعاطف مع العملاء، بما يمكن الشركات من بناء الثقة، وتعزيز الولاء، والتميز في السوق التنافسي.

ومن اهم تقنيات الاتصال الحديثة ما يلي:

1- برامج الدردشة المباشرة:

تتيح برامج الدردشة المباشرة التواصل في الوقت الفعلي بين العملاء وممثلي الدعم عبر الرسائل النصية من خلال أدوات الدردشة. يمكن للشركات تضمين أدوات الدردشة المباشرة على مواقعها الإلكترونية أو تطبيقات الأجهزة المحمولة لتقديم المساعدة الفورية والإجابة عن الأسئلة وحل المشكلات على الفور باستخدام برنامج الدردشة المباشرة.

2- أدوات إدارة جهات الاتصال:

⁹ بوباح عالية، دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، 1 قسنطينة: جامعة منتوري، 2011 .

¹⁰ جعفر حسن الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، عمان: دار البداية، 2013.

تساعد أدوات إدارة جهات الاتصال الشركات على تنظيم معلومات الاتصال بالعملاء والحفاظ عليها، بما في ذلك الأسماء وعناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهواتف وسجل التفاعل. عادةً ما تتضمن هذه الأدوات ميزات لتصنيف جهات الاتصال، وتتبع الاتصالات، والتعامل مع محادثات العملاء، وإدارة أنظمة عمليات دعم العملاء.

3- منصات التسويق عبر البريد الإلكتروني:

تتيح أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني للشركات إنشاء حملات البريد الإلكتروني وإرسالها وتتبعها للتفاعل مع العملاء وتقديم العروض الترويجية ومشاركة المحتوى ذي الصلة. وغالبًا ما تتميز هذه المنصات بإمكانيات الأتمتة وخيارات التجزئة والتحليلات لتتبع أداء الفريق وتعزيز إدارة التواصل مع العملاء.

4- أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي:

تُمكن منصات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي الشركات من إدارة تواجدها عبر مختلف قنوات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك فيسبوك وتويتر وإنستجرام ولينكد إن. تعمل هذه الأدوات على تبسيط أنشطة النشر والمراقبة والمشاركة، مما يسمح للشركات بالتفاعل مع العملاء، والرد على الرسائل والتعليقات، وتتبع مقاييس وسائل التواصل الاجتماعي.

5- أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM):

تعمل أنظمة إدارة علاقات العملاء على مركزية بيانات العملاء وتفاعلاتهم، مما يوفر للشركات رؤية شاملة لملفات تعريف العملاء وتفضيلاتهم وتاريخ تفاعلهم. تُمكن هذه البرامج المكتبية الشركات من تتبع العملاء المحتملين وإدارة جهات الاتصال وأتمتة سير عمل الاتصالات لتخصيص التفاعلات وقياس رضا العملاء.

تطبيقات تقنيات الاتصال الحديثة في السياحة:

تتطوي تطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أهمية كبيرة في العمليات والخدمات والتدريب وتوفير فرص العمل وغيرها من الأهداف الإنمائية وينبغي أن تكون التطبيقات سهلة الاستعمال ومتاحة للجميع وبتكلفة معقولة ومن متطلباتها وتطبيقاتها ما يلي:

- 1- الوصول عن بعد :تتمثل متطلبات الوصول عن بعد في القدرة على الاستفادة من الخدمات التي توفرها الشركات السياحية من مواقع بعيدة مما يؤدي إلى ترشيد تكلفة العمليات بطريقة اقتصادية وبذلك يمكن الحصول على المعلومات اللازمة دون الحاجة للسفر إلى أماكن بعيدة.
- 2- نقل الملفات الخاصة بالحجوزات والعمليات :يتم نقل الملفات الالكترونية عن طريق إمكانيات الوصول عن بعد باستخدام الحاسبات والاتصالات عن بعد .و يساعد ذلك في كفاءة عملية النقل لكل الملفات النصية وغير النصية.
- 3- البحث في قواعد البيانات: البحث في قواعد البيانات المحملة على حاسبات مضيقة والوصول إليها عن بعد مثل المعلومات المتعلقة بالخدمات وأسعارها والحجز عن بعد.
- 4- تبادل البيانات الكترونيا: ويشمل تبادل البيانات المتعلقة بعمل الشركات وفروعها، وبين الشركات والمكاتب السياحية وغيرها.

ثالثاً: مفهوم الخدمات السياحية وأهميتها:

تعتبر الخدمات السياحية عنصراً حيوياً في تعزيز الاقتصاد والتبادل الثقافي عالمياً، حيث تشمل مجموعة واسعة من الأنشطة المصممة لضمان تجربة سفر مريحة وممتعة . ونقوم جودة الخدمة السياحية على مجموعة من الأفكار والمبادئ التي يمكن لأي منشأة سياحية الأخذ بها من أجل تحقيق خدمة تتمتع بسمعة تنافسية عالية،

مفهوم الخدمة السياحية:

تشكل الخدمات السياحية مجموعة متنوعة من الأنشطة والتسهيلات التي تهدف إلى تعزيز تجربة السائح، من الإقامة والنقل إلى الترفيه والإرشاد، ولفهم أعمق للدور الذي تلعبه الخدمات السياحية لا بد من توضيح مفهوم الخدمات السياحية.

تعريف الخدمات السياحية:

وردت العديد من التعاريف للخدمات السياحية من أهمها ما يلي:

"مدى تلبية حاجات السياح والوفاء بتوقعاتهم بشكل مستمر واستخدام مدخلات ومخرجات النظام

بصورة أحسن لمقابلة تلك الاحتياجات" 11

كما يقصد بالخدمات السياحية "مجموعة من الأعمال والنشاطات توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك المنتجات السياحية من خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية

بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي" 12

مفهوم جودة الخدمة السياحية:

إن جودة الخدمة السياحية تعدّ مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو حتى التفوق عليها، وهذه التوقعات تبنى على أساس أبعاد يتم من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة.

وعرفت جودة الخدمة السياحية على أنها : وهي مدى التوافق بين الأداء الفعلي للخدمة السياحية و توقعات العملاء والتي تحدد من خلال المقارنات التي يقوم بها العميل بين ما يتوقع أن يحصل عليه من المنشأة السياحية وبين ما تقدمه له من خدمات¹³.

أبعاد جودة الخدمة السياحية

1. الملموسية : وهذا البعد يمثل جميع المستلزمات المادية والتجهيزات ومظهر مقدمي الخدمة وأدوات ووسائل الاتصال معهم، ففي أغلب الأحيان يلجأ العميل إلى تقييم جودة الخدمة من خلال

11 رداوي نادية شعبال حيزية، دور الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمات السياحية، دراسة حالة وكالة فرسان العرب للسياحة كالأسفار المسيلة، مذكرة ماستر، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2022 .

12 شتوح دلال وآخرون، دور التسويق السياحي في ترقية الخدمات السياحية: دراسة على عينة من زبائن وكالة النجاح ترافل بالشلف ،

مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2021،

13 فتاح، سفيان، 2017، دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن، دراسة ميدانية لعينة من زبائن فندق قوارة تيميمون، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الجزائر

المظاهر والتسهيلات المادية المرافقة للخدمة وهي التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة والأثاث المستخدم والديكورات التي تخلق جو مريح وتكون أعلى من توقعات العميل¹⁴.

2. الاعتمادية : يعكس هذا البعد مستوى الخدمات المقدمة ويحدد العميل مدى جودة الخدمة بناء على وعود المنشأة السياحية لأن الخدمة يتطلب أدائها بصورة صحيحة والعمل على إرضاء العميل، ولتحقق هذا البعد يجب تقديم أفضل الخدمات للعميل بدرجة عالية من الإلتقان وفي المواعيد المحددة¹⁵.

3. التعاطف : يشير إلى درجة العناية بالعميل ورعايته والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطرق إنسانية راقية، ومن معايير التقييم لهذا البعد: الاهتمام الشخصي بالعميل وتلبية حاجاته بروح من الود واللطف، ينبغي على مقدم الخدمة في المنشأة السياحية أن يتحلى بالقدرة على الحديث بأسلوب لطيف ومهذب مع العملاء¹⁶.

4. الاستجابة : وهي استعداد مقدم الخدمة السعي لتلبية رغبة العميل بصورة فورية والتفاعل بسرعة مع المشاكل المتوقعة ويجب على مقدم الخدمة الاستعداد لتقديم الخدمة وشعوره بالحماس عند تقديمها مما يخلق طابعاً من الثقة والراحة عند العميل¹⁷.

الاطار العملي للبحث:

مجتمع وعينة البحث:

شمل مجتمع البحث جميع عملاء المنشآت السياحية في محافظة طرطوس ، أما عينة البحث فهي عينة عشوائية ميسرة بلغت (200) شخص من عملاء هذه المنشآت السياحية تم اختيارهم من فئات وطبقات ثقافية مختلفة، حيث تم توزيع الاستبانة أداة البحث عليهم، وتم استرجاع (188) استبانة ونسبة استجابة بلغت (94%) ..

¹⁴ خلوط، جهاد، شنشونة، محمد، 2019، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات الفندقية، دراسة عينة من السياح في فندق سيدي يحيى ببسكرة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير و علوم التجارية، المجلد(12)، العدد(02)، ص623.

¹⁵ سامر، سمية، عيسى، اسماعيل، 2019، استراتيجية تنمية الموارد البشرية كآلية لتحسين جودة الخدمات الفندقية، دراسة ميدانية لنزلاء فندق ملاس تيسمسيلت، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد(12)، العدد(01)،

¹⁶ الناصر، منذر، 2016، جودة الخدمات السياحية، منشورات جامعة البعث، كلية السياحة، سورية،

¹⁷ زاهر، تيسير، 2011، الإدارة الفندقية(2)، منشورات جامعة البعث، كلية السياحة، سورية،

لتحقيق أهداف البحث وبالاكتفاء على الدراسات السابقة، تم تطوير "استبانة"، وقد تكونت الاستبانة من (53) عبارة موزعة على سبعة محاور تشمل تقنيات الاتصال الحديثة وأبعاد تطوير الخدمات السياحية (الاعتمادية - الاستجابة - التعاطف)، وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وذلك بإعطاء الدرجة /5/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة /4/ للإجابة بدرجة كبيرة، والدرجة /3/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة /2/ للإجابة بدرجة ضعيفة، والدرجة /1/ للإجابة بدرجة ضعيفة جداً، كذلك تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.25 في التحليل الإحصائي. وتم التأكد من صدق الاستبانة وصلاحيته للقياس، حيث تم عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظاتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تم اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (1) اختبار الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

المحاور	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
تقنيات الاتصال الحديثة	6	0.913
بعد الاعتمادية	6	0.887
ابعد الاستجابة	6	0.867
بعد التعاطف	7	0.811
الثبات الكلي	25	0.877

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25
يبين الجدول (1) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات تساوي (0.877)، وهي أكبر من 0.70، كذلك نلاحظ أن قيم معامل ألفا كرونباخ لكل محور من المحاور أكبر من 0.70، وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيته للقياس والدراسة.

تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One- Sample T. test. تحليل الانحدار المتعدد.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي:

طول الفئة = (درجة الاستجابة العليا - درجة الاستجابة الدنيا) / عدد فئات الاستجابة

$$\text{طول الفئة} = 5 / (1 - 5) = 0.8$$

وبناءً عليه تم اعتماد التوزيع المغلق، وتم تحديد المجالات الآتية:

الجدول (2) توزيع تدرجات سلم ليكرت الخماسي (توزيع مغلق)

المجال	درجة الموافقة	الأهمية النسبية
1 – 1.8	ضعيفة جداً	%(36-20)
1.81 – 2.60	ضعيفة	%(52-36.2)
2.61 – 3.40	متوسطة	%(68-52.2)
3.41 – 4.20	كبيرة	%(84-68.2)
4.21 – 5	كبيرة جداً	%(100-84.2)

المصدر: من إعداد الباحث

بناءً على نتائج تفريغ الاستبانة نبين فيما يلي واقع تطبيق تقنيات الاتصال الحديثة وأبعاد الخدمة السياحية ، حيث قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لكل عبارة وللبعد ككل، وفق الآتي:

اولاً: بعد تقنيات الاتصال الحديثة:

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

وننتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول واقع تقنيات الاتصال الحديثة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تقنيات الاتصال الحديثة
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	14.310	74.34	0.687	3.717	1.تستخدم المنشأة تقنيات حديثة في التواصل مع العملاء.
دال	.000	6.584	67.04	0.733	3.352	2.تتعد المنشأة على شبكة الانترنت في تقديم الحجوزات ومختلف الخدمات.
دال	.000	6.515	67.08	0.745	3.354	3.تتدرج خدمات المنشأة في مواقع الحجز عبر شبكة الانترنت.
دال	.000	27.596	82.22	0.552	4.111	4.تعتمد المنشأة اساليب التسويق الالكتروني لخدماتها.

دور تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية
دراسة ميدانية في محافظة طرطوس

5.تستخدم المنشأة اعلانات الكترونية للترويج لخدماتها.	3.911	0.591	78.22	21.135	.000	دال
6.تستخدم المنشأة معلومات التغذية الراجعة عبر الانترنت لتقييم خدماتها.	4.122	0.612	82.44	25.137	.000	دال
7.يمكن الوصول لخدمات المنشأة والاستعلام عنها بسهولة عبر التطبيقات الالكترونية.	2.374	0.809	47.48	- 10.610	.000	دال
المتوسط العام	3.56	0.676	71.26	11.419	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25
يبين الجدول رقم (9) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات بعد تقنيات الاتصال الحديثة ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.56)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة كبيرة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق موجب بين المتوسط العام لبعد تقنيات الاتصال الحديثة وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنَّ المنشآت محل الدراسة تلتزم وبدرجة كبيرة ببعد تقنيات الاتصال الحديثة، وبأهمية نسبية (71.26%).

أولاً: أبعاد الخدمات السياحية:

1) بعد الاعتمادية في الخدمات السياحية:

الجدول (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق ببعد الاعتمادية

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	19.915	75.6	0.537	3.78	1. تلتزم المنشأة بالوفاء بالتزاماتها في المواعيد المحددة.

2. يمكن الاعتماد على جميع الموظفين في تقديم الخدمات بنفس المستوى.	4.31	0.472	86.2	38.054	0.000	دال
3. يحاول الموظفون دائما تفادي الاخطاء في تقديم الخدمات	3.97	0.487	79.4	27.309	0.000	دال
4. تحرص المنشأة على متابعة العملاء بشكل دائم	2.49	0.826	49.8	-8.466	0.000	دال
المتوسط العام	3.76	0.588	75.18	17.698	0.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (3) أن قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات بعد الاعتمادية في الخدمات السياحية ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.76)، وتقع ضمن المجال (-3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة كبيرة على مقياس ليكرت، وبما أن احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإن هناك فرق موجب بين المتوسط العام لبعدها الاعتمادية في الخدمات السياحية وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أن المنطقة المدروسة تُحقق وبدرجة كبيرة بعد الاعتمادية في الخدمات السياحية ، وبأهمية نسبية (75.18%).

(2) بعد الاستجابة في الخدمات السياحية:

الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع ممارسة بعد الاستجابة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	0.000	6.833	66.2	0.622	3.31	1. المنشأة جاهزة لتقديم خدماتها بالوقت المناسب للعميل دوماً.

دور تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية
دراسة ميدانية في محافظة طرطوس

2. هناك تعاون دائم وجيد من موظفي المنشأة مع العملاء.	3.36	0.817	67.2	6.042	.000	دال
3. تستجيب المنشأة بشكل دائم لشكاوي العملاء.	2.57	0.794	51.4	-7.425	.000	دال
4. تعمل المنشأة على التعامل مع الحالات الطارئة بشكل مستعجل.	2.59	0.715	51.8	-7.862	.000	دال
المتوسط العام	3.18	0.691	63.54	3.512	.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (4) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات بعد الاستجابة في الخدمات السياحية ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق معنوي بلغ (0.18)، وتقع ضمن المجال (2.61-3.40)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة متوسطة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق موجب بين المتوسط العام لبعد الاستجابة في الخدمات السياحية وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنَّ المنطقة محل الدراسة تُحقق وبدرجة متوسطة بعد الاستجابة في الخدمات السياحية، وبأهمية نسبية (63.54%).

(3) بعد التعاطف في الخدمات السياحية:

الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بواقع ممارسة بعد التعاطف

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.001	3.559	63.8	0.732	3.19	1. يتميز موظفو المنشأة باللباقة في التعامل مع العملاء.
دال	.000	22.907	73.8	0.413	3.69	2 تقدم المنشأة عناية خاصة لكل عميل بشكل مستقل.
دال	.000	18.521	74.4	0.533	3.72	3. تقدر المنشأة ظروف العملاء الخاصة وتتعامل معها بشكل جيد.
دال	.000	-10.504	48.8	0.731	2.44	4. يحاول موظفو المنشأة بناء علاقات صداقة مع العملاء
دال	.003	-2.683	57.44	0.654	2.87	المتوسط العام

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (5) أنَّ قيمة المتوسط الحسابي العام لعبارات بعد التعاطف في الخدمات السياحية تنخفض عن متوسط المقياس (3)، وبفرق معنوي بلغ (0.13)، وتقع ضمن المجال (-2.61-3.40)، وتقابل شدة الإجابة بدرجة متوسطة على مقياس ليكرت، وبما أنَّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ ، فإنَّ هناك فرق سالب بين المتوسط العام لبعد التعاطف في الخدمات السياحية وبين المتوسط الافتراضي للمجتمع (متوسط مقياس ليكرت 3)، وبالتالي يمكن القول أنَّ المنطقة محل الدراسة تُحقق وبدرجة متوسطة بعد التعاطف في الخدمات السياحية، وبأهمية نسبية (57.44%).

ثالثاً: اختبار الفرضية الرئيسة للبحث:

دور تقنيات الاتصال الحديثة في تطوير جودة الخدمات السياحية
دراسة ميدانية في محافظة طرطوس

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين توفر تقنيات الاتصال الحديثة وبين تطوير الخدمات السياحية في محافظة طرطوس ،

الجدول (10) تحليل الانحدار للعلاقة بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.811	.658	.647	.11955	.658	68.956	7	180	.000

الجدول (11) تبين الانحدار للعلاقة بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.104	7	1.586	68.956	.000
	Residual	4.232	180	.023		
	Total	15.336	187			

الجدول (12) معلمات الانحدار للعلاقة بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.932	.083		35.325	.000
	تقنيات الاتصال الحديثة	.105	.012	.421	8.873	.000
	بعد الاعتمادية	.056	.012	.129	4.565	.000
	بعد الاستجابة	.031	.015	.109	2.125	.035
	بعد التعاطف	.073	.016	.254	4.557	.000

مصدر الجداول: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.25

يبين الجدول رقم (10) أنَّ قيمة معامل الارتباط المتعدد بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية في المنشآت محل الدراسة بلغت (0.811)، وهي تدل على أنَّ العلاقة قوية فيما بينهما، وتبين قيمة معامل التحديد المصحح أنَّ التغيرات الحاصلة في الخدمات السياحية والتي سببتها تقنيات الاتصال الحديثة بلغت (64.7%)، والمعنوية الكلية لنموذج الانحدار دالة إحصائياً لأنَّ $P = 0.000 < 0.05$ ، كما يبين الجدول رقم (11). وبملاحظة قيم B الموضحة في الجدول رقم (12) نجد أنَّ هناك علاقة دالة إحصائياً بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسة للبحث ونقبل الفرضية البديلة ونقر بوجود علاقة طردية قوية وذات دلالة معنوية بين تقنيات الاتصال الحديثة وابعاد الخدمات السياحية في المنشآت محل الدراسة.

وبملاحظة قيم معامل Beta نجد أنَّ بعد تقنيات الاتصال الحديثة كانت أكثر أثراً في تحقيق بعد التعاطف في الخدمات السياحية يليه بعد الاعتمادية في المرتبة الثانية يليه بعد الاستجابة في المرتبة الثالثة والأخيرة.

نتائج البحث:

- 1- هناك أثر واضح لاستخدام تقنيات الاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية في المؤسسات والشركات محل الدراسة.
- 2- تحقق المنشآت المدروسة وبدرجة كبيرة بعد الاعتمادية في خدماتها السياحية، وبأهمية نسبية (75.18%)، ويتجلى ذلك من خلال الالتزام بمواعيد تقديم الخدمات السياحية والعمل على متابعة العملاء بشكل دائم ومحاولة تجنب الأخطاء عند تقديم الخدمات.
- 3- تحقق المنطقة محل الدراسة وبدرجة متوسطة بعد الاستجابة في الخدمات السياحية، وبأهمية نسبية (63.54%)، ويتجلى ذلك من خلال تعاون الموظفين مع جميع العملاء والاستماع للشكاوى والملاحظات الرد بشكل فوري على الحالات الطارئة التعامل معها.

4- تحقق المنطقة محل الدراسة وبدرجة متوسطة بعد التعاطف في الخدمات السياحية ، وبأهمية نسبية (57.44%)، ويتجلى ذلك من خلال التعامل بشكل لائق مع العملاء العناية الشخصية بكل عميل وتقدير ظروف الخاصة.

5- تطبيق المنشآت محل الدراسة وبدرجة كبيرة تقنيات الاتصال الحديثة، وبأهمية نسبية (71.26%)، ويظهر ذلك من خلال الاعتماد بشكل رئيسي على شبكة الانترنت في التواصل مع العملاء وإدراج الخدمات على شبكات الحجز الالكترونية واعتماد اساليب التسويق الالكتروني للخدمات ، وإمكانية الوصول الى الخدمات عبر التطبيقات الالكترونية.

6- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية وذات دلالة معنوية بين استخدام تقنيات الاتصال الالكترونية الحديثة وبين تحقيق جودة الخدمات السياحية المقدمة في المنطقة المدروسة، حيث كان بعد الاعتمادية الأكثر تأثراً باستخدام التقنيات الحديثة يليه بعد الاستجابة في المرتبة الثانية يليه بعد التعاطف في المرتبة الأخيرة.

مقترحات البحث:

- 1- التأكيد على أهمية الاستغلال الامثل لشبكة الانترنت في التواصل مع العملاء والاعلان عن الخدمات والتسويق لها، ذلك لما تمثله شبكة الانترنت من فضاء تسويقي و تواصلي واسع مترامي الاطراف منخفض التكلفة وعالي المردود من خلال وسائل التواصل الحديثة والمتطورة .
- 2- العمل على توظيف استخدام مختصين في البرمجة والتعامل مع التطبيقات الالكترونية الحديثة وذلك لتحقيق مردود عالي واستخدام المؤثرات التسويقية والتفاعلية بطريقة افضل.
- 3- التأكيد على ان العميل هو الهدف وهو الأساس وبالتالي ضرورة الاهتمام به من خلال الالتزام بتقديم الخدمة في الوقت المحدد وبالشروط والمواصفات المطلوبة.
- 4- العمل على تفعيل منصات التواصل مع العملاء وزيادة نشاطها مثل منصات التواصل الاجتماعي وقنوات الدردشة المباشرة ونظام ادارة علاقات العملاء (CRM).
- 5- تفعيل قنوات الاتصال مع الاسواق السياحية الخارجية عبر استخدام لغات متعدد من اجل جذب فئات جديدة من العملاء عبر الاسواق الخارجية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- رشدي، مروش، 2024، دور تقنيات الاتصال الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية، جامعة 8 ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، رسالة ماجستير، الجزائر
- 2- طجين، سمير، 2023، اثر استخدام الاتصالات التسويقية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات السياحية- دراسة حالة مجموعة من الفنادق بمدينة بسكرة، مجلة العلوم الانسانية، الجزائر.
- 3- بوياح عالية، 2021، دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، قسنطينة: جامعة منتوري.
- 4- جعفر حسن الطائي، 2019، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، عمان: دار البداية.
- 5- رداوي نادية شعبان حيزية، 2022، دور الاتصال التسويقي في تحسين جودة الخدمات السياحية، دراسة حالة وكالة فرسان العرب للسياحة كالأسفار المسيلة، مذكرة ماستر، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- 6- شتوح دلال وآخرون، 2021، دور التسويق السياحي في ترقية الخدمات السياحية: دراسة على عينة من زبائن وكالة النجاح ترافل بالشلف، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 5، العدد 2،
- 7- خلوط، جهاد، شنشونة، محمد، 2019، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات الفندقية، دراسة عينة من السياح في فندق سيدي يحيى ببسكرة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير وعلوم التجارية، المجلد (12)، العدد (02).
- 8- سامر، سمية، عيسى، اسماعيل، 2019، استراتيجية تنمية الموارد البشرية كآلية لتحسين جودة الخدمات الفندقية، دراسة ميدانية لنزلاء فندق ملاس تيسمسيلت، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد (12)، العدد (01)،
- 9- الناصر، منذر، 2016، جودة الخدمات السياحية، منشورات جامعة البعث، كلية السياحة، سورية،
- 10- زاهر، تيسير، 2011، الإدارة الفندقية (2)، منشورات جامعة البعث، كلية السياحة، سورية،

11- فتاح، سفيان، 2017، دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن، دراسة ميدانية لعينة من زبائن فندق قوارة تيميمون، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الجزائر

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Cameron, jansen, 2017, Management stratages tourism awareness and its impact on conversancy in namibi, master, nambi
- 2- Antony, sihombing, Local Tourism Awareness and Knowledge: Community Views in Wanayas, wanayas university
- 3- dider, sihombing, 2021, The Impact of electronic communication on Service Quality in Hotel establishments , Master the sis - india
- 4- Gonçalves 2023 The Application of modern communication in the Tourism Industry: A Systematic Literature Review Based on Prisma Methodology 2023

دراسة تحليلية للتغيرات الهيكلية في الإيرادات السياحية وأثرها على الناتج المحلي الإجمالي

الدكتورة يُمن منصور*

الدكتور حسن مشرقى**

نجوى سالم***

الملخص

تتناول هذه الدراسة تحليل التغيرات الهيكلية في الإيرادات السياحية خلال الفترة 2000-2020 وأثرها في الناتج المحلي الإجمالي. استخدمت الدراسة نموذج الانحدار مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات الهيكلية وبيانات السلاسل الزمنية، وقد أظهرت النتائج أن الإيرادات السياحية تؤثر إيجابياً، وإن كان بشكل محدود، على الناتج المحلي الإجمالي. كما أكدت الدراسة وجود تغير هيكلي في الاقتصاد السوري عام 2011 نتيجة للأحداث، مما أسفر عن تراجع كبير في قطاع السياحة والناتج المحلي الإجمالي. وازداد تأثير الإيرادات السياحية على الناتج المحلي الإجمالي بعد عام 2011 مقارنة بالفترة التي سبقت الأحداث. وتوصي الدراسة بربط قطاع السياحة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، وتشجيع السياحة الريفية،

*أستاذ - قسم الإحصاء والبرمجة - كلية الاقتصاد - جامعة اللاذقية - اللاذقية - سورية.

** أستاذ - قسم السياحة - كلية السياحة - جامعة حمص - حمص - سورية.

***طالبة دراسات عليا (دكتوراه) - قسم الإحصاء والبرمجة - كلية الاقتصاد - جامعة اللاذقية - اللاذقية - سورية.

وتبني سياسات سياحية مستدامة لتعزيز دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في سورية.

الكلمات المفتاحية: الإيرادات السياحية، الناتج المحلي الإجمالي، سورية، تغيرات هيكلية، نموذج الانحدار

An Analytical Study Of Structural Changes in Tourism Revenues and Their Impact On GDP

Najwa Salem *

Dr. Yomn Mansour **

Dr. Hasan Mashriki ***

Abstract

The study addresses the analysis of structural Changes in Tourism revenues during the period 2000-2020, and their impact on gross domestic product (GDP). the study relied on a regression model that

* Postgraduate Student at the department of statistics – faculty of economy - Lattakia University – Lattakia – Syria. najwasalem@gmail.com

** Professor – the department of statistics – faculty of economy – Lattakia University – Lattakia – Syria

*** Professor – the department of tourism – faculty of tourism – Homs University – Homs – Syria

take into account structural changes and time series data, the results showed that found that tourism revenues has a positive, albeit limited, effect on gross domestic product. The study also confirmed that a structural change occurred in the Syrian economy in 2011 as a result of the crisis, leading to a significant decline in the tourism sector and gross domestic product (GDP). Furthermore, The impact of tourism revenues on (GDP) increased after 2011 compared to the pre-crisis period. The study recommends linking the tourism sector with other economic sectors, promoting rural tourism, and adopting sustainable tourism policies to enhance the role of tourism in achieving sustainable economic development in Syria.

Keywords: gross domestic product (GDP), Syria, structural breaks, regression mode

1- المقدمة:

يشكل قطاع السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية العالمية، لما له من دور حيوي في تحقيق الناتج المحلي الإجمالي، وخلق فرص العمل، وتحقيق التنمية المستدامة. وتسعى العديد من الدول، ولا سيما النامية منها، إلى تنمية وتطوير قطاع السياحة بهدف تعزيز اقتصاداتها وتحسين مستوى معيشة شعوبها. تشهد سورية، بوصفها بلداً غنياً بالموارد السياحية المتنوعة، من مواقع أثرية وتاريخية وثقافية ومناظر طبيعية خلابة، إمكانات كبيرة لجعل قطاع السياحة محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي. إلا أن هذا القطاع تأثر سلباً خلال السنوات الأخيرة، نتيجة الأحداث التي مرت بها البلاد، مما أدى إلى تراجع كبير في أعداد السياح والإيرادات السياحية. تتناول هذه الدراسة أثر الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية، مع التركيز على الفترة ما بين 2000-2020، والتي شهدت تغيرات هيكلية كبيرة نتيجة الأحداث. وتسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي حول مدى تأثير الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية، مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات الهيكلية التي طرأت على الاقتصاد السوري.

لتحقيق أهدافها، تعتمد الدراسة على نموذج الانحدار مع تغيرات هيكلية، باستخدام بيانات السلاسل الزمنية للإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي في سورية. ويتم تحليل البيانات باستخدام برنامج EViews 12، مع تطبيق اختبارات الاستقرار والتغيرات الهيكلية، وتحديد نقطة التغير الهيكلية، وتقدير نموذج الانحدار مع التغيرات الهيكلية، وإجراء الاختبارات التشخيصية للبواقي.

1-1 الدراسات السابقة:

1- دراسة (Samprakos, 2024) بعنوان:

Tourism and Economic Growth: An Empirical Analysis of Greece

تناولت الدراسة أثر السياحة في النمو الاقتصادي في اليونان، مع اعتماد الناتج المحلي الإجمالي متغيراً تابعاً، واستخدام الإيرادات السياحية Tourism Receipts إلى جانب سعر الصرف الحقيقي والاستثمار الأجنبي المباشر كمتغيرات مفسرة خلال المدة 1995-

2018. أظهرت النتائج وجود علاقة موجبة بين الإيرادات السياحية والنتائج المحلي الإجمالي، إذ بيّنت الدراسة أن زيادة الإيرادات السياحية بنسبة 1% تؤدي إلى ارتفاع الناتج المحلي بنسبة 0.036%، بما يدعم فرضية أن السياحة تقود النمو الاقتصادي.

2- دراسة (Raifu and Afolabi, 2024) بعنوان:

Revisiting the Tourism-Led-Growth Hypothesis: Fresh Evidence From the World's Top Ten Tourist Destinations

قدّم Raifu و Afolabi عام 2024 دراسة مهمة عن فرضية السياحة القائدة للنمو في أكبر عشر وجهات سياحية في العالم خلال المدة 1995-2020، مع تركيز خاص على أثر الانقطاعات الهيكلية في العلاقة بين النشاط السياحي والنمو الاقتصادي. استخدمت الدراسة بيانات سنوية وربع سنوية، وطبقت منهجية Ditzgen et al. للكشف عن الكسور الهيكلية، ثم قدرت الأثر باستخدام نماذج Fixed Effects و FGLS. وأكدت النتائج وجود تغيرات هيكلية فعلية في العلاقة بين السياحة والنمو، وأن إهمال هذه الانقطاعات قد يؤدي إلى تقديرات متحيزة واستنتاجات غير دقيقة. كما دعمت النتائج فرضية أن السياحة تسهم في النمو الاقتصادي حتى عند أخذ التحولات الهيكلية بالحسبان.

3- دراسة (Samsun, 2020) بعنوان:

The impact of tourism revenues on economic growth.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير إيرادات السياحة على الناتج المحلي الإجمالي. تستخدم الدراسة بيانات من 181 دولة للفترة من 1995 إلى 2018، وتقوم باختبار الفرضية القائلة بأن السياحة تعزز الناتج المحلي الإجمالي. تستخدم الدراسة نموذج الانحدار الخطي مع معدل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي كمتغير تابع وإيرادات السياحة كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي كمتغير مستقل رئيسي. تشمل المتغيرات التفسيرية الأخرى مستوى نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في بداية الفترة، والانفتاح، ورأس المال البشري، والإنفاق العام، والاستثمار. تكشف النتائج أنه بالنسبة للعينة بأكملها، لا يوجد تأثير كبير للسياحة على الناتج المحلي الإجمالي. ومع ذلك، عند تقسيم العينة إلى مجموعات بناءً على درجة التخصص السياحي، تجد الدراسة أن السياحة لها تأثير إيجابي

كبير على الناتج المحلي الإجمالي في البلدان التي تعتمد بشكل كبير على السياحة. تشير هذه النتيجة إلى أن استراتيجية النمو القائمة على السياحة يمكن أن تكون فعالة للبلدان التي لديها صناعة سياحية متطورة. بالإضافة إلى ذلك، تشير النتائج إلى أن الانفتاح والاستثمار لهما تأثير إيجابي على الناتج المحلي الإجمالي، بما يتماشى مع التوقعات النظرية.

4- دراسة (Adel., 2019) بعنوان:

The impact of the development of the tourism sector on economic growth in Algeria:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر تطوير القطاع السياحي على الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جانبها النظري لاستعراض ماهية السياحة، تطورها التاريخي، خصائصها الاقتصادية، دورها وأهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية من منظور عالمي ووطني. كما تم تحليل واقع تطور القطاع السياحي في الجزائر، مع إبراز أهم التحولات والتطورات التي عرفها القطاع خلال الفترة 1990-2016، إضافة إلى تحليل مضمون المخططات التنموية للقطاع السياحي وبالأخص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030. في جانبها التطبيقي، اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي القائم على القياس الاقتصادي باستخدام نموذج شعاع الانحدار الذاتي VAR لدراسة أثر بعض متغيرات القطاع السياحي المتمثلة في عدد السياح، الإيرادات السياحية، والاستثمارات السياحية على الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر. تم استخدام عدة أساليب إحصائية كاختبار ديكي فولر الموسع لدراسة استقرارية السلاسل الزمنية لمتغيرات النموذج المدروس، واختبار جوهانسن للكشف عن وجود علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات. خلصت الدراسة إلى ضعف نمو وتطور القطاع السياحي في الجزائر، مما فاقم من إشكالية التنويع الاقتصادي، وعدم وجود أي علاقة بين متغيرات القطاع السياحي والناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة 1990-2016.

❖ ميزة الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بتركيزها على السياق السوري الخاص، والذي يتسم بتغيرات هيكلية كبيرة نتيجة الأحداث. كما تعتمد الدراسة على منهجية قوية لتحليل البيانات،

مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات الهيكلية، مما يزيد من موثوقية النتائج. وتسعى الدراسة إلى تقديم إسهام علمي جديد في مجال الاقتصاد السياحي، من خلال تحليل أثر الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية، مع تقديم توصيات عملية لصانعي السياسات بهدف تعزيز دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في سورية.

2-1 مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في تحديد مدى تأثير التغيرات في الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية. وبالرغم من الإمكانيات الكبيرة التي يمتلكها قطاع السياحة في سورية، إلا أن هذا القطاع يواجه تحديات كبيرة، تتمثل في تراجع أعداد السياح والإيرادات السياحية، وضعف البنية التحتية السياحية، وعدم الاستقرار الأمني والسياسي. لذا، تسعى الدراسة إلى تحليل أثر التغيرات في الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية، مع التركيز على تحديد نقطة التغير الهيكلي، وقياس مدى تأثير الإيرادات السياحية قبل وبعد هذه النقطة. وبالتالي تتمثل صياغة مشكلة البحث كسؤال:

- ما هو أثر التغيرات في الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في

سورية خلال الفترة ما بين 2000-2020

3-1 أهمية وأهداف البحث:

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور قطاع السياحة في تحقيق الناتج المحلي الإجمالي في سورية، في ظل التحديات الراهنة التي تواجه البلاد. حيث تسعى الدراسة إلى تقديم فهم أعمق لأثر الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي، مع الأخذ بعين الاعتبار التغيرات الهيكلية التي طرأت على الاقتصاد السوري. وتأتي أهمية الدراسة أيضاً من كونها توفر معلومات قيمة لصانعي السياسات، تمكنهم من اتخاذ قرارات فعالة لتنمية وتطوير قطاع السياحة، وتعزيز دوره في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في سورية. تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد نقطة التغير الهيكلي في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة المدروسة.
- 2- قياس مدى تأثير الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد نقطة التغير الهيكلي.
- 3- تقديم توصيات عملية لصانعي السياسات لتعزيز دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في سورية.

1-4 متغيرات البحث:

- المتغير التابع: الناتج المحلي الإجمالي (GDP)، ويقاس من خلال الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي.
- المتغير المستقل: الإيرادات السياحية (TRE)، وتقاس بمجموع الإيرادات المتأتية من النشاط.

1-5 فرضيات البحث:

- تعتمد الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية:
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال الفترة ما بين 2000 و 2020.

1-6 منهجية البحث:

- تعتمد الدراسة على المنهج التحليلي، باستخدام نموذج الانحدار مع تغيرات هيكلية لتحليل أثر الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية. ويتم استخدام بيانات السلاسل الزمنية السنوية للإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال الفترة ما بين 2000 و 2020، والتي تم الحصول عليها من المكتب المركزي للإحصاء.
- يتم تحليل البيانات باستخدام برنامج EViews 12، وفق الخطوات التالية:
1. التحليل الوصفي للمتغيرات: يتم حساب المتوسط، والانحراف المعياري، وغيرها من المؤشرات الإحصائية الوصفية.
 2. اختبارات الاستقرار مع تغير هيكل: يتم استخدام اختبارات جذر الوحدة الهيكلية (Breakpoint Unit Root Test) لتحديد وجود تغيرات هيكلية في المتغيرات.

3. تحديد نقطة التغير الهيكلي: يتم تحديد تاريخ التغير الهيكلي بناءً على نتائج اختبارات الاستقرار.
4. تقدير نموذج الانحدار مع تغيرات هيكلية: يتم استخدام نموذج الانحدار مع تغيرات هيكلية (Least Square With Breaks) لتحليل أثر الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد نقطة التغير الهيكلي.
5. الاختبارات التشخيصية للبواقي: يتم إجراء اختبارات التوزيع الطبيعي، والارتباط الذاتي، وتجانس التباين للبواقي للتأكد من موثوقية النموذج.

2- النتائج والمناقشة:

2-1 المفهوم النظري للمتغيرات:

تتطلب الدراسة من فرضية رئيسة مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة للتغيرات الهيكلية في الإيرادات السياحية على الناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال المدة 2000-2020، إذ لا تُفهم هذه التغيرات الهيكلية بوصفها مجرد تبدلات رقمية في قيمة الإيرادات، بل بوصفها انعكاساً لتحولات أعمق في بنية النشاط السياحي ومحدداته، مثل التغير في عدد السياح، وتبدل مصادرهم الجغرافية، واختلاف أنماط الإنفاق ومدة الإقامة والنشاطات السياحية، فضلاً عن أثر التطور التكنولوجي في الحجز والتسويق والخدمات السياحية، وكذلك أثر الاستقرار السياسي والأمني في جذب الطلب السياحي أو انكماشه. وعليه فإن الإيرادات السياحية تمثل في هذه الدراسة المحصلة النقدية النهائية لهذه العوامل الهيكلية مجتمعة، بما يجعل تحليل نقاط الانقطاع والتحول في مسارها مدخلاً مناسباً للكشف عن كيفية انتقال أثر تلك المتغيرات إلى الناتج المحلي الإجمالي، ولا سيما في الاقتصاد السوري الذي تعرض خلال فترة الدراسة لصدمات وتحولات عميقة أعادت تشكيل مساهمة القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي الكلي.

يُعتبر الناتج المحلي الإجمالي أحد أهم المؤشرات التي تعكس أداء الاقتصاد الكلي للدولة، ويعكس زيادة في الإنتاج والاستهلاك والاستثمار، مما يؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة وزيادة الرفاهية الاقتصادية. تشمل الإيرادات السياحية جميع النفقات التي يقوم بها السياح

خلال زيارتهم لوجهة سياحية معينة، بما في ذلك تكاليف الإقامة، والمواصلات، والطعام، والترفيه، والتسوق، وغيرها. وتُعتبر الإيرادات السياحية مصدراً هاماً للعملة الأجنبية، وتساهم في خلق فرص العمل، ودعم الناتج المحلي الإجمالي.

تفترض النظرية الاقتصادية وجود علاقة إيجابية بين الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي. حيث تساهم الإيرادات السياحية في زيادة الطلب الكلي في الاقتصاد، مما يؤدي إلى تحفيز الإنتاج والاستثمار، وخلق فرص العمل، وزيادة الدخل القومي. بالإضافة إلى ذلك، تساهم الإيرادات السياحية في تحسين ميزان المدفوعات، وتوفير العملة الأجنبية اللازمة لتمويل الواردات ودعم الاستثمار. وتؤكد العديد من الدراسات والأبحاث الاقتصادية على وجود علاقة إيجابية بين السياحة والناتج المحلي الإجمالي. وتشير هذه الدراسات إلى أن السياحة يمكن أن تساهم في تحقيق الناتج المحلي الإجمالي من خلال عدة قنوات (Pan & Dossou, 2020) (ÇINAR, M., & ÜLKER, 2018) (Haller et al., 2021) بما في ذلك:

- تأثير المضاعف: حيث يؤدي الإنفاق السياحي إلى زيادة الدخل في القطاعات الأخرى المرتبطة بالسياحة، مثل قطاع النقل، والمطاعم، والخدمات.
- خلق فرص العمل: يساهم قطاع السياحة في توفير فرص عمل مباشرة وغير مباشرة في العديد من القطاعات الاقتصادية.
- جذب الاستثمارات: يمكن أن يؤدي النمو السياحي إلى جذب استثمارات جديدة في البنية التحتية السياحية والخدمات المرتبطة بها.
- تنمية المناطق الريفية: يمكن أن تساهم السياحة في تنمية المناطق الريفية وتوفير فرص عمل للسكان المحليين.

وعلى الرغم من الفوائد الاقتصادية للسياحة، إلا أن هناك بعض الآثار السلبية المحتملة، مثل الضغط على الموارد الطبيعية، والتلوث البيئي، والتغيرات الثقافية. لذا، من المهم أن تتبنى الدول سياسات سياحية مستدامة، تهدف إلى تحقيق التوازن بين الفوائد الاقتصادية للسياحة والحفاظ على البيئة والثقافة المحلية.

2-2 خطوات تقدير النموذج واختبار الفرضيات:

تتمثل المرحلة الأولى من خلال التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة والتي يعرضها الجدول التالي:

جدول (1): التحليل الوصفي للمتغيرات.

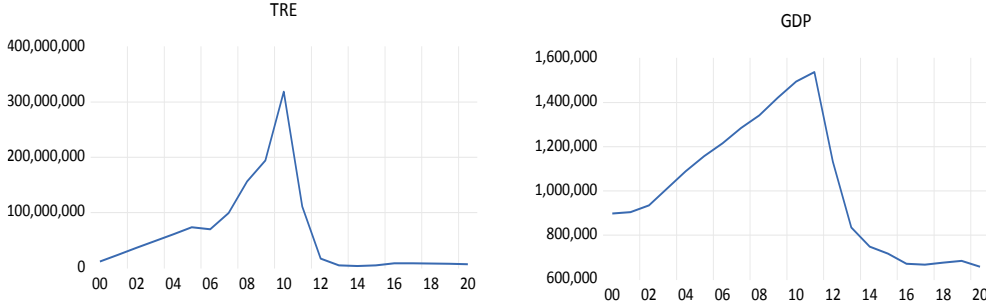
	الناتج المحلي الإجمالي (مليون)	الإيرادات السياحية (ألف)
Mean	1003640.	60663851
Maximum	1537191.	3.19E+08
Minimum	657430.0	3267000.
Std. Dev.	294947.9	79965379
Skewness	0.373976	1.913192
Kurtosis	1.838887	6.326523
Jarque-Bera	1.669162	22.49359
Probability	0.434056	0.000013
Observations	21	21

المصدر: اعداد الباحثين ومخرجات برنامج *EViews12* بالاعتماد على بيانات

المكتب المركزي للإحصاء.

يوضح التحليل الوصفي للمتغيرين، الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات السياحية في سورية خلال الفترة من 2000 إلى 2020، وجود تباين كبير في كلا المتغيرين. يشير متوسط الناتج المحلي الإجمالي البالغ حوالي 100 مليار ليرة سورية مع انحراف معياري يقارب 300 ألف وحدة إلى تقلبات في الناتج المحلي الإجمالي على مدار الفترة المدروسة. ويعزز هذا التفسير القيم القصوى والدنيا التي تظهر فرقاً كبيراً بين سنوات شهدت نمواً اقتصادياً مرتفعاً وأخرى شهدت تراجعاً. وبالمثل، يظهر تباين كبير في الإيرادات السياحية، حيث يتراوح متوسطها حول 60 مليون ليرة سورية مع انحراف معياري يقارب 80 مليون. يشير هذا التباين إلى تأثير القطاع السياحي بعوامل مختلفة، بما في ذلك الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية. من المرجح أن يكون التراجع الكبير في الإيرادات السياحية خلال بعض السنوات مرتبطاً بالأحداث التي مرت بها سورية، والتي أثرت سلباً على قطاع السياحة بشكل كبير. بالإضافة إلى ذلك، يشير الالتواء الموجب لكلا المتغيرين إلى وجود سنوات استثنائية شهدت نمواً اقتصادياً أو إيرادات سياحية أعلى من المتوسط، مما يؤكد على أهمية

تحليل التغيرات الهيكلية وتأثيرها على العلاقة بين المتغيرين. ونورد الاشكال البيانية التي توضح تطور المتغيرات وحركتها خلال الفترة المدروسة وفق الشكل التالي:



الشكل (1): تطور المتغيرات خلال فترة الدراسة 2000-2020

المصدر: اعداد الباحثين ومخرجات برنامج *EViews12* بالاعتماد على بيانات المكتب المركزي للإحصاء.

نلاحظ من الشكل بأن المتغيرين وبعد عام 2011 قد تم تغيير اتجاههم من طردي الى سلبي وهو ما يشير الى وجود تغيرات هيكلية.

2-2-1 اختبارات الاستقرار مع تغير الهيكل في المتغيرات:

يشير التغير الهيكل إلى تحول في المتغير على مستوى القاطع أو على مستوى الاتجاه. وهناك مجموعة متنوعة من الأسباب التي قد تؤدي إلى حدوث التغيرات الهيكلية في السلاسل الزمنية للاقتصاد، غالباً ما تكون مرتبطة بالتغيرات في السياسة الاقتصادية أو تغيرات في هيكل الاقتصاد وذلك نتيجة لأزمات اقتصادية. لاختبار التغيرات الهيكلية في متغيرات الدراسة نستخدم اختبارات جذر الوحدة الهيكلية *Breakpoint Unit Root Test* المطور من قبل (Perron and Pierre, 2006)، والذي يتميز عن اختبارات التغيرات الهيكلية الأخرى مثل *Quandt-Anderson* بأنه يأخذ الافتراضات التالية:

- يمكن أن يحدث التغير بشكل مفاجئ، أو تدريجي.

- يتكون من تحول المستوى Level Shift، أو تغير في الاتجاه Trend Break، أو الإثنتين معاً.

- تاريخ التغير معروف، أو غير معروف ويُقدر من البيانات.

- البيانات تسلك اتجاه عام أو عشوائي.

يتم بدايةً توصيف المتغيرات، بتحديد المتغيرات التالية من تاريخ التغير الهيكلية المحدد T_b (Perron and Pierre, 2006):

1- تغير هيكلية مع قاطع Intercept Break: $DU_t(T_b) = 1(t \geq T_b)$ والذي يأخذ القيمة 0 للفترة قبل التغير، و 1 بعد التغير.

2- تغير هيكلية مع اتجاه Trend Break: $DT_t(T_b) = 1(t \geq T_b)$. والذي يأخذ القيمة 0 للفترة قبل التغير، وهو اتجاه يستند إلى تاريخ $T_b + 1$ للتغير لكل التواريخ اللاحقة.

3- تغير هيكلية لمرة واحدة وهمي Break Dummy: $D_t(T_b) = 1(t = T_b)$ والذي يأخذ قيمة 1 فقط في تاريخ التغير و 0 خلاف ذلك.

وفقاً لذلك، يتم تقسيم النماذج وفق ديناميكية التغير الهيكلية، إما أن يحدث تدريجياً Innovational Break، مع اتباع التغيرات نفس المسار الديناميكي للأحداث Additive Break. أو يحدث بشكل مفاجئ Innovations. من خلال الشكل البياني لمتغيرات بحثنا يمكن توصيف النموذج المناسب، حيث أن التغير الهيكلية يحدث تدريجياً لأنه لم يغير اتجاهه مرتين خلال فترتين متلاحقتين Innovations ويتم اختيار النموذج مع اتجاه وقاطع حيث أن جميع المتغيرات كان لها اتجاه عام قبل التغير الهيكلية وتقلب حوله، وبالتالي انطلاقاً من أعمال (Perron, 1989) (Perron and Vogelsang, 1992)، يمكن توصيف نموذج الدراسة الخاص بنا في ضوء المرحلة الاستكشافية للبيانات، ونختبر نقاط التغير الهيكلية وفقاً للمعادلة التالية:

$$y_t = c + at + \theta DU_t(T_b) + \gamma DT_t(T_b) + \omega D_t(T_b) + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \varphi_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$$

حيث $\alpha, \theta, \gamma, \omega$ هي معاملات الاتجاه والتغيرات الهيكلية، DU_t, DT_t, D_t هي متغيرات وهمية تعبر عن التغيرات الهيكلية على مستوى الاتجاه والقاطع، c : القاطع، p : درجة التأخير لنموذج الانحدار الذاتي. يتم إجراء الاختبار وفقاً للفرضية العدم $\delta = 0$ (غير مستقرة بدون أو مع تغير هيكل)، والفرضية البديلة $\delta < 0$ (مستقرة بدون أو مع تغير هيكل)، نختبر الاستقرارية والتغير الهيكلي للنمو الاقتصادي ونحصل على النتائج التالية:

جدول (2): اختبار التغير الهيكلي لمتغير GDP.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation				
Dependent Variable: GDP				
Method: Least Squares				
Sample (adjusted): 2005 2020				
Included observations: 16 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
GDP(-1)	-0.313798	0.295986	-1.060178	0.3200
D(GDP(-1))	0.975419	0.200773	4.858308	0.0013
D(GDP(-2))	0.431339	0.286616	1.504938	0.1708
D(GDP(-3))	0.361361	0.227009	1.591839	0.1501
D(GDP(-4))	0.413230	0.226352	1.825604	0.1053
C	1264827.	268775.1	4.705894	0.0015
TREND	89235.11	30459.12	2.929668	0.0190
TRENDBREAK	-187148.5	52798.62	-3.544571	0.0076
R-squared	0.972891	Mean dependent var		1014819.
Adjusted R-squared	0.949170	S.D. dependent var		337132.2
S.E. of regression	76008.24	Akaike info criterion		25.62192
Sum squared resid	4.62E+10	Schwarz criterion		26.00822
Log likelihood	-196.9754	Hannan-Quinn criter.		25.64171
F-statistic	41.01440	Durbin-Watson stat		2.704510
Prob(F-statistic)	0.000012			

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

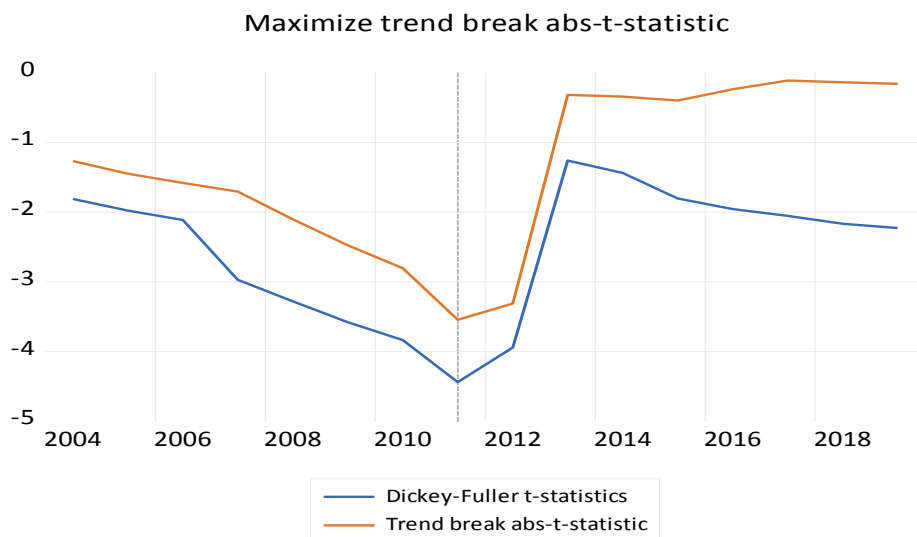
يبين الجدول نتائج تقدير النموذج لاختبار التغير الهيكلي، ونلاحظ من معلمات النموذج معنوية معلمة القاطع والاتجاه والتغير الهيكلي على مستوى الاتجاه (TrendBreak) وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج وجود تغيرات هيكلية في الناتج المحلي الإجمالي عند مستوى معنوية 5%. وبالتالي وفق نتائج النموذج يمكن تحديد نقطة التغير الهيكلي ومدى تأثيرها على استقرارية المتغير:

جدول (3): تحديد التغير الهيكلي لمتغير GDP.

Null Hypothesis: GDP has a unit root				
Trend Specification: Trend and intercept				
Break Specification: Trend only				
Break Type: Innovational outlier				
Break Date: 2011				
Break Selection: Minimize Dickey-Fuller t-statistic				
Lag Length: 4 (Automatic – based on Schwarz information criterion,				
maxlag=4)				
			t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic			-4.438716	0.0638
Test critical values:	1% level		-5.067425	
	5% level		-4.524826	
	10% level		-4.261048	

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من النتائج أن القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار الاستقرار أكبر من مستوى معنوية 5%، وبالتالي المتغير مستقر مع وجود تغير هيكلي على مستوى الاتجاه وأن تاريخ التغير الهيكلي هو 2011. حيث أدت الأحداث في سورية إلى تغير اتجاه المتغير كما وجدنا من خلال الشكل البياني. ويوضح الشكل التالي نقطة التغير الهيكلي وفق مايلي:



شكل (2): التغير الهيكلي لمتغير TRE

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من الشكل كيف أن التغير الهيكلي أدى إلى عودة الناتج المحلي الإجمالي إلى مستويات ما قبل عام 2004. ونختبر الاستقرار مع تغير هيكلي لمتغير الإيرادات السياحية ونجد:

جدول (4): تحديد التغير الهيكلي لمتغير TRE.

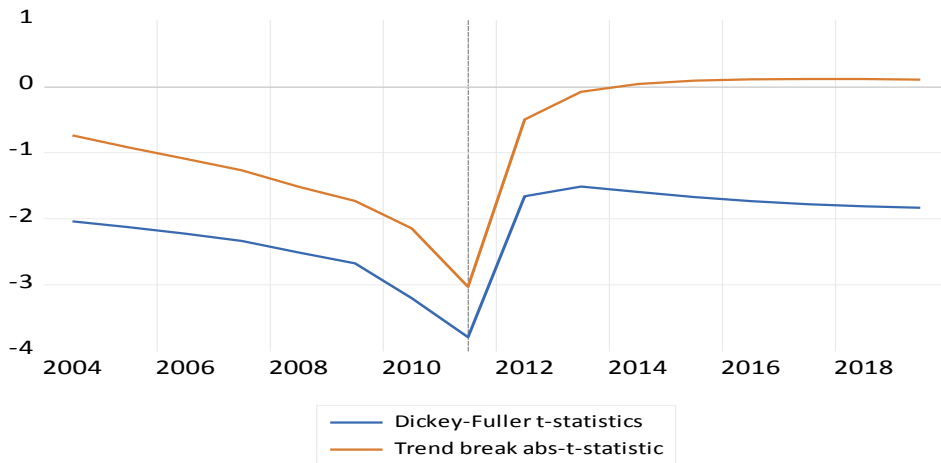
Null Hypothesis: TRE has a unit root				
Trend Specification: Trend and intercept				
Break Specification: Trend only				
Break Type: Innovational outlier				
Break Date: 2011				
Break Selection: Maximize trend break abs-t-statistic				
Lag Length: 4 (Automatic – based on Schwarz information criterion,				
			t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic			-3.790315	0.2480

Test critical values:	1% level	-5.047224
	5% level	-4.507350
	10% level	-4.244797

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من النتائج أن القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار الاستقرار أكبر من مستوى معنوية 5%، وبالتالي المتغير مستقر مع وجود تغير هيكلي على مستوى الاتجاه وأن تاريخ التغير الهيكلي هو 2011. حيث أدت الأحداث في سورية إلى تغير اتجاه المتغير كما وجدنا من خلال الشكل البياني. ويوضح الشكل التالي نقطة التغير الهيكلي وفق مايلي:

Maximize trend break abs-t-statistic



شكل (3): التغير الهيكلي لمتغير TRE.

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من الشكل كيف أن التغير الهيكلي أدى إلى عودة الإيرادات إلى مستويات ما قبل عام 2004.

2-2-2 تقدير نموذج الانحدار مع تغيرات هيكليّة:

وجدنا من خلال هذه النتائج أن كلا المتغيرين مستقرين في المستوى مع وجود تغير هيكلي عام 2011، لذلك من المناسب استخدام نموذج الانحدار مع وجود تغيرات هيكلية Least Square With Breaks.

يفترض نموذج الانحدار القياسي أن معالم النموذج لا تختلف عبر المشاهدات، وعلى الرغم من هذا الافتراض، يسبب التغير الهيكلي تغيير المعلمات عند تواريخ معينة، مما يفرض دوراً تجريبياً في تحليل السلاسل الزمنية. وفقاً لذلك تم تطوير منهجيات تسمح بتقدير هذه الحالة مثل (Perron, 2006) (Hansen, 2001). وفي حالتنا يتم العمل مع المنهجية التي حددنا من خلالها فترة التغير الهيكلي من خلال المنهجية المتبعة في الخطوات السابقة. يُعطى نموذج الانحدار الخطي لفترة T مع تغيرات هيكلية m من خلال النموذج التالي:

$$y_t = \beta X'_t + \delta_j Z'_t + \varepsilon_t$$

حيث $j = 1, \dots, m$ مع هذا النموذج ينقسم الانحدار داخل مجموعتين، المتغير X الذي لا تختلف معايير عبر المشاهدات، المتغير Z الذي تختلف معايير عبر المشاهدات. يتم تحديد تاريخ التغير الهيكلي على أنه بداية النظام التالي حيث: $T_0 = 1, T_{m+1} = T + 1$.

بعد تحديد تاريخ التغير الهيكلي، يمكن تقدير النموذج باستخدام تقنيات الانحدار القياسية وتصبح مواصفات المعادلة كما يلي:

$$y_t = \beta X'_t + \bar{\delta}_j \bar{Z}'_t + \varepsilon_t$$

حيث أن β شعاع المعلمة المحددة وأن $\bar{\delta} = \delta_0, \delta_1, \dots, \delta_m$ حيث $\bar{Z}'_t$ يمثل مجموعة المتغيرات الوهمية المقابلة لكل تغير هيكلي. بعد تحديد عام التغير الهيكلي 2011 من خلال الاختبارات السابقة، نقوم بتقدير نموذجنا ونحصل على النتائج التالية:

جدول (5): جدول تقدير الانحدار مع التغيرات الهيكلية.

Dependent Variable: GDP
Method: Least Squares with Breaks

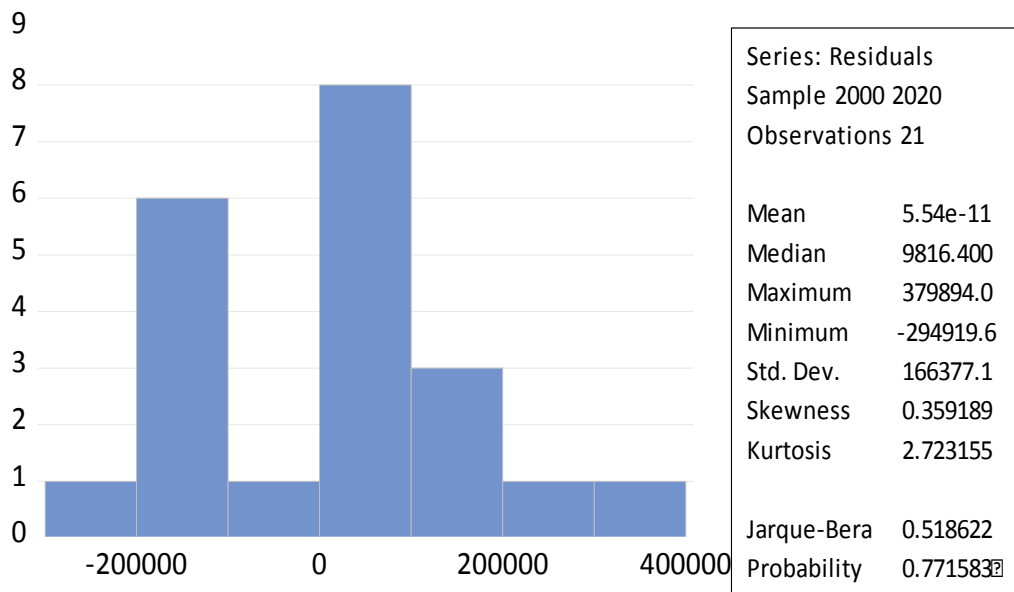
Sample: 2000 2020				
Included observations: 21				
Break type: Fixed number of user-specified breaks				
Break: 2011				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
2000 - 2010 -- 11 obs				
TRE	0.002084	0.000396	5.264341	0.0001
C	952002.0	52318.12	18.19641	0.0000
2011 - 2020 -- 10 obs				
TRE	0.007816	0.001156	6.759780	0.0000
C	691973.2	41680.75	16.60175	0.0000
R-squared	0.872440	Mean dependent var		1003640.
Adjusted R-squared	0.849930	S.D. dependent var		294947.9
S.E. of regression	114259.6	Akaike info criterion		26.29998
Sum squared resid	2.22E+11	Schwarz criterion		26.49893
Log likelihood	-272.1498	Hannan-Quinn criter.		26.34316
F-statistic	38.75695	Durbin-Watson stat		1.004556
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من نتائج التقدير، أنّ معلمة التقدير انقسمت إلى فترتين قبل التغير الهيكلي وبعده عام 2011، نلاحظ معنوية النموذج عند مستوى دلالة 5% ومعنوية المعلمات قبل وبعد عام 2011 وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد التغير الهيكلي، ولكن نلاحظ أنّ هذا الأثر صغير جداً بسبب ضعف مساهمة الإيرادات السياحية مقارنة بالقطاعات الأخرى قبل وخلال الأحداث، حيث أنه كل تغير بمقدار وحدة واحدة من الإيرادات السياحية قبل عام 2011 يؤدي إلى تغير بمقدار 0.00208 في الناتج المحلي الإجمالي وبمقدار 0.00781 بعد عام 2011، نلاحظ ارتفاع المساهمة بعد عام 2011 ويعود ذلك إلى

الانخفاضات الكبيرة في الناتج المحلي الإجمالي بسبب تعطل كافة القطاعات الحيوية وتنشيط المطاعم بشكل كبير بعد فترة الحرب كما رأينا من التحليلات السابقة. وللتأكد من موثوقية النموذج في الاستدلال نقوم بإجراء الاختبارات التشخيصية للبواقي ونستنتج:

جدول (6): جدول التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج.



المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من الجدول أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار التوزيع الطبيعي أكبر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستنتج أن بواقي النموذج تتبع التوزيع الطبيعي. نطبق اختبار الارتباط الذاتي للبواقي LM ونحصل على النتائج التالية:

جدول (7): نتائج الارتباط الذاتي للبواقي.

Breusch–Godfrey Serial Correlation LM Test:			
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags			
F-statistic	1.443432	Prob. F(2,17)	0.2636

Obs*R-squared	3.048452	Prob. Chi-Square(2)	0.2178
---------------	----------	---------------------	--------

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

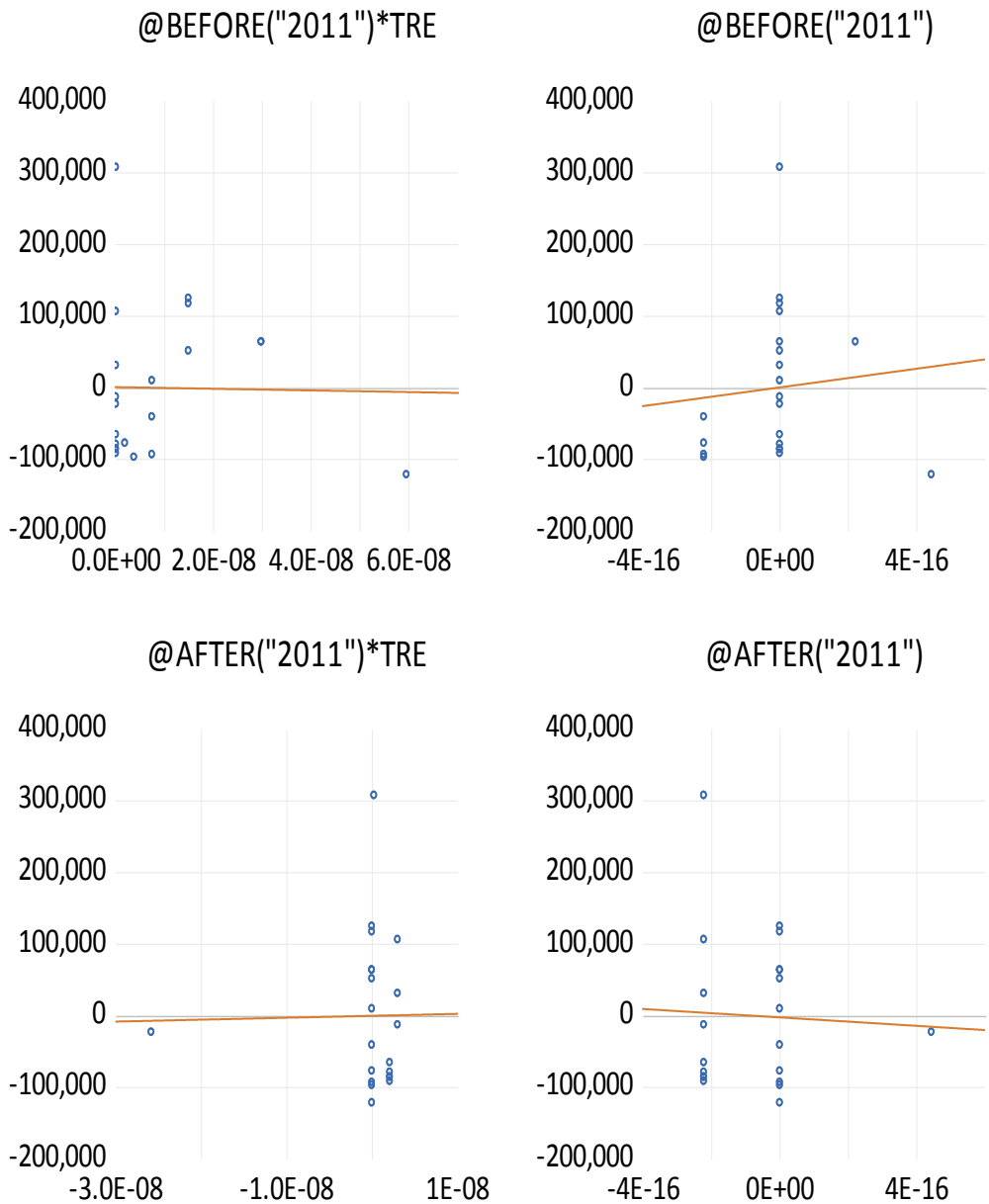
نلاحظ من الجدول أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستنتج عدم وجود مشكلة ارتباط ذاتي في سلسلة البواقي. نطبق اختبار تجانس التباين ونحصل على النتائج التالية:

جدول (8): نتائج اختبار تجانس التباين لبواقي النموذج.

Heteroskedasticity Test: ARCH			
F-statistic	0.062569	Prob. F(1,18)	0.8053
Obs*R-squared	0.069281	Prob. Chi-Square(1)	0.7924

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستنتج عدم وجود اختلاف في قيم التباين للبواقي، نختبر أثر الرافعة leverage لبيان مدى تأثير التغيرات قبل وبعد التغير الهيكلي على درجة معلمة التأثير بين الفترتين ونجد مايلي:

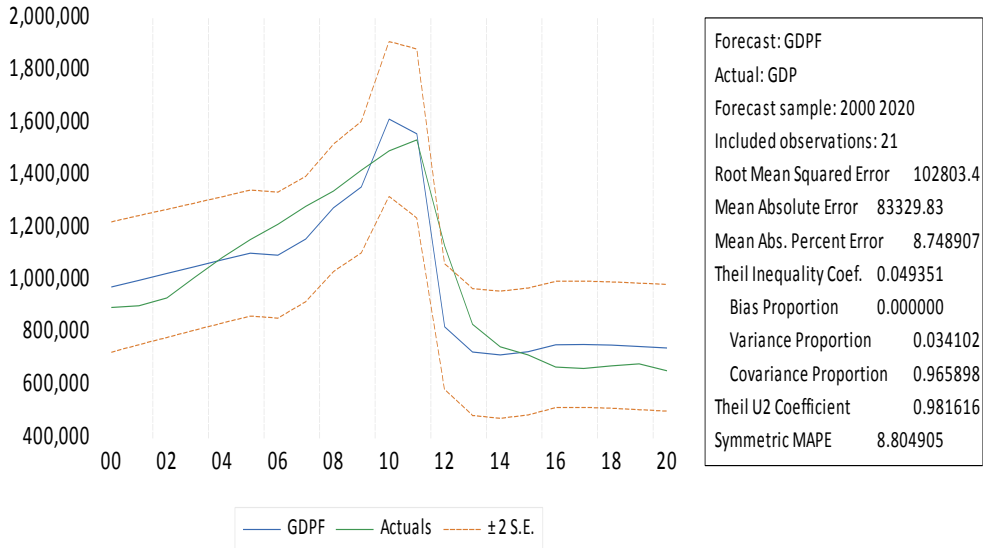


شكل (4): نتائج تأثيرات التغير الهيكلي في القطاع السياحي.

المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من الشكل تأثير الرافعة والذي يوضح من خلال اللوحة اليسرى أنّ زخم التأثير بالنسبة لمتغير الإيرادات السياحية قد ارتفع ولو بشكل بسيط بعد عام 2011 وذلك بالتزامن مع الانخفاض في متغير الناتج المحلي الإجمالي بعد عام 2011. يبين الشكل التالي مقدار انحراف القيم المقدرة باستخدام النموذج عن الفعلية:

جدول (9): نتائج انحراف القيم المقدرة عن الفعلية.



المصدر: إعداد الباحثين باستخدام برنامج EViews.

نلاحظ من الجدول التالي أن أخذ التغير الهيكلي بالاعتبار ساهم بتحسين التنبؤ من خلال انحراف القيم المقدرة باستخدام النموذج مع القيم الفعلية، ويؤكد ذلك قيمة معامل Theil=0.04 القريبة من 0، كما أن نسبة الخطأ في البيانات بلغ 8.7%.

مع عدم وجود مشاكل تشخيصية في النموذج يمكن الاستدلال باستخدامه على مقدار تغير تأثير الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي مع وجود تغيرات هيكلية حيث يكتب النموذج بالشكل التالي:

$$GDP_t = (0.002 + 0.007)TRE_t + \varepsilon_t$$

3-الاستنتاجات والتوصيات:

3-1 الاستنتاجات:

1. تؤكد الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية خلال الفترة ما بين 2000 و 2020. إلا أن هذا التأثير يعتبر صغيراً نسبياً، ويعزى ذلك إلى ضعف مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد السوري مقارنة بقطاعات أخرى، وخاصة قبل الأحداث.
2. تثبت الدراسة وجود تغير هيكلي في الاقتصاد السوري عام 2011 نتيجة الأحداث. هذا التغير الهيكلي أثر بشكل كبير على قطاع السياحة والناتج المحلي الإجمالي، حيث شهد كلاهما تراجعاً ملحوظاً بعد عام 2011.
3. على الرغم من أن الإيرادات السياحية كان لها تأثير إيجابي على الناتج المحلي الإجمالي قبل وبعد التغير الهيكلي، إلا أن هذا التأثير ازداد بعد عام 2011. يعزى ذلك إلى الانخفاضات الكبيرة في الناتج المحلي الإجمالي بسبب تعطل العديد من القطاعات الحيوية، في حين شهد قطاع المطاعم والخدمات السياحية نشاطاً نسبياً بعد فترة الأحداث.
4. توضح الدراسة أن قطاع السياحة في سورية، على الرغم من إمكاناته الكبيرة، لم يكن مساهماً رئيسياً في الناتج المحلي الإجمالي قبل عام 2011. كما أن الأحداث أدت إلى تراجع كبير في هذا القطاع، مما يحد من دوره في عملية التعافي الاقتصادي.

تقدم هذه الاستنتاجات فهماً أعمق لتأثير الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في سورية، وتسلط الضوء على التحديات التي تواجه هذا القطاع في ظل الظروف الراهنة. كما توفر هذه المعلومات أساساً قوياً لصانعي السياسات لوضع استراتيجيات فعالة لتنمية وتطوير قطاع السياحة وتعزيز دوره في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في سورية.

2-3 التوصيات:

- ✓ يجب العمل على ربط قطاع السياحة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، مثل الزراعة، والصناعة، والحرف اليدوية، لتعزيز الفوائد الاقتصادية للسياحة.
- ✓ يجب تشجيع السياحة الريفية وتوفير الدعم للمجتمعات المحلية للمشاركة في النشاط السياحي، مما يساهم في خلق فرص عمل وتحقيق التنمية المستدامة في المناطق الريفية.
- ✓ يجب على الحكومة تبني سياسات سياحية مستدامة تهدف إلى تحقيق التوازن بين الفوائد الاقتصادية للسياحة والحفاظ على البيئة والثقافة المحلية.

المراجع:

- Adel, Mstoi, The impact of the development of the tourism sector on economic growth in Algeria." Master's thesis, Algeria University. (2019).
- ÇINAR M, ÜLKER B. The long-run relationship between economic growth and tourism revenue: The case of Turkey and TRNC. Gaziantep University Journal of Social Sciences. 2018 Apr 1;17(2).
- Haller AP, Ionela Butnaru G, Tacu Hârşan GD, Ştefănică M. The relationship between tourism and economic growth in the EU-28.

- Is there a tendency towards convergence?. Economic Research-Ekonomska Istraživanja. 2021 Dec 31;34(1):1121-45.
- Hansen, Bruce E. "The New Econometrics of Structural Change: Dating Breaks in U.S. Labor Productivity," *Journal of Economic Perspectives*, (2001). 15, 117–128.
- Pan XM, Dossou TA. The relationship between tourism and sustainable economic growth in the Republic of Benin. *Current Issues in Tourism*. 2020 Apr 2;23(7):785-94.
- Perron, Pierre and Timothy, Vogelsang. Testing for a Unit Root in a Time Series with a Changing Mean: Corrections and Extensions, *Journal of Business & Economic Statistics*, (1992b). 10, 467–470.
- Perron, Pierre. Dealing with Structural Breaks, in *Palgrave Handbook of Econometrics*, Vol. 1: Econometric Theory, K. Patterson and T. C. Mills (eds.), Palgrave Macmillan, (2006) 278-352.
- Perron, Pierre. The Great Crash, the Oil Price Shock, and the Unit Root Hypothesis, *Econometrica*, (1989). 57, 1361-1401.
- Raifu IA, Afolabi JA. Revisiting the Tourism-Led-Growth Hypothesis: Fresh Evidence From the World's Top Ten Tourist Destinations. *Asian Econ Lett*. (2024);5(1):91077.
- Samprakos S. Tourism and Economic Growth: An Empirical Analysis of Greece. *Eur Res Stud J*. (2024);27(3):82-96.
- Samsun, Kaan. "The impact of tourism revenues on economic growth." Master's thesis, MEF University, (2020)

ملحق (1): البيانات المطبقة في البحث

السنة	الإيرادات السياحية	الناتج المحلي الاجمالي
2000	11514621	898552
2001	23925897	904622
2002	36337173	934409
2003	48748448	1012726
2004	61159724	1089027
2005	73571000	1156714
2006	69980000	1215082
2007	99476000	1284035
2008	156394000	1341516
2009	194421000	1420827
2010	318700000	1494595
2011	111116000	1537191
2012	17010000	1132310
2013	4640000	834511
2014	3267000	748470.5
2015	4890000	717186
2016	8289000	671246
2017	8429000	666391
2018	8055000	675675
2019	7385000	683923
2020	6632000	657430

المصدر: المكتب المركزي للإحصاء في سورية

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية - دراسة ميدانية -

الدكتورة: فداء علي الشيخ حسن *

□ الملخص □

هدف هذا البحث إلى دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة، وذلك نظراً لأهمية الدور الذي تلعبه إدارة المخزون في تلبية طلبات العملاء. تمّ الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أنه في الإطار العملي تم تصميم استبانة مؤلفة من (25) عبارة شملت متغيرات الدراسة (إدارة المخزون - تعزيز الميزة التنافسية)، حيث قامت الباحثة بتوزيع (67) استبانة على عينة قصدية من العاملين في الصيديات الخاصة في مدينة اللاذقية، وقد قامت الباحثة بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS 20).

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة معنوية بين إدارة المخزون بمجمل أبعادها الأربعة (التخطيط، التنظيم، الرقابة، المتابعة والتقييم) والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، وكذلك وجود أثر معنوي إيجابي قوي لإدارة المخزون على الميزة التنافسية، حيث فسّرت هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (81.3%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، وكان البعد الأقل تأثيراً بعد الرقابة على المخزون في الصيديات محل الدراسة.

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

Fedaahassan1984@gmail.com

الكلمات المفتاحية: المخزون - إدارة المخزون - تعزيز الميزة التنافسية.

**A Study of the Role of Inventory Management in Enhancing the
Competitive Advantage of Private Pharmacies in Latakia
- A Field Study -**

Dr. Fedaa Ali Alshiekh Hassan *

Abstract

This research aimed to study the role of inventory management in enhancing the competitive advantage of private pharmacies, given the crucial role inventory management plays in meeting customer demands.

The descriptive-analytical approach was adopted. As part of the research, a questionnaire consisting of 25 statements covering the study variables (inventory management and enhancing competitive advantage) was designed. The researcher distributed 67 questionnaires to a purposive sample of employees in private pharmacies in Latakia. The data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 20).

The study reached several conclusions, the most important of which are: the existence of a significant relationship between inventory management in all its four dimensions (planning, organizing, controlling, monitoring and evaluation) and the competitive advantage of the private pharmacies under study, as well as the existence of a strong positive significant effect of inventory

* Assistant professor Administration Department, Faculty of Economics, Latakia University, Latakia, Syria. Email: Fedaa Hassan1984@gmail.com

management on competitive advantage, as these dimensions together explained (81.3%) of the changes in competitive advantage, and the least influential dimension was the inventory control dimension in the pharmacies under study.

Keywords: Inventory - Inventory Management - Enhancing Competitive Advantage.

مقدمة:

تُعدُّ إدارة المخزون واحدةً من الركائز الأساسية في نجاح المنظمات المعاصرة، حيث تتحوّل تدريجياً من مجرد نشاط لوجستي ثانوي إلى استراتيجية محورية تسهم بشكلٍ مباشرٍ في تشكيل الميزة التنافسية. وفي القطاع الصحي بشكلٍ خاص، تكتسب إدارة المخزون أهميةً استثنائية، نظراً لارتباطها الوثيق بجودة الخدمة المقدمة، وضمان سلامة المرضى، واستمرارية الرعاية الصحية دون انقطاع.

وتعتمد إدارة المخزون في جوهرها على توظيف النماذج التحليلية والأدوات الرياضية والإحصائية في تنظيم مستويات المخزون واتخاذ قرارات الشراء والتخزين، بما يسهم في تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد وتقليل الهدر.

فالصيدليات الخاصة، باعتبارها حلقةً حيويةً في السلسلة الدوائية، تواجه تحدياً فريداً يتمثل في ضرورة تحقيق توازن دقيق بين ضمان التوافر الفوري والدائم للأدوية والمستلزمات الطبية، والحد من الهدر والتلف والتقادم الذي يزيد الأعباء المالية، مع الحفاظ على مستويات عالية من الجودة والسلامة، وأي إخفاق في إدارة هذا التوازن قد ينعكس سلباً على سمعة الصيدلية، ورضا العملاء، وقدرتها على المنافسة في سوق يتسم بكثرة المنافسين وتشابه الخدمات المقدمة.

وتعتمد إدارة المخزون على مجموعة من الممارسات التحليلية التي تتجسد في تخطيط المخزون، وتنظيمه، والرقابة عليه، ومتابعته حيث تسهم هذه المتغيرات في ترشيد القرارات المتعلقة بالكميات المطلوبة وتوقيت الشراء ومستويات الأمان، بما يحد من الهدر ونفاذ الأدوية. وانطلاقاً من هذه الأهمية الاستراتيجية، يأتي هذا البحث ليسلط الضوء على دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في مدينة اللاذقية.

مشكلة البحث:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة من الصيديات الخاصة في مدينة اللاذقية، حيث تم توجيه مجموعة من الأسئلة إلى عينة استطلاعية بلغ حجمها (15) فرداً من الصيادلة العاملين في الصيديات (الأسئلة في ملحق 1). ومن خلال تحليل إجابات المبحوثين على الأسئلة السابقة، تظهر مؤشرات المشكلة فيما يلي:

- هناك تأثير سلبي واضح لمشاكل المخزون على سمعة الصيديات وموقفها التنافسي في السوق المحلي.
 - جودة الخدمة المقدمة للعملاء تتأثر سلباً بسبب عدم توفر الأدوية المطلوبة في الوقت المناسب.
 - يؤدي الهدر في المخزون (من تلف وانتهاء صلاحية) إلى زيادة التكاليف التشغيلية.
 - يضطر العملاء للبحث عن بدائل في صيديات أخرى عند تكرار مشاكل النقص.
 - يحد ضعف التخطيط والمتابعة للمخزون من قدرة الصيديات على الاستجابة للطلب المتغير.
 - هناك ضعف في استخدام الأساليب الحديثة في إدارة المخزون.
 - تؤثر هذه المشكلات مجتمعة سلباً على ربحية الصيديات واستدامتها.
- وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية، وبالاستناد إلى ما ورد في الأدبيات والدراسات السابقة التي أشارت إلى أهمية إدارة المخزون كأحد العوامل الاستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية،

تم تحديد مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الرئيس الآتي:

ما هو دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
ومنه تتفرع الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما هو دور تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 2- ما هو دور تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 3- ما هو دور رقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 4- ما هو دور متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟

أهمية البحث وأهدافه:

الأهمية النظرية: يوجّه هذا البحث الانتباه إلى دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصحية، حيث تُعد إدارة المخزون من الوظائف الاستراتيجية التي ترتبط بشكل مباشر بكفاءة الأداء وجودة الخدمات الصحية المقدمة. ويسهم هذا البحث في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بإدارة المخزون من خلال تحليل أبعادها المختلفة (تخطيط المخزون، تنظيم المخزون، رقابة المخزون، متابعة وتقييم المخزون)، وانعكاسها على الميزة التنافسية، ولا سيما في القطاع الصحي، بما يدعم تطوير الإطار النظري لهذا المجال ويوفر أساساً علمياً يمكن الاعتماد عليه في الدراسات المستقبلية ذات الصلة.

الأهمية العملية: تكمن الأهمية العملية لهذا البحث في دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية، كما يهدف البحث إلى تقديم نتائج وتوصيات عملية يمكن أن تساعد إدارة هذه الصيديات في تحسين سياسات وإجراءات إدارة المخزون، بما ينعكس إيجاباً على خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة، وتعزيز القدرة التنافسية للصيديات محل الدراسة، ولك نظراً للأهمية الكبيرة لهذا القطاع في المجتمع.

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيس للبحث فيما يأتي:

تحديد دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

وبتفرع عن هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- تحديد دور تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 2- تحديد دور تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 3- تحديد دور رقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟
- 5- تحديد دور متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية؟

فرضيات البحث:

تتمثل الفرضية الرئيسة للبحث بالآتي:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

وبتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.
- 4- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

متغيرات البحث:

في ضوء الفرضيات السابقة يمكن تحديد متغيرات البحث كما يلي:

المتغير المستقل: إدارة المخزون.

المتغير التابع: تعزيز الميزة التنافسية.

منهجية البحث:

تمّ انجاز هذا البحث بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث تمّ جمع المادة العلمية المتعلقة بالبحث من مصادرها الثانوية الآتية: الكتب والمراجع العلمية العربية والأجنبية، الدوريات العلمية العربية والأجنبية، مطبوعات ومنشورات الوزارات والإدارات والجهات المختلفة التي لها علاقة بموضوع البحث، وذلك لدراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية في الصيدليات الخاصة محل الدراسة، أما البيانات الأولية فقد تمّ جمعها عن طريق قيام الباحثة بتصميم استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث، ومن ثمّ تمّ استخدام الأساليب والبرامج الإحصائية المناسبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي (spss 20) في تحليل البيانات والمعطيات واختبار فرضيات البحث.

مجتمع وعينة البحث:

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الصيدليات الخاصة في مدينة اللاذقية، أما عينة البحث فقد تمّ اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، شملت العاملين الذين لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بعمليات إدارة المخزون الدوائي والتخطيط والمتابعة والتقييم في الصيدليات الخاصة، وقد بلغ حجم العينة (76) عاملاً من مختلف الفئات الوظيفية، وذلك بما يخدم أهداف البحث ويحقق تمثيلاً مناسباً لمجتمع الدراسة.

حدود البحث:

- الحدود المكانية: الصيدليات الخاصة في اللاذقية.
- الحدود الزمانية: اقتصر البحث على الفترة الممتدة من شهري تشرين الثاني وكانون الثاني من عام 2025-2026.
- الحدود الموضوعية: تتمثل بدراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيدليات الخاصة في اللاذقية.
- الدراسات السابقة:

1- دراسة (السديري والقحطاني، 2020) بعنوان: تأثير أنظمة الرقابة والمتابعة على جودة إدارة المخزون الدوائي وعلاقتها بالسمعة التنافسية للصيديات: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر أنظمة الرقابة والمتابعة على جودة إدارة المخزون الدوائي، بالإضافة إلى قياس العلاقة بين جودة إدارة المخزون الدوائي والسمعة التنافسية للصيديات في المملكة العربية السعودية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة من مديري الصيديات والعاملين فيها باستخدام استبانة بحثية تم تصميمها لقياس المتغيرات الرئيسية الثلاثة: أنظمة الرقابة والمتابعة، جودة إدارة المخزون الدوائي، والسمعة التنافسية.

ركزت الدراسة على تحديد مستوى تطبيق أنظمة الرقابة والمتابعة وفعالية هذه الأنظمة في تحسين كفاءة إدارة المخزون، بالتوازي مع استقصاء مدى انعكاس جودة إدارة المخزون على السمعة التنافسية للصيديات. وقد أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين تطبيق أنظمة الرقابة والمتابعة وجودة إدارة المخزون الدوائي، مما يدل على أن الصيديات التي تطبق أنظمة رقابية فعالة تحقق إدارة مخزون أدق وأكثر كفاءة، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة إيجابية كذلك بين جودة إدارة المخزون الدوائي والسمعة التنافسية للصيديات، وهو ما يشير إلى أن الصيديات ذات الممارسات الفعالة في إدارة المخزون تحظى بسمعة أقوى في السوق مقارنة بنظيراتها.

2- دراسة (الحمود وأبو رمان، 2021) بعنوان: دور التخطيط الاستراتيجي للمخزون الدوائي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الصيديات الخاصة في الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام التخطيط الاستراتيجي للمخزون الدوائي في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة الأردنية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث تم جمع البيانات من خلال استبانة وُرعت على عينة من مديري الصيديات والعاملين فيها.

ركزت الدراسة على قياس أبعاد التخطيط الاستراتيجي للمخزون الدوائي، والمتمثلة في: التنبؤ بالطلب، التخطيط للكميات، إدارة المخزون الاحتياطي، وتنسيق عمليات التوريد، وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للتخطيط الاستراتيجي للمخزون الدوائي في تحقيق

الميزة التنافسية للصيديات الخاصة، حيث يسهم التخطيط الفعال في تقليل حالات نفاد الأدوية أو تكديسها، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للمرضى.

كما بينت النتائج أن الصيديات التي تعتمد أساليب علمية في التخطيط الاستراتيجي للمخزون تتمتع بقدرة أكبر على المنافسة في السوق من خلال تحسين كفاءتها التشغيلية وتعزيز ثقة الزبائن بها.

3- دراسة (السيد و عبد الله، 2022) بعنوان: أثر تطبيق أنظمة إدارة المخزون الإلكترونية على الكفاءة التشغيلية والميزة التنافسية للصيديات الخاصة: دراسة حالة على صيديات مدينة القاهرة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير استخدام أنظمة إدارة المخزون الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيقها على عينة من الصيديات الخاصة في مدينة القاهرة من خلال استبانة لقياس متغيرات الدراسة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لتطبيق أنظمة إدارة المخزون الإلكترونية على الكفاءة التشغيلية، من خلال تحسين دقة البيانات، وتقليل الهدر، وتسريع العمليات التشغيلية. كما أظهرت النتائج أن هذه الأنظمة تساهم في تحقيق ميزة تنافسية للصيديات عبر تحسين جودة الخدمة، وسرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء، وخفض التكاليف التشغيلية.

4- دراسة (Yankah & et. al, 2022) بعنوان:

Inventory Management and the Performance of Listed Manufacturing Firms in Ghana.

إدارة المخزون والميزة التنافسية لشركات التصنيع المدرجة في غانا.

تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما هو دور إدارة المخزون في تحقيق الميزة التنافسية لشركات التصنيع المدرجة في غانا؟ وهدفت إلى التحقق تجريبياً في كيفية إدارة المخزون، وكيف يؤثر على كفاءة مؤسسات التصنيع في غانا، كما هدفت إلى فهم إلى أي مستوى تؤثر مراقبة المخزون على الربحية والميزة التنافسية وكذلك تلبية احتياجات العملاء، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من جميع شركات التصنيع في

كوماسي متروبوليس في غانا، وقد بلغ حجم العينة 54 مفردة، واستخدم الباحث مقياس ليكرت ذو السبع نقاط في تطوير الاستبيان، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: لمراقبة المخزون تأثير كبير على نجاح المؤسسات الصناعية في كوماسي متروبوليس، مراقبة المخزون في الشركات محل الدراسة له تأثير كبير على رضا العملاء وعلى تحقيق ربحية أعلى للأسهم، كما أظهرت الدراسة أن إدارة ومراقبة المخزون هو عامل نجاح مهم في تحسين الميزة التنافسية لشركات التصنيع في غانا.

5- دراسة (Punkari, 2020):

Role of inventory Management in Value creation

دور إدارة المخزون في خلق القيمة

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل وتحويل الدور التقليدي لإدارة المخزون من مجرد وظيفة لوجستية ورقابية تهدف إلى خفض التكاليف، إلى عنصر استراتيجي محوري في خلق القيمة المضافة للمؤسسة.

اعتمدت الدراسة في منهجيتها على التحليل النظري والاستقرائي من خلال مراجعة الأدبيات السابقة والأطر المفاهيمية في مجالات إدارة سلسلة التوريد وخلق القيمة.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج رئيسية منها أن إدارة المخزون الفعالة تساهم بشكل مباشر في تعزيز القيمة الكلية عبر ضمان تدفق منتظم للمواد والمعلومات، وتحقيق التوازن بين مخاطر النفاد وتكاليف الاحتفاظ، وضمان التسليم في الوقت المناسب للعملاء، كما أكدت الدراسة على ضرورة تطوير مؤشرات أداء شاملة جديدة تتجاوز المقاييس المالية التقليدية، لقياس مساهمة إدارة المخزون في رضا العملاء وخفض التكاليف الإجمالية وبناء الميزة التنافسية المستدامة.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تشابه الدراسات السابقة في تأكيدها على الدور الاستراتيجي لإدارة المخزون في تحسين الأداء وتعزيز الميزة التنافسية أو خلق القيمة، كما اتفقت أغلبها على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات إدارة المخزون المختلفة والكفاءة التشغيلية ورضا العملاء والسمعة التنافسية، واعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات.

في المقابل، اختلفت الدراسات من حيث المتغيرات محل الدراسة، إذ ركزت بعضها على أنظمة الرقابة والمتابعة، وأخرى على التخطيط الاستراتيجي للمخزون أو الأنظمة الإلكترونية، كما تباينت بيانات التطبيق بين القطاع الصحي والقطاع الصناعي، إضافة إلى اختلاف المنهج المستخدم في دراسة (Punkari (2020 التي اتخذت طابعاً نظرياً، ومن هنا تتبع أهمية الدراسة الحالية التي تسعى إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم إطار أكثر شمولاً يربط بين أبعاد إدارة المخزون الشاملة (التخطيط، التنظيم، الرقابة، المتابعة والتقييم) وعلاقتها بالميزة التنافسية في الصيدليات الخاصة في اللاذقية، وركزت على الأبعاد الأربعة الرئيسية باعتبارها المحددات الأساسية لفاعلية نظام إدارة المخزون في القطاع الصيدلاني المحلي.

القسم النظري للبحث:

تعريف المخزون:

يُعرّف المخزون بأنه: مجموعة المواد أو السلع أو المستلزمات التي تحتفظ بها المؤسسة لفترة زمنية معينة بغرض استخدامها في العملية الإنتاجية أو التشغيلية أو بغرض بيعها، وذلك بهدف ضمان استمرارية العمل وتلبية الطلب في الوقت المناسب. (النجار، 2016).

كما يعرف المخزون بأنه مجموعة المواد والبضائع التي تمتلكها المؤسسة في وقت معين، وتشمل المواد الخام، والمنتجات نصف المصنعة، والسلع الجاهزة، والمواد الأخرى المنتظر استخدامها أو بيعها في العمليات التشغيلية أو التجارية. ويُنظر إلى المخزون كأصل من الأصول المتداولة في ميزانية المنشأة، لما له من قيمة اقتصادية وتأثير مباشر على كفاءة العمليات ورضا العملاء (Singh, 2022).

في السياق الإداري والعملي، يُعدّ المخزون جزءاً أساسياً من سلسلة التوريد، حيث يعمل كوسيط بين مراحل الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لضمان توافر المنتجات المطلوبة في المكان والزمان المناسبين بأقل تكلفة ممكنة، مما يسهم في تحسين الأداء التشغيلي وتحقيق الميزة التنافسية . (Chopra & Meindl, 2022).

كما تُعرّف إدارة المخزون بأنها: مجموعة الأنشطة والإجراءات التي تهدف إلى التخطيط والتنظيم والرقابة على كميات المواد والسلع المخزنة، بما يضمن توافرها في الوقت المناسب وبالكميات المناسبة، وبأقل تكلفة ممكنة، مع تجنب النقص أو الفائض في المخزون، (النجار، 2016).

أبعاد قياس إدارة المخزون:

تُقاس إدارة المخزون من خلال مجموعة من الأبعاد الإدارية المتكاملة التي تهدف إلى ضمان الاستخدام الأمثل للمواد، ومن أهم هذه الأبعاد (العجمي، 2021):

أولاً: بعد التخطيط لإدارة المخزون:

يُقصد بالتخطيط للمخزون تحديد الاحتياجات المستقبلية من المواد والكميات المناسبة وتوقيت توفيرها، بما يضمن توافر المخزون عند الحاجة وبأقل تكلفة ممكنة. ويشمل ذلك التنبؤ بالطلب، وتحديد مستويات المخزون المثلى، ووضع الخطط اللازمة لمواجهة التغيرات في الطلب.

ثانياً: بُعد التنظيم في إدارة المخزون:

يشير تنظيم المخزون إلى ترتيب وتنسيق عمليات التخزين داخل المستودعات أو أماكن الحفظ، من حيث تصنيف المواد، وترتيبها، وتحديد مواقع التخزين المناسبة لكل صنف، بما يسهم في سهولة الوصول إلى المواد وتقليل الفاقد والتلف.

ثالثاً: بعد الرقابة في إدارة المخزون:

تعني الرقابة على المخزون متابعة حركة المواد الداخلة والخارجة، ومقارنة الكميات الفعلية بالكميات المخططة، والكشف عن الانحرافات ومعالجتها في الوقت المناسب. وتهدف الرقابة إلى الحد من الهدر، ومنع نفاذ المخزون أو تكدسه، وضمان الاستخدام الأمثل للموارد.

رابعاً: بعد المتابعة والتقييم في إدارة المخزون:

يقصد بمتابعة وتقييم المخزون قياس أداء نظام إدارة المخزون بصورة دورية من خلال مؤشرات مثل معدل دوران المخزون، ونسب التلف، ومستوى توافر المواد، وذلك بهدف تحسين القرارات الإدارية وتطوير سياسات التخزين.

مفهوم الميزة التنافسية:

الميزة التنافسية هي قدرة المؤسسة على تقديم قيمة متفوقة للعملاء مقارنة بالمنافسين، من خلال استخدام الموارد والقدرات بشكل يمكّنها من تحقيق أداء أفضل واستمرارية في السوق (الخضر، 2021، ص 129).

كما تُعدّ الكفاءة التشغيلية وتحسين إدارة الموارد، ومنها إدارة المخزون، من العوامل الرئيسة الداعمة لتحقيق الميزة التنافسية، لما لها من دور في خفض التكاليف، وتحسين جودة الخدمات، ورفع

مستوى رضا العملاء، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على قدرة المنظمة التنافسية في الأسواق المختلفة . (Hitt et al., 2020)

أهمية الميزة التنافسية:

تُعدّ الميزة التنافسية من أهم العوامل التي تسهم في بقاء واستدامة المؤسسات في بيئات الأعمال التنافسية، حيث تمكن المؤسسة من التفوق على المنافسين عبر تقديم قيمة أفضل للعملاء، سواء من خلال جودة أعلى أو تكلفة أقل أو خدمات مميزة غير قابلة للتقليد، كما يُعدّ تحقيق الميزة التنافسية أحد الأهداف الاستراتيجية التي تسعى المؤسسات لتحقيقها لضمان استمرارها في الأسواق، وزيادة حصتها السوقية، وتحسين أدائها المؤسسي، وتشير الدراسات إلى أن تحليل الموارد الداخلية للمؤسسة والاستفادة منها، مثل الكفاءات البشرية، جودة المدخلات، والابتكار، يعتبر من المصادر الأساسية لتحقيق الميزة التنافسية، لما لها من تأثير مباشر في تحسين جودة المنتجات، وخفض التكاليف، مما يرفع من القيمة المقدّمة للعملاء ويُعزز مكانة المؤسسة في مواجهة المنافسين (درويش، 2021).

وفيما يتعلق بالصيدليات الخاصة، تكتسب الميزة التنافسية أهمية متزايدة في ظل ارتفاع عدد الصيدليات وتشابه الخدمات الدوائية المقدمة، إذ تعتمد الصيدليات الخاصة على تحقيق ميزة تنافسية من خلال تحسين جودة الخدمة الدوائية، وضمان توافر الأدوية في الوقت المناسب، وخفض التكاليف التشغيلية، وتعزيز ثقة المرضى ورضاهم، كما يسهم الاستخدام الفعال لنظم إدارة المخزون والتقنيات الحديثة في تقليل حالات نفاد الأدوية أو تكديسها، الأمر الذي يدعم الكفاءة التشغيلية ويعزز السمعة التنافسية للصيدليات في السوق، بما يضمن قدرتها على الاستمرار والنمو في بيئة تنافسية متزايدة. (Hitt et al., 2020)

أهداف الميزة التنافسية:

من بين الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها من خلال ميزتها التنافسية ما يأتي (رميساء، 2025، ص 30):

- 1- خلق فرص تسويقية جديدة.
- 2- الدخول إلى مجال تنافسي جديد كالدخول إلى أسواق جديدة.
- 3- التعامل مع نوعية جديدة من العملاء، أو نوعية جديدة من السلع والخدمات.

4- تكوين رؤية جديدة من الأهداف المستقبلية للمؤسسة.

5- تعظيم أرباح المؤسسة.

قياس الميزة التنافسية:

إن المقاييس الأكثر استعمالاً لقياس الميزة التنافسية (Belhawari, & Dad, 2018)

• **الكفاءة:** تقيس قدرة المؤسسة على تحصيل أكبر قدر من المخرجات من خلال المدخلات المتاحة.

• **الفعالية:** يقيس الدرجة التي تستطيع فيها المؤسسة تحقيق أهدافها.

• **الجودة:** تعني الملائمة والمطابقة أي الملائمة للاستخدام والمطابقة للمواصفات.

• **التوقيت:** إنجاز وحدة العمل خلال فترة زمنية.

• **الإنتاجية:** مقدار ما تنتجه الوحدة الواحدة من عوامل الإنتاج.

وترى الباحثة بأن إدارة المخزون لها دور مهم في تحقيق الميزة التنافسية، وخصوصاً عندما يُترجم عمل إدارة المخزون من خلال التكامل الكمي بين الأبعاد الأربعة، أي استخدام الأساليب الرياضية المناسبة للتخطيط والتنظيم والرقابة والمتابعة. حيث أن التحسين الكمي في كل بُعد يساهم في خفض التكاليف وتحسين الخدمة - وهما ركيزتان أساسيتان للميزة التنافسية وفق بورتر (1985). فالكفاءة الكمية في التخطيط تُقلل من النقص والتكدس، والتنظيم الكمي يرفع الإنتاجية، والرقابة الكمية تضمن الدقة، والتقييم الكمي يُسهّل التحسين المستمر. (Krajewski et al., 2023) لذلك كان لا بدّ من دراسة هذه الأبعاد الأربعة لإدارة المخزون ومعرفة مدى اعتماد الصيديات الخاصة محل الدراسة على الأساليب الحديثة في إدارة مخزونها ودوره في تعزيز الميزة التنافسية.

النتائج والمناقشة:

لمحة عن بيئة التطبيق (الصيديات الخاصة في مدينة اللاذقية):

تُعدّ الصيديات الخاصة في مدينة اللاذقية جزءاً مهماً من القطاع الصحي، إذ تلعب دوراً مهماً في توفير الأدوية والخدمات الدوائية للمجتمع المحلي. وقد شهدت المدينة ازدياداً في عدد

الصيدليات الخاصة خلال السنوات الأخيرة، ما أسهم في ارتفاع مستوى المنافسة بينها في ظل تشابه الخدمات المقدمة.

وتعمل هذه الصيدليات ضمن إطار تنظيمي تشرف عليه الجهات الصحية المختصة، مع وجود تفاوت في الأساليب الإدارية ومستوى الاعتماد على نظم إدارة المخزون. كما تواجه تحديات تتعلق بضمان توافر الأدوية، وضبط التكاليف التشغيلية، والحفاظ على جودة الخدمة الدوائية، الأمر الذي يستدعي تبني ممارسات إدارية حديثة تعزز كفاءتها التشغيلية وقدرتها التنافسية.

أداة الدراسة:

لدراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيدليات الخاصة في مدينة اللاذقية، وبعد اطلاع الباحثة على مجموعة من الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية التي تناولت هذا الموضوع، وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة في عينة من الصيدليات محل الدراسة، تم تصميم قائمة استقصاء تتضمن أسئلة متعلقة بموضوع الدراسة. قامت الباحثة بتوزيع (80) استبانة على عينة قصدية من العاملين في الصيدليات الخاصة في مدينة اللاذقية، حيث تم استرداد (73) استبانة، واستبعاد (6) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل، وبذلك بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (67) استبانة. وقد قامت الباحثة بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS 20) ولغرض تحليل إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لدراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيدليات الخاصة. كما تم تحويل إجابات أفراد العينة وفق مقياس ليكرت الخماسي لبيان درجة الموافقة، كما هو موضح في الجدول الآتي.

1- اختبار ثبات الاستبانة:

يُعرف ثبات الاستبانة بأنه مدى قدرتها على إعطاء نتائج متقاربة عند إعادة تطبيقها أكثر من مرة في ظل الظروف نفسها، وهو ما يعكس درجة الاتساق الداخلي لفقرات الأداة. وانطلاقاً من ذلك، اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات الاستبانة باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS 20)، نظراً

لكونه من أكثر المقاييس شيوعاً ودقة في تقدير الثبات، ويُعد معامل ألفا كرونباخ مقبولاً إحصائياً إذا تجاوزت قيمته (0.60).
وللتحقق من ثبات أداة الدراسة، قامت الباحثة بحساب معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة على حدة، إضافة إلى حساب معامل الثبات لفقرات الاستبانة ككل، وقد أظهرت نتائج اختبار الثبات القيم الآتية:

الجدول رقم (1): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

محاور الاستبانة	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
تخطيط المخزون X1	4	0.812
تنظيم المخزون X2	4	0.617
رقابة المخزون X3	4	0.780
متابعة وتقييم المخزون X4	4	0.725
الميزة التنافسية Y	9	0.734
إدارة المخزون X	16	0.849
معامل ألفا لكامل الأسئلة	25	0.896

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

ويتضح من الجدول السابق أن معامل ألفا كرونباخ بلغ 0.896 لكامل الأسئلة، مما يشير إلى اتساق داخلي ممتاز للأداة البحثية، كما تجاوزت معظم المحاور القيمة المعيارية (0.60)، مما يدل على ثبات جيد لأسئلة الاستبانة، ولا داعٍ لحذف أي منها.

اختبار فرضيات البحث:

تحقيقاً لأهداف الدراسة والتحقق من فرضياتها، قامت الباحثة بتحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS الإصدار 20)، حيث تم الاعتماد على مجموعة

من الأساليب الإحصائية الملائمة، أبرزها معامل الارتباط الخطي (بيرسون) ومعامل الانحدار، وذلك بهدف اختبار صحة الفرضيات والكشف عن طبيعة وقوة العلاقات بين متغيرات الدراسة.

الفرضية الفرعية الأولى:

لضمان دقة تمثيل فقرات الاستبيان للمتغيرات البحثية، أجرت الباحثة اختبار (One-Sample Test) لكل عبارة على حدة. وتم تحديد القيمة المعيارية للاختبار (Test Value) عند الرقم (3) كقيمة محايدة على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك للتحقق من الدلالة الإحصائية لانحراف متوسط استجابات المبحوثين عن هذه القيمة المحايدة، وبالتالي تحديد ما إذا كانت العبارة تعبر بشكل حقيقي وملحوظ عن البعد الذي صُممت لقياسه ضمن متغيرات الدراسة، والجدول التالي يوضح نتيجة هذا الاختبار للأسئلة المعبرة عن الفرضية الأولى:

الجدول رقم (2): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

X1

التوصيفات الإحصائية لبعد تخطيط المخزون x1	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
تعتمد الصيدلية على بيانات المبيعات السابقة في التخطيط للمخزون الدوائي X11.	67	4.31	.476	.057
توجد خطة واضحة لشراء الأدوية وفقاً للتغيرات الموسمية في الطلب X12.	67	4.60	.494	.060
تحتفظ الصيدلية بمخزون احتياطي من الأدوية الأساسية والهامة X13.	67	4.15	.359	.044
يتم تحديد كميات شراء الأدوية باستخدام أساليب علمية ومنهجية X14.	67	3.96	.506	.062

One-Sample Test

	3 = قيمة الاختبار					
	معامل الثقة 95% للفرق		متوسط الفرق	الدلالة (2-tailed)	درجات الحرية	قيمة t
	الحد الأدنى	الحد الأعلى				
x11	1.20	1.43	1.313	.000	66	23.002
x12	1.48	1.72	1.597	.000	66	26.451

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

x13	26.201	66	.000	1.149	1.06	1.24
x14	15.467	66	.000	.955	.83	1.08

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج **spss**

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن جميع العبارات التسع (X11 إلى X14) الممثلة للمتغير (تخطيط المخزون) قد حققت قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

تراوحت متوسطات الاستجابات على هذه العبارات بين (3.96، 4.60)، وهي قيم مرتفعة جداً تقع ضمن فئة الموافقة إلى الموافقة بشدة على مقياس ليكرت الخماسي، حيث أن أقل قيمة للمتوسط الحسابي كانت لعبارة (يتم تحديد كميات شراء الأدوية باستخدام أساليب علمية ومنهجية)، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيديات الخاصة محل الدراسة.

الجدول رقم (3): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

التابع y

الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	التوصيفات الإحصائية لمحور الميزة التنافسية للصيديات y
.058	.478	4.34	67	تتمتع الصيدلية بمستوى تنافسي جيد مقارنة بالصيدليات الأخرى في المنطقة y11.
.058	.478	4.66	67	تسهم خدمات الصيدلية في جذب عدد أكبر من العملاء مقارنة بالمنافسين y12.
.044	.359	4.15	67	تحقق الصيدلية أداءً أفضل مقارنة بالصيدليات المماثلة y13.
.061	.497	3.58	67	تتميز الصيدلية بجودة الخدمات الدوائية المقدمة y14.
.116	.953	4.39		تحظى الصيدلية بسمعة جيدة لدى العملاء y15.
.059	.483	4.64	67	يظهر العملاء مستوى مرتفعاً من الولاء للصيدلية y16.

تمتلك الصيدلية قدرة جيدة على مواجهة المنافسة في السوق y17 .	67	4.64	.483	.059
يشهد الوضع التنافسي للصيدلية تحسناً مع مرور الوقت y18 .	67	4.31	.467	.057
تتمتع الصيدلية بقدرة جيدة على الاستمرار والنمو في السوق y19 .	67	4.31	.467	.057

One-Sample Test اختبار العينة الواحدة

	3 = قيمة الاختبار					
	قيمة t	درجات الحرية	الدلالة (2-tailed)	متوسط الفرق	معامل الثقة 95% للفرق	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
y11	22.984	66	.000	1.343	1.23	1.46
y12	28.347	66	.000	1.657	1.54	1.77
y13	26.201	66	.000	1.149	1.06	1.24
y14	26.060	66	.000	1.582	1.46	1.70
y15	11.925	66	.000	1.388	1.16	1.62
y16	27.818	66	.000	1.642	1.52	1.76
y17	27.818	66	.000	1.642	1.52	1.76
y18	23.002	66	.000	1.313	1.20	1.43
y19	23.002	66	.000	1.313	1.20	1.43

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن جميع العبارات التسع (y11 إلى y19) الممثلة للمتغير التابع (الميزة التنافسية) قد حققت قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

تراوحت متوسطات الاستجابات على هذه العبارات بين 4.15 و 4.66، وهي قيم مرتفعة جداً تقع ضمن فئة الموافقة إلى الموافقة بشدة على مقياس ليكرت الخماسي، حيث أن أقل قيمة للمتوسط الحسابي كانت لعبارة (تحقق الصيدلية أداءً أفضل مقارنة بالصيديات المماثلة)، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيديات الخاصة محل الدراسة.

وقد كانت نتيجة تحليل الارتباط والانحدار لهذه الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (4): نتائج تحليل الارتباط للفرضية الأولى

معامل الارتباط

		x1	y
	ارتباط بيرسون	1	.926**
x1	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
	ارتباط بيرسون	.926**	1
y	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01 (2-tailed). **

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يتضح من تحليل الارتباط للعلاقة بين المتغير المستقل X1 (تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون) والمتغير التابع Y (الميزة التنافسية) وأن قيمة معامل الارتباط هي (0.926) وهذا يدل على وجود درجة ارتباط قوية بين المتغيرين، واتجاه هذه العلاقة طردية وهذا يدل على أن أي زيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر والعكس صحيح.

الجدول رقم (5): نتائج تحليل التباين للفرضية الفرعية الأولى:

Model Summary

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	مربع معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير
1	.926 ^a	.857	.855	.117

a. Predictors: (الثابت), x1

تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدالة
الانحدار	5.309	1	5.309	388.764	.000 ^b
البواقي	.888	65	.014		
المجموع	6.197	66			

a. المتغير التابع: y

b. Predictors: (الثابت), x1

المعاملات

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	الدالة
	B	الخطأ المعياري	Beta		
1 (الثابت)	1.169	.167		7.005	.000
	x1	.771	.039	.926	.000

a. المتغير التابع: y

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يشير معامل التحديد R^2 المشتق من جدول تحليل التباين إلى أن تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون يفسر ما نسبته 85.7% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية والنسبة المتبقية (14.3%) تُعزى إلى عوامل أخرى غير مشمولة في النموذج

أو للخطأ العشوائي. كما يظهر أن قيمة F المحسوبة (388.764) ذات دلالة إحصائية عالية جداً (Sig. = 0.000) ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبناءً على ذلك، نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة الأولى وبالتالي، يمكن القول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

الفرضية الفرعية الثانية:

لقد قامت الباحثة بإجراء اختبار One-Sample Test لكل سؤال من الأسئلة المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية، والجدول التالي يوضح نتيجة هذا الاختبار للأسئلة المعبرة عن الفرضية الثانية:

الجدول رقم (6): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

X2

التوصيفات الإحصائية لمعد تنظيم المخزون x2	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
توجد سياسات وإجراءات مكتوبة لتنظيم وإدارة المخزون الدوائي x21.	67	4.09	.288	.035
يتم تنظيم وترتيب المخزون داخل الصيدلية بطريقة منهجية تسهل الوصول إليه x22.	67	4.36	.483	.059
يتم توزيع المهام المتعلقة بالمخزون بوضوح بين العاملين x23.	67	4.09	.712	.087
يحصل العاملون على تدريب مناسب حول إجراءات تنظيم وإدارة المخزون x24.	67	4.16	.618	.075

One-Sample Test اختبار العينة الواحدة

	3 = قيمة الاختبار					
	قيمة t	درجات الحرية	الدلالة (2-tailed)	متوسط الفرق	معامل الثقة 95% للفرق	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
x21	30.999	66	.000	1.090	1.02	1.16
x22	23.013	66	.000	1.358	1.24	1.48

x23	12.525	66	.000	1.090	.92	1.26
x24	15.423	66	.000	1.164	1.01	1.31

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج **spss**

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن جميع العبارات التسع (X21 إلى X24) الممثلة للمتغير (تنظيم المخزون) قد حققت قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

تراوحت متوسطات الاستجابات على هذه العبارات بين (4.09، 4.36)، وهي قيم مرتفعة جداً تقع ضمن فئة الموافقة إلى الموافقة بشدة على مقياس ليكرت الخماسي، حيث أن أقل قيمة للمتوسط الحسابي كانت للعبارتين (توجد سياسات وإجراءات مكتوبة لتنظيم وإدارة المخزون الدوائي، يتم توزيع المهام المتعلقة بالمخزون بوضوح بين العاملين)، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيدليات الخاصة محل الدراسة. وقد كانت نتيجة تحليل الارتباط والانحدار لهذه الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (7): نتائج تحليل الارتباط للفرضية الثانية

معامل الارتباط

		x2	y
x2	ارتباط بيرسون	1	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
y	ارتباط بيرسون	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01 (2-tailed). **

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يتضح من تحليل الارتباط للعلاقة بين المتغير المستقل X2 (تنظيم المخزون) والمتغير التابع Y (الميزة التنافسية) أنّ قيمة معامل الارتباط هي (0.795) وهذا يدل على وجود درجة ارتباط قوية بين المتغيرين، واتجاه هذه العلاقة طردية وهذا يدل على أنّ أي زيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر والعكس صحيح.

الجدول رقم (8): نتائج تحليل التباين للفرضية الفرعية الثانية:

ملخص النموذج

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	مربع معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير
1	.795 ^a	.631	.626	.187

a. Predictors: (Constant), x2

ANOVA^a

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة
الانحدار	3.913	1	3.913	111.342	.000 ^b
البواقي	2.284	65	.035		
المجموع	6.197	66			

a. المتغير التابع: y

b. Predictors: (الثابت), x2

المعاملات

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	الدلالة
	B	الخطأ المعياري	Beta		
1 (الثابت)	1.732	.258		6.706	.000
x2	.650	.062	.795	10.552	.000

a. المتغير التابع: y

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج **spss**

إصدار 20

يشير معامل التحديد R^2 المشتق من جدول تحليل التباين إلى أن تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون يفسر ما نسبته 63.1 % من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية والنسبة المتبقية (36.9%) تُعزى إلى عوامل أخرى غير مشمولة في النموذج أو للخطأ العشوائي. كما يظهر أن قيمة F المحسوبة (111.342) ذات دلالة إحصائية عالية جداً (Sig. = 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبناءً على ذلك، نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة الأولى وبالتالي، يمكن القول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

لقد قامت الباحثة بإجراء اختبار One-Sample Test لكل سؤال من الأسئلة المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة، والجدول التالي يوضح نتيجة هذا الاختبار للأسئلة المعبرة عن الفرضية الثالثة:

الجدول رقم (9): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

X3

التوصيفات الإحصائية لبعـد رقابة المخزون x3	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
يتم إجراء جرد دوري للمخزون الدوائي بشكل منتظم x31.	67	3.96	.506	.062
يتم متابعة معدل دوران المخزون لتجنب حالات التكدس أو النقص x32.	67	4.09	.288	.035
تعتمد الصيدلية على نظام إلكتروني لمتابعة حركة الأدوية (دخولاً وخروجاً) x33.	67	4.16	.618	.075

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

0.080	.653	4.24	67	يتم التحقق من صلاحية الأدوية بصورة دورية للحد من التلف وانتهاء الصلاحية x34.
-------	------	------	----	--

One-Sample Test اختبار العينة الواحدة

	3 = قيمة الاختبار					
	قيمة t	درجات الحرية	الدالة (2-tailed)	متوسط الفرق	معامل الثقة 95% للفرق	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
x31	15.467	66	.000	.955	.83	1.08
x32	30.999	66	.000	1.090	1.02	1.16
x33	15.423	66	.000	1.164	1.01	1.31
x34	15.518	66	.000	1.239	1.08	1.40

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن جميع العبارات التسع (X31 إلى X34) الممثلة للمتغير (رقابة المخزون) قد حققت قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

تراوحت متوسطات الاستجابات على هذه العبارات بين (3.96، 4.24)، وهي قيم مرتفعة جداً تقع ضمن فئة الموافقة إلى الموافقة بشدة على مقياس ليكرت الخماسي، حيث أن أقل قيمة للمتوسط الحسابي كانت لعبارة (يتم إجراء جرد دوري للمخزون الدوائي بشكل منتظم)، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين رقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيديات الخاصة محل الدراسة.

وقد كانت نتيجة تحليل الارتباط والانحدار لهذه الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (10): نتائج تحليل الارتباط للفرضية الفرعية الثالثة

معامل الارتباط

		x3	y
	ارتباط بيرسون	1	.592**
x3	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
	ارتباط بيرسون	.592**	1
y	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01 (2-tailed). **

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يتضح من تحليل الارتباط للعلاقة بين المتغير المستقل X3 (رقابة المخزون) والمتغير التابع Y (الميزة التنافسية) أنَّ قيمة معامل الارتباط هي (0.592) وهذا يدل على وجود درجة ارتباط قوية بين المتغيرين، واتجاه هذه العلاقة طردية وهذا يدل على أنَّ أي زيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر والعكس صحيح.

الجدول رقم (11): نتائج تحليل التباين للفرضية الفرعية الثالثة:

ملخص النموذج

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	مربع معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير
1	.592 ^a	.350	.340	.249

a. Predictors: (Constant), x3

تحليل التباين

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدالة
---------	----------------	--------------	----------------	---	--------

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

الانحدار	2.169	1	2.169	35.009	.000 ^b
البواقي	4.028	65	.062		
المجموع	6.197	66			

y: المتغير التابع. a.

x3, (الثابت): Predictors. b.

المعاملات

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	الدلالة
	B	الانحراف المعياري	Beta		
1 (الثابت)	2.655	.305		8.718	.000
x3	.436	.074	.592	5.917	.000

y: المتغير التابع. a.

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يشير معامل التحديد R^2 المشتق من جدول تحليل التباين إلى أن تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون يفسر ما نسبته 35 % من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية والنسبة المتبقية (65%) تُعزى إلى عوامل أخرى غير مشمولة في النموذج أو للخطأ العشوائي. كما يظهر أن قيمة F المحسوبة (35.009) ذات دلالة إحصائية عالية جداً (Sig. = 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبناءً على ذلك، نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة الأولى وبالتالي، يمكن القول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

الفرضية الفرعية الرابعة:

لقد قامت الباحثة بإجراء اختبار One-Sample Test لكل سؤال من الأسئلة المتعلقة بالفرضية الفرعية الرابعة، والجدول التالي يوضح نتيجة هذا الاختبار للأسئلة المعبرة عن الفرضية الأولى:

الجدول رقم (12): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

X4

التوصيفات الإحصائية لبعده متابعة وتقييم المخزون x3	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
يتم تحليل تقارير المخزون بانتظام لدعم قرارات الشراء x41.	67	4.15	.359	.044
تتم مقارنة الأداء الفعلي للمخزون مع الخطط الموضوعية مسبقاً x42.	67	4.36	.483	.059
يتم استخدام مؤشرات أداء لقياس كفاءة إدارة المخزون x43.	67	4.31	.467	.057
تتم مراجعة وتحديث سياسات المخزون بناءً على نتائج التقييم x44.	67	4.60	.494	.060

One-Sample Test اختبار العينة الواحدة

	3 = قيمة الاختبار					
	قيمة t	درجات الحرية	الدالة (2-tailed)	متوسط الفرق	معامل الثقة 95% للفرق	
					الحد الأدنى	الحد الأعلى
x41	26.201	66	.000	1.149	1.06	1.24
x42	23.013	66	.000	1.358	1.24	1.48
x43	23.002	66	.000	1.313	1.20	1.43
x44	26.451	66	.000	1.597	1.48	1.72

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن جميع العبارات التسع (X41 إلى X44) الممثلة للمتغير (متابعة وتقييم المخزون) قد حققت قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

تراوحت متوسطات الاستجابات على هذه العبارات بين (4.15، 4.60)، وهي قيم مرتفعة جداً تقع ضمن فئة الموافقة إلى الموافقة بشدة على مقياس ليكرت الخماسي، حيث أن أقل قيمة

للمتوسط الحسابي كانت لعبارة (يتم تحليل تقارير المخزون بانتظام لدعم قرارات الشراء)، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيديات الخاصة محل الدراسة.

وقد كانت نتيجة تحليل الارتباط والانحدار لهذه الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (13): نتائج تحليل الارتباط للفرضية الفرعية الرابعة

معامل الارتباط

		x	y
	ارتباط بيرسون	1	.904**
x	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
	ارتباط بيرسون	.904**	1
y	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01 (2-tailed). **

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يتضح من تحليل الارتباط للعلاقة بين المتغير المستقل X4 (متابعة وتقييم المخزون) والمتغير التابع Y1 (الميزة التنافسية) أن قيمة معامل الارتباط هي (0.904) وهذا يدل على وجود درجة ارتباط قوية بين المتغيرين، واتجاه هذه العلاقة طردية وهذا يدل على أن أي زيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر والعكس صحيح.

الجدول رقم (14): نتائج تحليل التباين للفرضية الفرعية الرابعة:

ملخص النموذج

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	مربع معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير
1	.904 ^a	.817	.814	.132

a. Predictors: (الثابت), x4

تحليل التباين

النموذج	المعاملات غير المعيارية	المعاملات المعيارية	t	الدالة	النموذج
الانحدار	5.063	1	5.063	290.292	.000 ^b
البواقي	1.134	65	.017		
المجموع	6.197	66			

a. المتغير التابع: y

b. Predictors: (الثابت), x4

المعاملات

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	الدالة
	B	الخطأ المعياري	Beta		
1 (Constant)	1.014	.202		5.017	.000
x4	.788	.046	.904	17.038	.000

a. Dependent Variable: y

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يشير معامل التحديد R^2 المشتق من جدول تحليل التباين إلى أن متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون يفسر ما نسبته 81.7 % من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية للصيغليات الخاصة في اللاذقية والنسبة المتبقية (18.3%) تُعزى إلى عوامل أخرى غير مشمولة

في النموذج أو للخطأ العشوائي. كما يظهر أن قيمة F المحسوبة (290.292) ذات دلالة إحصائية عالية جداً ($\text{Sig.} = 0.000$) ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبناءً على ذلك، نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة الأولى وبالتالي، يمكن القول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

الفرضية الرئيسية للبحث:

لقد قامت الباحثة بإجراء اختبار One-Sample Test لكل سؤال من الأسئلة المتعلقة بالفرضية الرئيسية للبحث، والجدول التالي يوضح نتيجة هذا الاختبار للأسئلة المعبرة عن الفرضية الرئيسية: الجدول رقم (15): نتائج تحليل اختبار One-Sample Test للأسئلة المعبرة عن المتغير

المستقل X

التوصيفات الإحصائية لمحول إدارة المخزون x	N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري
إدارة المخزون x.	67	4.24	.298	.036

One-Sample Test اختبار العينة الواحدة

	3 = قيمة الاختبار				
	معامل الثقة 95% للفرق	متوسط الفرق	الدلالة (2-tailed)	درجات الحرية	قيمة t
	الحد الأدنى	الحد الأعلى			
x	1.17	1.32	1.243	.000	34.100

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

أظهر اختبار T للعينة الواحدة أن متوسط إجابات أفراد العينة عن إدارة المخزون قد حقق قيمة دلالة إحصائية (Sig) تساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) أي أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية عالية بين متوسطات استجابات أفراد العينة والقيمة المحايدة (3) على مقياس ليكرت.

أن متوسط إجابات أفراد العينة عن إدارة المخزون قد بلغ (4.24)، وهي قيمة مرتفعة جداً ، مما يشير إلى أن إجابات المبحوثين انحازت بشكل قوي باتجاه الموافقة الشديدة على أن هناك علاقة بين إدارة المخزون والميزة التنافسية في الصيدليات الخاصة محل الدراسة.

كانت نتيجة تحليل الارتباط والانحدار لهذه الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (16): نتائج تحليل الارتباط للفرضية الرئيسية

معامل الارتباط

		x	y
x	ارتباط بيرسون	1	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
y	ارتباط بيرسون	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى 0.01 (2-tailed) **.

المصدر: من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يتضح من تحليل الارتباط للعلاقة بين المتغير المستقل X (إدارة المخزون) والمتغير التابع Y (الميزة التنافسية) أن قيمة معامل الارتباط هي (0.902) وهذا يدل على وجود درجة ارتباط قوية بين المتغيرين، واتجاه هذه العلاقة طردية وهذا يدل على أن أي زيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر والعكس صحيح.

الجدول رقم (17): نتائج تحليل التباين للفرضية الرئيسية:

ملخص النموذج

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	مربع معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير
1	.902 ^a	.813	.810	.133

a. Predictors: (Constant), x

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

تحليل التباين

Model	النموذج	المعاملات غير المعيارية	المعاملات المعيارية	t	الدالة
1	الانحدار البواقي المجموع	5.039 1.158 6.197	1 65 66	5.039 .018	282.851 .000 ^b

a. المتغير التابع: y

b. Predictors: (الثابت), x

المعاملات

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية	t	الدالة
	B	الخطأ المعياري	Beta		
1 (الثابت)	.517	.234		2.209	.031
x	.926	.055	.902	16.818	.000

a. المتغير التابع: y

المصدر من إعداد الباحثة، بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام البرنامج spss

إصدار 20

يشير معامل التحديد R^2 المشتق من جدول تحليل التباين إلى أن إدارة المخزون يفسر ما نسبته 81.3 % من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية والنسبة المتبقية (18.7 %) تُعزى إلى عوامل أخرى غير مشمولة في النموذج أو للخطأ العشوائي. كما يظهر أن قيمة F المحسوبة (282.851) ذات دلالة إحصائية عالية جداً (Sig. = 0.000) ، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، وبناءً على ذلك، نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة الأولى وبالتالي، يمكن القول: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

1. توجد علاقة معنوية بين تخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، كما يوجد أثر معنوي إيجابي لتخطيط المخزون على الميزة التنافسية، حيث فسّر هذا البُعد ما نسبته (85.7%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية.
2. توجد علاقة معنوية بين تنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، كما يوجد أثر معنوي إيجابي لتنظيم المخزون على الميزة التنافسية، حيث فسّر هذا البُعد ما نسبته (63.1%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية.
3. توجد علاقة معنوية بين رقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، كما يوجد أثر معنوي إيجابي لرقابة المخزون على الميزة التنافسية، حيث فسّر هذا البُعد ما نسبته (35%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، وهو البعد الأقل تأثيراً بين أبعاد إدارة المخزون.
4. توجد علاقة معنوية بين متابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، كما يوجد أثر معنوي إيجابي للمتابعة والتقييم على الميزة التنافسية، حيث فسّر هذا البُعد ما نسبته (81.7%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية.
5. توجد علاقة معنوية بين إدارة المخزون بمجمل أبعادها الأربعة (التخطيط، التنظيم، الرقابة، المتابعة والتقييم) والميزة التنافسية للصيديات الخاصة محل الدراسة، كما يوجد أثر معنوي إيجابي قوي لإدارة المخزون على الميزة التنافسية، حيث فسّرت هذه الأبعاد مجتمعة ما نسبته (81.3%) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث، توصي الباحثة بما يلي:
1. ضرورة تعزيز التخطيط العلمي للمخزون: وذلك من خلال اعتماد أساليب منهجية كمية في التنبؤ بالطلب وتحديد الكميات المناسبة لكل صنف دوائي، عبر تحليل بيانات المبيعات والاستهلاك السابقة، وتحديد حدود المخزون الدنيا والعليا، ووضع خطط شراء دورية تتناسب مع حجم الطلب الفعلي، بما يحدّ من حالات النفاذ أو التكدس ويسهم في تعزيز القدرة التنافسية للصيديات.
 2. تطوير تنظيم المخزون داخل الصيديات الخاصة: من خلال إعداد سياسات وإجراءات مكتوبة وواضحة لتنظيم عمليات التخزين واستخدام أساليب حديثة يمكن من خلالها تصنيف الأدوية بحسب نوعها وتاريخ صلاحيتها، وتحديد مواقع تخزين مناسبة لكل صنف، مع توزيع المهام والمسؤوليات المتعلقة بالمخزون بشكل واضح بين العاملين، الأمر الذي يسهم في تسريع الوصول إلى الأدوية وتحسين كفاءة العمل.
 3. تفعيل أنظمة الرقابة على المخزون: عن طريق إجراء جرد دوري ومنتظم للمخزون، ومقارنة الكميات الفعلية بالكميات المسجلة، ومتابعة تواريخ انتهاء الصلاحية، والكشف المبكر عن الانحرافات ومعالجتها فوراً، بما يساهم في الحد من الهدر والتلف وتحسين الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة.
 4. تعزيز متابعة وتقييم أداء إدارة المخزون بشكل مستمر: وذلك عبر إعداد تقارير دورية تتضمن مؤشرات أداء رئيسية مثل معدل دوران المخزون، ونسب التلف، ومستوى توافر الأدوية، واستخدام نتائج هذه التقارير في دعم قرارات الشراء والتخزين، وتطوير سياسات إدارة المخزون بما ينسجم مع التغيرات في الطلب.

المراجع:

المراجع العربية:

1. الحمود، محمد خالد، وأبو رمان، لينا أحمد. (2021). دور التخطيط الاستراتيجي للمخزون الدوائي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الصيدليات الخاصة في الأردن. **مجلة دراسات الأعمال**، 28(4)، 112-130.
2. الخضر، محمد. (2021). دور الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات الصناعية في محافظة اللاذقية. **مجلة جامعة اللاذقية للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية**، 43(4)، 127-145.
3. درويش، محمد أحمد. (2021). أثر الميزة التنافسية في تحسين الأداء المؤسسي. **مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية**، 13(2)، 45-62.
4. السديري، خالد بن عبدالعزيز، والقحطاني، نورة محمد. (2020). تأثير أنظمة الرقابة والمتابعة على جودة إدارة المخزون الدوائي وعلاقتها بالسمعة التنافسية للصيدليات: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية. **المجلة السعودية للعلوم الصيدلانية**، 12(2)، 78-95.
5. السيد، أحمد محمد، وعبدالله، سارة محمود. (2022). أثر تطبيق أنظمة إدارة المخزون الإلكترونية على الكفاءة التشغيلية والميزة التنافسية للصيدليات الخاصة: دراسة حالة على صيدليات مدينة القاهرة. **المجلة العربية للإدارة الصيدلانية**، 15(3)، 45-62.
6. النجار، فهد عبد الرحمن (2016). **إدارة العمليات وسلاسل الإمداد**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
7. بوكحيل، رميساء. (2025). **أثر الذكاء التسويقي على الميزة التنافسية، دراسة حالة مؤسسة مطاحن الشرق**. مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة ماري.

المراجع الأجنبية References:

- 1- Belhawari, H., & Dad, A. (2018). The Impact of Empowerment on Improving Institutional Performance: A Case Study of the National Social Insurance Fund for Salaried Workers in Tsemilt. **Master's Thesis**, Department of Management Sciences, Institute Economics, Business, and Management Sciences, Ahmed Ben Yahia El Ouencharissi University Center, Tissemsilt, Algeria.
- 2- Chopra, S., & Meindl, P. (2022). **Supply chain management: Strategy, planning, and operation** (8th ed.). Pearson Education.
- 3- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). **Strategic management: Competitiveness and globalization** (13th ed.).
- 4- Krajewski, L. J., Malhotra, M. K., & Ritzman, L. P. (2023). **Operations Management: Processes and Supply Chains** (13th ed.). Hoboken, New Jersey, USA.
- 5- Punkari, J. (2020). Role Of Inventory Management In Value Creation. **Masters Thesis**, Lappeenranta-Lathi University of Technology LUT.
- 6- Singh, J. (2022). Concepts of Inventory and Related Technical Terminologies: A Literature Review. **International Journal for Research Trends and Innovation (IJRTI)**, 7(8). ISSN: 2456-3315.
- 7- Yankah, Y. R., Ofori, O. F., Mensah, M. S., & Poku, A. (2022). Inventory Management and the Performance of Listed Manufacturing Firms in Ghana. **Journal of Business and Management**. 10(4), 123-145.

ملاحق البحث

الملحق (1): أسئلة مشكلة البحث:

تمثلت أسئلة مشكلة البحث فيما يأتي:

1. هل مشاكل نقص الأدوية تضر بسمعة الصيدلية؟
2. هل الهدر في المخزون (تلف، انتهاء صلاحية) يزيد التكاليف ويقلل القدرة على المنافسة؟
3. هل يؤثر نقص المستلزمات والأدوية على جودة الخدمة المقدمة للعملاء؟
4. هل تتأخر عملية تلبية طلبات العملاء بسبب مشاكل في المخزون؟

5. هل يفضل العملاء صيدليات أخرى بسبب مشاكل التوفر لديكم؟
6. هل تحسين إدارة المخزون سيرفع قدرة الصيدلية التنافسية؟
7. هل تواجه الصيدلية صعوبة في تحقيق التوازن بين حجم المخزون والطلب الفعلي؟
8. هل ينخفض مستوى رضا العملاء نتيجة مشاكل توفر الأدوية والمستلزمات؟
9. هل تتأثر سمعة الصيدلية وقدرتها التنافسية مقارنة بالصيدليات المنافسة؟
10. هل تستخدم أي طرق رياضية أو إحصائية لتحديد كمية الشراء المناسبة تساعدك في التخطيط للمخزون؟
11. هل تتخذ قرارات الشراء بناءً على تحليل بيانات رقمي؟
12. هل تستخدم برامج أو تطبيقات تساعدك في التحليل الكمي للمخزون؟

الملحق (2): قائمة الاستقصاء:



جامعة اللاذقية

كلية الاقتصاد

قسم إدارة

الأعمال

قائمة استقصاء

إيماناً بقيمة وأهمية البحث العلمي وارتباطه بالواقع الفعلي، ممّا يساعد على حل المشكلات المرتبطة بهذا الواقع، لذلك تقوم الباحثة بإجراء دراسة حول "دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية - دراسة ميدانية - وفي سبيل التمكن من إتمام هذه الدراسة ترحو الباحثة من سيادتكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التي تحتويها قائمة الاستقصاء المقدمة إليكم، حتى تستطيع التعرف على الجوانب المختلفة المرتبطة بموضوع الدراسة من الواقع الفعلي لشركتكم. وإننا إذ نقدر لكم ونشكر تعاونكم ومساهمتم في الإجابة على محتويات هذه القائمة فإننا نؤكد لكم بأنّ كل ما سوف تدلون به من آراء ووجهات نظر، سوف تكون موضع السرية التامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة

د. فداء علي الشيخ حسن

يرجى الإجابة بدقة على الأسئلة الواردة في الاستبيان بوضع إشارة X في المربع الموافق، وإننا نؤكد أنّ المعلومات التي سيتم الإدلاء بها سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي شاكرين لكم تعاونكم.

القسم الأول: الأسئلة المتعلقة بتخطيط المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون للصيديات الخاصة في اللاذقية.

رقم السؤال	السؤال	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)
1	تعتمد الصيدلية على بيانات المبيعات السابقة في التخطيط للمخزون الدوائي.					
2	توجد خطة واضحة لشراء الأدوية وفقاً للتغيرات الموسمية في الطلب.					
3	تحتفظ الصيدلية بمخزون احتياطي من الأدوية الأساسية والهامة.					
4	يتم تحديد كميات شراء الأدوية باستخدام أساليب علمية ومنهجية.					

القسم الثاني: الأسئلة المتعلقة بتنظيم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون للصيديات الخاصة في اللاذقية.

رقم السؤال	السؤال	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)
1	توجد سياسات وإجراءات مكتوبة لتنظيم وإدارة المخزون الدوائي.					
2	يتم تنظيم وترتيب المخزون داخل الصيدلية بطريقة منهجية تسهل الوصول إليه.					
3	يتم توزيع المهام المتعلقة بالمخزون بوضوح بين العاملين.					

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

4	يحصل العاملون على تدريب مناسب حول إجراءات تنظيم وإدارة المخزون.				
---	---	--	--	--	--

القسم الثالث: الأسئلة المتعلقة برقابة المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون للصيديات الخاصة في اللاذقية.

رقم السؤال	السؤال	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)
1	يتم إجراء جرد دوري للمخزون الدوائي بشكل منتظم.					
2	يتم متابعة معدل دوران المخزون لتجنب حالات التكدس أو النقص.					
3	تعتمد الصيدلية على نظام إلكتروني لمتابعة حركة الأدوية (دخولاً وخروجاً).					
4	يتم التحقق من صلاحية الأدوية بصورة دورية للحد من التلف وانتهاء الصلاحية.					

القسم الرابع: الأسئلة المتعلقة الأسئلة المتعلقة بمتابعة وتقييم المخزون كأحد أبعاد إدارة المخزون للصيديات الخاصة في اللاذقية.

رقم السؤال	السؤال	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)
1	يتم تحليل تقارير المخزون بانتظام لدعم قرارات الشراء.					
2	تتم مقارنة الأداء الفعلي للمخزون مع الخطط الموضوعية مسبقاً.					
3	يتم استخدام مؤشرات أداء لقياس كفاءة إدارة المخزون.					
4	تتم مراجعة وتحديث سياسات المخزون بناءً على نتائج التقييم.					

القسم الخامس: الأسئلة المتعلقة بالمتغير التابع بالميزة التنافسية للصيديات الخاصة في اللاذقية.

رقم السؤال	السؤال	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)
1	تتمتع الصيدلية بمستوى تنافسي جيد مقارنة بالصيديات الأخرى في المنطقة.					
2	تسهم خدمات الصيدلية في جذب عدد أكبر من العملاء مقارنة بالمنافسين.					
3	تحقق الصيدلية أداءً أفضل مقارنة بالصيديات المماثلة.					
4	تتميز الصيدلية بجودة الخدمات الدوائية المقدمة.					
5	تحظى الصيدلية بسمعة جيدة لدى العملاء.					
6	يظهر العملاء مستوى مرتفعاً من الولاء للصيدلية.					
7	تمتلك الصيدلية قدرة جيدة على مواجهة المنافسة في السوق.					
8	يشهد الوضع التنافسي للصيديات تحسناً مع مرور الوقت.					
9	تتمتع الصيدلية بقدرة جيدة على الاستمرار والنمو في السوق.					

دراسة دور إدارة المخزون في تعزيز الميزة التنافسية للصيدليات الخاصة في اللاذقية
- دراسة ميدانية -

أثر القيم التنظيمية على الإبداع الإداري "دراسة ميدانية في الجامعات الحكومية السورية"

الدكتور سعيد إسبر*

الدكتور رامي محمد**

الطالبة يارا رياض عباد***

المستخلص

هدف هذا البحث إلى تحديد أثر القيم التنظيمية (قيم إدارة المنظمة، قيم إدارة العلاقات، قيم إدارة المهمة، قيم إدارة البيئة) على الإبداع الإداري، وذلك في الجامعات الحكومية السورية. قامت الباحثة بتوزيع (500) استبانة على عينة ميسرة من المديرين والعاملين وأفراد الكوادر الإدارية المسؤولة عن اتخاذ أشكال وأنواع مختلفة من القرارات الإدارية في الجامعات السورية الآتية: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة حلب، جامعة حمص وجامعة طرطوس. تم استرداد جميع الاستبانات الموزعة، ومن ثم قامت الباحثة باستبعاد (13) استبانة منها لعدم استكمال بياناتها، وبذلك يكون عدد الاستبانات التي تم تفرغها هو (487) استبانة. قامت الباحثة بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS 28). وفي نهاية هذا البحث توصلت الباحثة إلى مجموعة من الاستنتاجات وأهمها: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للقيم التنظيمية (قيم إدارة المنظمة، قيم إدارة العلاقات، قيم إدارة المهمة، قيم إدارة البيئة) على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: القيم التنظيمية، الإبداع الإداري، الجامعات الحكومية السورية.

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

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

*** طالبة دكتوراه - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة اللاذقية - اللاذقية - سورية.

The Impact of Organizational Values on Administrative Creativity “A Field Study in Syrian Public Universities”

Dr. Said Esber*

Dr. Rami Mohammad**

Yara Ryad Abad***

Abstract

The aim of this research is to determine the impact of organizational values (organizational management values, relationship management values, mission management values, environment management values) on administrative creativity, in a sample of Syrian public universities.

The researcher distributed (500) questionnaires to a facilitated sample of managers, workers, and members of the administrative cadre responsible for making different forms and types of administrative decisions in the following Syrian universities: Damascus University, Tishreen University, Aleppo University, Homs University, and Tartous University. All the distributed questionnaires were retrieved, and then the researcher excluded (13) questionnaires from them because their data were not complete, so the number of questionnaires that were completed was (487) questionnaires. The researcher analyzed the data using statistical analysis software (SPSS 28).

At the end of this research, the researcher reached a set of conclusions, the most important of which are: There is a statistically significant impact of

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

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

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

organizational values (organizational management values, relationship management values, mission management values, environment management values) on administrative creativity in the universities under study.

Keywords: Organizational Values, Administrative Creativity, Syrian Public Universities.

مُقدِّمة:

إن التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم في المجتمعات الحديثة في جميع المجالات المعرفية، التكنولوجية، الاقتصادية والاجتماعية جعلت المنظمات تولي أهمية كبيرة لموضوع القيم التنظيمية التي تتعلق دراستها بالعنصر البشري في علاقاته التفاعلية داخل التنظيم سواء أكانت علاقات إنسانية أم علاقات مهنية أم إدارية وبما يتبناه الأفراد من قيم لها تأثير على جودة المنظمات وفعاليتها وتناسق أدوار ومخرجات ثروتها البشرية.

كما تحتل القيم التنظيمية داخل أي تركيب تنظيمي مكاناً جوهرياً وبارزاً، نظراً لما تؤديه من دور فعال في ضبط وتوجيه السلوك الإنساني ضمن الإطار المقبول والإيجابي في وجود الخيارات المتاحة، فهي تمثل منبع تفسيري تعزى له المواقف السلوكية في المنظمة. فمنظومة القيم في التنظيمات ذات تأثير كبير على سلوكيات الفرد العامل سواء أكان قائد أو مرؤوس، والتمتع في تحول القيم التي كانت تحكم سلوكيات الإداريين من قيم سلبية كان جوهرها النظرة المتدنية والغير تقديرية لمجهودات وإسهامات المورد البشري في العملية الإنتاجية والخدمات إلى قيم إيجابية ومساهمة في تحقيق أهداف التنظيم في ظل المحافظة على هذا النسق القيمي العلني والضمني، يعطي بصمة وهوية للتنظيم والعناصر البشرية المكونة له، ومن ثم فالقيم التنظيمية قاعدة يُبنى عليها الكيان الثقافي لأيّة منظمة.

كما أنَّ الإبداع هو الطريقة التي تلجأ إليها منظمات الأعمال للاستجابة والتكيف مع المتغيرات البيئية لتحقيق مزايا تنافسية على غيرها، فالإبداع ليس إلا رؤية الفرد لظاهرة ما بطريقة جديدة، لذلك يمكن القول إن الإبداع يتطلب القدرة على الإحساس بوجود مشكلة تتطلب المعالجة، ومن ثم القدرة على التفكير بشكل مختلف ومبدع، ومن ثم إيجاد الحل المناسب، ويأتي

الإبداع الإداري مطلباً مهماً وأساسياً لأيّة منظّمة لكونه يدعم قوة أيّة منظّمة في تميزها عن المنظّمات الأخرى، وهذا لا يأتي إلا إذا توفرت بيئة عمل مناسبة وسليمة تدفع الأفراد إلى إبراز قدراتهم الإبداعية وتوظيفها بالشكل المناسب للوصول إلى أفكار وحلول فريدة وملائمة وفي الوقت نفسه يمكن أن تعود بفائدة كبيرة على الأفراد أيضاً.

وبناءً على ما سبق جاءت هذه الدراسة للإحاطة بأثر القيم التنظيمية السائدة في المنظّمة على الإبداع الإداري فيها.

مشكلة البحث:

بناءً على الدراسات السابقة التي اطّلت عليها الباحثة وعلى الدراسة الميدانية التي قامت بها في الجامعات السورية الآتية: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة حلب، جامعة حمص وجامعة طرطوس، أمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الرئيس الآتي:

ما أثر القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية؟

ومن هذا التساؤل انبثقت التساؤلات الفرعية الأربع الآتية:

- ما أثر قيم إدارة المنظّمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة؟
- ما أثر قيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة؟
- ما أثر قيم إدارة المهمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة؟
- ما أثر قيم إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة؟

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: قد تسهم الدراسة الحالية في تقديم إطار نظري مبسّط وتوضيحي لمتغيّرات البحث (القيم التنظيمية، الإبداع الإداري)، الأمر الذي يؤهلها لتكون مرجعاً نظرياً يمكن الاستفادة منه في إثراء المكتبة العربية والمحليّة ومراكز البحث العلمي من جهة، وتشجيع الباحثين لإجراء العديد من الدراسات والأبحاث في هذا المجال من جهة ثانية.

الأهمية العملية: تبرز أهمية هذا البحث كونه محاولة أكاديمية للكشف عن أثر القيم التنظيمية على الإبداع الإداري لدى الجامعات الحكومية السورية في ظل بيئة سريعة التغيّر والنمو

والتطور. كما يلفت انتباه المنظمات السورية بشكل عام، والجامعات محل الدراسة على وجه الخصوص، على جميع الوسائل والأدوات التي تساعد في تحسين مستوى الإبداع الإداري في هذه المنظمات. فضلاً عن المساهمة في تقديم المقترحات والحلول للإدارة العليا في المنظمات الحكومية لتحسين الإبداع الإداري من خلال تطبيق القيم التنظيمية وإبرازها داخل المنظمة، والتركيز على إيجاد سبل لحل المشكلات التي تواجهها المنظمات والتي تؤثر على مستوى الإبداع الإداري، وتساعد على مواجهة الأزمات والتحديات في المستقبل.

أهداف البحث:

تتمثل الأهداف المراد الوصول إليها من هذا البحث في:

- 1- التعرف على واقع تطبيق القيم التنظيمية (قيم إدارة المنظمة، قيم إدارة العلاقات، قيم إدارة المهمة، قيم إدارة البيئة) في الجامعات محل الدراسة.
- 2- معرفة مستوى الإبداع الإداري المحقق في الجامعات محل الدراسة.
- 3- الكشف عن وجود علاقة بين القيم التنظيمية والإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.
- 4- تحديد أثر القيم التنظيمية (قيم إدارة المنظمة، قيم إدارة العلاقات، قيم إدارة المهمة، وقيم إدارة البيئة) على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.
- 5- تقديم مجموعة من المقترحات والنوصيات والتي من شأنها في حال تطبيقها في الجامعات محل الدراسة أن تساهم في تعزيز دور القيم التنظيمية السائدة في تحسين الإبداع الإداري في هذه الجامعات.

فرضيات البحث:

تتمثل الفرضية الرئيسة للبحث بالآتي:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للقيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية.

ومن هذه الفرضية الرئيسة انبثقت الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيم إدارة المنظمة على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية.

- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيم إدارة المهمة على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية.
- 4- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقيم إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات الحكومية السورية.

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي 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 تغطية الجانب النظري على المصادر العربية والأجنبية التي تشتمل 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 الميداني: تم الاعتماد على الاستبانة كمصدر رئيس في الحصول على البيانات والمعلومات، إذ قامت الباحثة بتطوير استبانة وإعدادها وتوزيعها على الكوادر الإدارية في الجامعات محل الدراسة. كما تم استخدام مجموعة من الأساليب والأدوات التحليلية الإحصائية وذلك لوصف عينة البحث، واختبار فرضياته وتحقيق أهدافه، من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS 28) في التحليل، وتمثلت الأساليب الإحصائية بالآتي:
 - تحليل ألفا كرونباخ: للتحقق من مقدار التجانس والاتساق الداخلي لأداة القياس لبيان مدى ثباتها.
 - تحليل الارتباط: للكشف عن الاتساق الداخلي لعبارة أبعاد متغيرات البحث، إضافة لتحديد العلاقة بين هذه الأبعاد.
 - تحليل الانحدار المتعدد: لتحليل أثر مجموعة المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.
 - تحليل الانحدار البسيط: لاختبار أثر كل متغير مستقل على المتغير التابع.
- مجتمع البحث وعينته:

تمثل مجتمع البحث بجميع المديرين والعاملين وأفراد الكوادر البشرية المسؤولة عن اتخاذ أشكال وأنواع مختلفة من القرارات الإدارية في جميع الجامعات الحكومية السورية. أمّا عينة البحث فتمثلت بعينة ميسرة من المدراء والعاملين والكوادر البشرية المسؤولة عن اتخاذ أشكال وأنواع مختلفة من القرارات الإدارية في الجامعات الحكومية السورية الآتية: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة حلب، جامعة حمص وجامعة طرطوس.

حدود البحث:

الحدود المكانية: الجامعات الحكومية السورية الآتية: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة حلب، جامعة حمص وجامعة طرطوس.

الحدود الزمنية: الفترة الزمنية الممتدة من شهر 06-08 لعام 2024.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1- دراسة (بسيوني، 2020) بعنوان: أثر القيم التنظيمية على الإبداع الإداري - دراسة

حالة: شرطة جمارك ولاية البحر الأحمر. هدفت هذه الدراسة إلى قياس العلاقة بين القيم التنظيمية والإبداع الإداري في شرطة جمارك ولاية البحر الأحمر (السودان)، كذلك تحديد مستوى الإبداع الإداري لدى العاملين في شرطة جمارك ولاية البحر الأحمر، واختبار علاقة الارتباط بين القيم التنظيمية السائدة ومستوى الإبداع لدى العاملين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، تم توزيع استمارة الاستبانة على 160 من العاملين في 13 فرعاً من فروع شرطة جمارك ولاية البحر الأحمر، أعيدت منها 134 استمارة صالحة للتحليل، وحُدِّدت فرضيتان رئيستان للبحث تضمنت وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين القيم التنظيمية والإبداع الإداري. خلصت الدراسة إلى أنَّ هناك علاقة ارتباط معنوية بين

قيم المنظمة والإبداع الإداري من جهة، وبين قيم إدارة العلاقات والإبداع الإداري من جهة ثانية، غير أنه لم يكن هناك ارتباط معنوي بين قيم إدارة البيئة والإبداع الإداري.

2- دراسة (الدوسري، 2023) بعنوان: العلاقة بين القيم التنظيمية والإبداع الإداري لدى

القيادات النسائية بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن في الرياض، السعودية. هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الإبداع الإداري وعلاقته بالقيم التنظيمية لدى القيادات النسائية بجامعة الأمير نورة بنت عبد الرحمن بالرياض. قامت الباحثة بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الأولية من مجتمع الدراسة الذي كان يتكون من جميع القيادات النسائية من رئيسات الأقسام والمشرفات الإداريات والبالغ عددهن 115، وتم اختيار عينة عشوائية عددها 94 مشاهدة من مجتمع الدراسة. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على أبعاد كل من الإبداع الإداري (الحساسية للمشكلات، المرونة، الطلاقة) وبيئة العمل الداخلية (قيم المنظمة، قيم إدارة العلاقات، قيم البيئة) كانت بشكل عام متوسطة، كما بينت النتائج أيضاً وجود تأثير وعلاقة طردية بين الإبداع الإداري والقيم التنظيمية، بالإضافة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية في آراء عينة الدراسة نحو محاورها باختلاف متغيراتهم الشخصية والوظيفية (الجنس، العمر، المسمى الوظيفي، وسنوات الخبرة).

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Boston, 2019) بعنوان:

The effect of organizational Values and administrative creativity on job satisfaction and organizational commitment

أثر القيم التنظيمية والإبداع الإداري على الرضا الوظيفي والسلوك التنظيمي

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر القيم التنظيمية، وأثر الإبداع الإداري بالمنظمات الصينية على درجة الرضا الوظيفي والسلوك التنظيمي، والتعرف على التأثيرات المتباينة لأنواع القيم التنظيمية، وأوجه الإبداع الإداري في المنظمات على درجة الرضا الوظيفي. وشملت عينة الدراسة على 465/ منظمة، استخدمت استبانتان وزعت على العاملين، ومديري الموارد

البشرية، كما استخدمت الارتباط والإحصاء الوصفي لقياس أثر المتغيرات. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: تؤثر القيم التنظيمية على الرضا الوظيفي، سواء أكان ذلك بشكل إيجابي أم بشكل سلبي، فالقيم التنظيمية الجامدة تسبب انخفاض الرضا الوظيفي، وترفع القيم التنظيمية المرنة نسبة الرضا الوظيفي، والقيادة بالمشاركة، وتؤدي إلى تشجيع الموظفين على إنجاز العمل، وترفع درجة الرضا الوظيفي، وتزيد الإنتاجي، وتؤثر القيم الوطنية بشكل متوسط على المتغيرات الديموغرافية، والمتغيرات القيادية، وتؤثر القيم التنظيمية على الرضا الوظيفي والإقبال على العمل.

2- دراسة (Bergen, 2023) بعنوان:

An analysis of the relationship between job satisfaction and organization values on administrative creativity

تحليل العلاقة بين الرضا الوظيفي وقيم المنظمة على الإبداع الإداري

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الرضا الوظيفي والقيم التنظيمية والإبداع الإداري في جنوب آسيا من خلال توضيح العلاقة بين الرضا الوظيفي والقيم التنظيمية والإبداع الإداري التي تُعزى لاختلاف الجنس والمستوى التعليمي ومدة الخدمة الوظيفية لاستنباط مساهمة هذه العوامل والتأثيرات على التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات. حيث تم توزيع استبيان على أفراد العينة وإجراء مقابلات مع الموظفين، وتم جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها تشابه رؤية الباحثين للعلاقة بين الرضا الوظيفي والقيم التنظيمية والإبداع الإداري، بالرغم من اختلاف المستوى التعليمي والجنس، وإن القيم التنظيمية تساهم بدرجات متباينة في ارتفاع معدلات الرضا الوظيفي، وإن الإبداع الإداري يساهم بدرجة كبيرة في تطوير القيم التنظيمية وتحسين الأداء.

القسم النظري:

أولاً: مفهوم القيم التنظيمية، أهميتها وخصائصها:

تختلف القيم التنظيمية في مفهومها وطبيعتها ووظيفتها عن سائر القيم الأخرى سواء أكانت دينية أم سياسية أم فكرية، على الرغم من أنها ترتبط بها وتستمد منها بعض الخصائص، فالقيم

التنظيمية تتصف بارتباطها المباشر بالسلوك التنظيمي، ومن ثم فهي تتحدد من خلال العلاقات التي تربط العاملين برؤسائهم ومرؤوسيهم وبزملائهم والمتعاملين معهم. يُعد مفهوم القيم التنظيمية من المفاهيم التي اكتسبت أهمية في القرن العشرين، ولقد كان أول من حاول التعرف على أهمية هذا المفهوم كان (Peter and Waterman, 1982) من خلال وضعهم لنموذج إطار ميكانيزم يشمل سبع متغيرات رئيسة تؤثر بشكل مباشر على تحقيق النجاح لأية منظمة والتي تعتمد بصورة مركزية على مشاركة القيم فيما بين العاملين بتلك المنظمة، أطلق عليها فيما بعد القيم التنظيمية التي تم الإشارة إلى أنها عبارة عن نسيج يضم مفاتيح السلوك الفردي والتنظيمي وأسس المنظمات المعاصرة (Tom, 1995, 77). يشير نعوني إلى أن القيم التنظيمية تُعبر عن طريقة تفكير المنظمة وتحركاتها المعتادة، والتي تكون في أغلب الأحيان معلومة - ولو جزئياً - من قبل أعضائها، وتُعتبر طريقة التفكير هذه، عنصراً أساسياً في التفريق بين المنظمات الناجحة والغير ناجحة، فقد أصبح من المنقّق عليه اليوم، أن المنظمات الناجحة تتميز بنسق قيم يختلف عن المنظمات الفاشلة، فبعد دراستهما لـ 500 شركة الأكثر نجاحاً، وجد كلا من كينيثلنكارد ومايكل أوكونور أن هناك قيم مشتركة بين الشركات الناجحة (نعومي، 2014، 166).

ويذكر Knoxx أن القيم المشتركة بين العاملين والتفاعل الداخلي لأفراد المنظمة قد يشكلان نظاماً قوياً وفعالاً داخل المنظمة يمكن الإدارة من السيطرة التامة على مجريات الأمر (Knoxx, 2023, 42)، أمّا Somers فيضيف بأن القيم التنظيمية التي تسعى إلى رقي المبادئ الأخلاقية في التنظيم تحصد عدداً من الفوائد الهامة، وتحقق أقل الأخطاء في العمل، وأعلى درجات الالتزام الوظيفي، وتشمل التنظيمات الرسمية وغير الرسمية، وتصبح المبادئ السلوكية للعاملين (Malik, 2023, 92).

وبناءً عليه ترى الباحثة أن القيم عموماً هي اعتقاد راسخ بأن التصرف بطريقة معينة هو أفضل من التصرف بأية طريقة أخرى متاحة، وأن اتخاذ هدف معين للحياة يكون أفضل من اختيار هدف آخر متاح. ومفهوم القيم في منظمات الأعمال هي: عبارة عن معايير مُعترف بها ومقبولة تعمل على توجيه سلوك الأفراد في جميع المستويات نحو تحقيق أهداف المنظمة.

يشير (أحمد، 2018، 39) ويتفق معه (Derek, 2021, 69) بأن أهمية القيم التنظيمية تكمن في النقاط الآتية:

- توسيع المدارك الفكرية وتوجيه جهود المنظمة نحو المجالات الريادية المختلفة.
- تحديد نوعية الأعمال الموكلة إلى الأفراد العاملين وكذلك إلى المنظمة التي ترغب في أن تكون أو لا تكون ضمن مجالات العمل.
- توضيح توقعات المنظمة بما يضمن توجهاً للسلوك لدى الأفراد العاملين لديها.
- العمل على استقطاب الأفراد العاملين ذوي الخبرات الميدانية والمهارات القيادية داخل المنظمة.
- تتبع أسلوباً محدداً تساهم في توجيه العمل داخل المنظمة.
- تحدد أساسيات وأولويات العمل بما يسهم في تعزيز العمل داخل تلك المنظمة.

تتسم القيم التنظيمية بمجموعة من الخصائص يمكن تحديدها على الشكل الآتي: (السليمان، 2021، 92)

- **نسبية:** فهي تختلف من فرد لآخر داخل التنظيم على اختلاف رغبات أعضائه وظروفهم من جهة واختلاف ثقافة التنظيم السائدة من جهة أخرى. والقيم نسبية مكاناً وزماناً، أي أنها تختلف وتتغير في المجتمع الواحد بما يطرأ على نظمه من تطور وتغيير، وهي في تطورها وتغيرها تخضع للمناسبات الاجتماعية في التاريخ كما تخضع لظروف الوسط الثقافي الذي توجد فيه، ذلك لأن القيم ليست واحدة أو عامة في جميع المجتمعات البشرية، وإنما هي نسبية تختلف باختلاف الجماعات الإنسانية ونماذجها الثقافية والدينية والسياسية والجمالية. والقول بأن القيم نسبية لا يعني أنها تختلف باختلاف الثقافات فحسب، بل يعني أنها تختلف في الثقافة الواحدة وفي المجتمع الواحد باختلاف أقاليمه المحلية أي باختلاف ثقافته الفرعية واختلاف الطبقات الاجتماعية والجماعات المهنية.
- تؤثر في الاتجاهات والآراء والأنماط السلوكية بين الأفراد داخل التنظيم.
- معروفة ومرغوبة لدى أفراد التنظيم لأنها تشبع حاجاتهم.
- ذات طبيعة ذاتية اجتماعية.

- ذات طبيعة عامة وسط مجتمع التنظيم.
- تجريدية: القيم معانٍ مجردة تتسم بالموضوعية والاستقلالية تتضح معانيها الحقيقية في السلوك الذي تمثله والواقع الذي يعيشه الفرد.
- متدرجة: ومعنى تدُّج القيم أنَّها تنتظم في سلم قيمي متغير ومتفاعل، حيث تُرتَّب القيم عند الفرد ترتيباً هرمياً تهيمن بعض القيم على بعضها الآخر.
- وجود مساحة عريضة من القيم تتناسب وأنواع المواقف التي يمكن للفرد المفاضلة والاختيار من بينها.
- إمكانية التغيير في بناء القيم إذ أنَّها لا تتخذ مرتبة ثابتة في نفس الفرد بل ترتفع وتخفض.

ثانياً: أبعاد القيم التنظيمية:

يمكن إيضاح أبعاد القيم التنظيمية على الشكل الآتي:

أولاً: قيم إدارة المنظمة:

تشير قيم إدارة المنظمة إلى ضرورة تعامل المنظمة مع القضايا والمواضيع ذات الصلة بالنفوذ داخل تلك المنظمة والتأكد من وضوح دور الإدارة في تحديد الأشخاص المخولين للقيام بأدوار مهمة داخل المنظمة (قريشي، 2019، 47).

ولقد استعرضت العديد من الدراسات كدراسة (فلوس، 2018، 74) ودراسة (Harding, 2022, 91) ودراسة (القرني، 2023، 218) ودراسة (شلاي، 2024، 144) قيم المنظمة على الشكل الآتي:

1- الصَّفوة: والتي يُعدُّ فيها المدير هو صاحب القرار الأعلى والأهم داخل المنظمة والذي يجب أن يتمتع بكاريزما قوية تؤهله إلى حجم المسؤولية الملقاة على عاتقه، ولذلك فإن اختيار أولئك الأفراد القادرين على قيادة المنظمة لابد من وضعهم تحت معايير موضوعية واضحة بعيدة عن المحسوبية والبحث عن الكفاءات الشخصية، حيث يتم العمل على تبني مفهوم النخبة دائماً في القمة.

2- القوة والنفوذ: تركز إدارة المنظمة على القوة، إذ أنَّ القوة والنفوذ بينهما علاقة تبادلية منسجمة، فالأول يؤثر على الثاني من خلال توجيه السلوك وإحداث تغيير في سلوك الفرد الآخر، على اعتبار أنَّ هذا التغيير قد لا يرقى إلى المستوى المطلوب من قبل المدراء

وأصحاب النفوذ والقرار، ومع أنَّ الإدارة الحديثة النّاجحة هي التي تدرك أهميّة النفوذ الذي يملكه الأفراد من خلال مركزهم الوظيفي الذي يسمح لهم باتّخاذ القرار والتأثير على مجريات الأمور. فالمناصب القياديّة يجب أن يشغلها أفراد ذوو كفاءة عالية وتتناسب مع حجم المسؤولية الموكلة إليهم، وبالتالي اختيار هؤلاء الأفراد يكون بإتباع معايير موضوعيّة بعيدة عن المحاباة والذاتيّة.

3- المكافأة: وتأتي بعد تحديد الأداء النّاجح للأفراد الذين يديرون المنظّمة، فمكافأتهم تعتبر أمراً مهمّاً، حيث تسعى المنظّمات النّاجحة إلى بناء الفرد وتعزيزه من خلال تحفيزه بالحوافز الماديّة والمعنويّة، وذلك للمتّزمين بقيم المنظّمة والعاملين على رفع أدائهم.

ثانياً: قيم إدارة العلاقات:

إدارة العلاقات هي العمليّة التي تعمل من خلالها المنظّمة على إيجاد جو من النّقة والاحترام المتبادلين داخل بيئة العمل، حيث تساهم العلاقات الإنسانيّة في توحيد الأهداف وتنميّة الأخلاق وازدهارها. ولقد استعرضت العديد من الدّراسات كدراسة (فلوس، 2018، 80) ودراسة (Harding, 2022, 93) ودراسة (القرني، 2023، 222) ودراسة (شلالى، 2024، 152) قيم إدارة العلاقات على الشّكل الآتي:

1- العدل: أي العمل بطريقة عادلة، ذلك أنّ العدالة من القضايا الأساسيّة لحسن سير المنظّمات، يؤثر بها الرؤساء على نوعيّة الحياة التي يعيشها مرؤوسيه، حيث تعزّز لديهم النّقة في الإدارة، والولاء للمنظّمة، كما أنّ العدل هو أساس العلاقات الصّحيحة في العمل.

2- العمل الجماعي: إنّ المساواة في التّعامل مع الأفراد تكون تحت سقفٍ واحد بعيداً عن الاختلافات في الخصائص الفكريّة والقواعد والإجراءات المتّبعة، حيث توفر فرق العمل الجماعي فرصة مناسبة للاستفادة من الخبرات والمهارات التي يتمتّع بها الأفراد العاملون في المنظّمة، الأمر الذي يساهم في تحقيق انسجام تام بين المهارات والقدرات التي يمتلكها الأفراد العاملون في المنظّمة بما يعزز من قدرتها على مواجهة التّحديات والصّعوبات أثناء العمل وخارجه.

3- القانون والنّظام: الإدارة النّاجحة هي التي تبتكر وتدير باحترام نظاماً مناسباً من القواعد والإجراءات التي تخول المديرين أن يحكموا كقضاة عادلين بين مرؤوسيه، حيث يُعدُّ

القانون والنظام أساس السلوك، لذلك لابد من القيام بدور مهم نحو تطوير نظام مناسب يشمل القواعد والإجراءات المتبعة لتحقيق القانون والعدالة داخل المنظمة.

ثالثاً: قيم إدارة المهمة:

يُشار إلى إدارة المهمة بأنها تلك القيم التي تعمل على الاهتمام بتحسين مستوى أداء العمل وتحقيق الأهداف بما تحويه من كفاءة وفعالية واقتصاد (قريشي، 2019، 48)، ولقد استعرضت العديد من الدراسات كدراسة (الطيب، 2020، 92) ودراسة (Mecum, 2020, 56) ودراسة (حميد، 2021، 222) ودراسة (الدوسري، 2023، 77) قيم إدارة المهمة على الشكل الآتي:

- 1- **الاقتصاد:** إن فشل الأعمال التجارية غالباً ما يكون سببه ارتفاع تكاليف التنظيم، وهذه القيمة بمثابة معيار أساسي لنجاح المنظمة، حيث أن غياب مظاهر الرقابة على أداء المنظمات يُعدّ عاملاً رئيساً في فشل العمل الإداري والتنظيمي لها، فالإسراف وهدر المال وعدم اللامبالاة يوقع تلك المنظمات في حرج اقتصادي، هي في غنى عنه أصلاً.
- 2- **الفعالية:** تعتبر الفعالية من الجوانب المهمة التي تركز على نجاح الإدارة، فنجاح الإدارة يتوقف على كفاءة المنظمة ونجاحها في تحقيق أفضل النتائج، وهي مرهونة بالإجراءات والطرق السليمة التي تتبعها تلك المنظمة، كما وتعني تركيز الإدارة الناجحة على اختيار الأنشطة ذات الفائدة المرجوة والتي تعود بنتائج تنبئ العمل الإداري الصحيح.
- 3- **الكفاءة:** وتشير إلى أنّ المنظمات الناجحة تعمل على إنجاز الكثير من المهمات الموكلة إليها بطريقة متقنة وهو ما تصبو إليه المنظمات العاملة بصورة دائمة.

رابعاً: إدارة البيئة:

تشير الدراسات الحديثة إلى أنّ بيئة المنظمات تكون ممزوجة بالتنافس الحقيقي فيما بينها، حيث تسعى كل منظمة إلى إثبات وجودها من خلال ما تعرضه من حقائق تدلّ على مكانتها. ولقد استعرضت العديد من الدراسات كدراسة (بسيوني، 2020، 39) ودراسة (Harding, 2022, 117) ودراسة (الدوسري، 2023، 79) ودراسة (Thirio, 2024, 101) قيم إدارة البيئة على الشكل الآتي:

1- الدفاع: فالمنظمات الناجحة تسعى إلى وضع خطط بديلة ووقائية تسمح لها بالدفاع عن نفسها في مواجهة أي طارئ قد يحدث لها، كما أن الدفاع عن أساسيات المنظمة يُعدُّ نجاحاً كبيراً لردع أيّة تهديدات حقيقية خارجية قد تعترض عمل المنظمة، وبذلك تتوفر للمنظمة إمكانيات البقاء والاستمرارية.

2- التنافس: يهدف التنافس الحقيقي إلى تبني قيمة البقاء للأصلح والأفضل من بين المنظمات المتنافسة، وبالتالي تتخذ كل منظمة الخطوات الضرورية اللازمة من أجل بناء تنافس حقيقي وقوي يسهم في رفع مكانة المنظمة.

3- استغلال الفرص: تسعى المنظمة الناجحة إلى استغلال وانتهاز جميع الفرص المتاحة بسرعة قبل أن تصل إليها المنظمات المنافسة، رغم ما قد يرافق ذلك من مخاطر، فالفرص إذا ما أتيحت فإنّه من الضروري على المنظمات التوجّه نحوها واستخدام جميع الطرق والوسائل الممكنة لاقتناصها، وهو ما يعني أنّه يجب على المنظمة أن تتبني قيمة من يجرأ يكسب.

ثالثاً: مفهوم الإبداع الإداري، أهميته ومبادئه:

يُعرّف الإبداع بأنه ابتكار أفكار وحلول جديدة لحلّ المشكلات، ويشمل الإبداع تطوير المواد المنتجة والعمليات وعمليات الإنتاج المختلفة، وتجهيز السوق والآلات والمعدات وطرق التصنيع والقدرة على تطوير أنظمة العمل المختلفة، وتظهر نتائج التطوير والتدريب على شكل زيادة في الإنتاجية والجودة (الخليل، 2018، 48). كما عرّف الإبداع الإداري بأنه إجراء تحسين فائق في الإستراتيجيات أو السياسات أو الإجراءات وأدوات وأساليب العمل ومراجعتها من وقت إلى آخر لضمان جودة العمل (Delgaty, 2021, 71). وكما يمكن تعريفه بأنه: ابتكار آلية جديدة للعمل عن طريق التوظيف الأمثل للإمكانيات المتاحة من أجل الوصول للهدف بأقلّ تكلفة وأسرع وقت ممكن (Bergen, 2023, 25).

وبناءً عليه ترى الباحثة أنه يمكن تقسيم مفهوم الإبداع الإداري إلى قسمين، وهما:

1- العملية الإبداعية: إذ يجب أولاً على الفرد أن يخطر في بعض الأساليب المعرفية والسلوكية، مثل: أسلوب ربط الأفكار من عدة مصادر، وإجراء البحث الشامل الذي من

الممكن أن يساعد في تطوير وتعزيز قدرات الشخص حتى يصبح أكثر إبداعاً في العمل، فالعملية الإبداعية هي عملية متكررة وتتضمن إيجاد حل للمشكلات بطريقة جديدة.

2- النتيجة: يُعد الإبداع الإداري بشكل أساسي عملية إنتاج الأفكار أو حل المشكلات أو ابتكار العمليات الجديدة والمفيدة، وحدث النفع والفائدة شروط ضرورية لكي يعتبر التفكير إبداعياً، لذلك حتى لو كانت الفكرة جديدة جداً، فإذا لم تكن مفهومة أو مفيدة، فلا تُعد فكرة إبداعية.

تتمثل أهمية الإبداع الإداري بالنقاط الآتية: (Larry, 2022, 56) (Boston, 2019, 79)

- تواجه جميع المنظمات (ومنها المنظمات التعليمية على وجه التحديد) حالياً ومستقبلاً مرحلة صعبة من التغيير.
- حاجة جميع المنظمات (وخاصة الخدمية منها) إلى زيادة قدرتها التنافسية وتقديم خدماتها بشكل أفضل.
- يزيد الإبداع من تقدم المنظمات وقابليتها للتكيف مع المتغيرات وزيادة المرونة في عملياتها الإدارية والفنية المستمرة.
- يساعد الإبداع على اكتشاف ودعم قدرات الأفراد الذاتية وتوجيهها نحو تطوير المنظمة.
- يساعد الإبداع في تحقيق الذات والشعور بالإنجاز لجميع العاملين في المنظمة.
- تطوير وتنمية معارف ومهارات الأفراد والتأثير على اتجاهاتهم وسلوكهم.
- يساهم في بناء الثقة لدى الأفراد العاملين ويوضح لهم مسارات التطوير والتجديد في منظماتهم.
- يساعد الفرد على التغلب على المعوقات الشخصية التي تحول دون قدرته على التعبير عن إمكاناته الإبداعية.
- يدفع الأفراد إلى الدخول في منافسات التحدي والنمى مع الآخرين.
- يساعد الأفراد في إعادة تحديد أهدافهم عن العمل، وبالتالي قدرتهم على الظهور بصور إبداعية متجددة ومستمرة.

ويمكن إيجاز أهم المبادئ الأساسية للإبداع الإداري بالآتي: (البغدادي، 2019، 156)
(Кнохх, 2023, 69)

- إفراح المجال لأية فكرة لكي تولد وتنمو ما دامت في الاتجاه الصحيح وفي خدمة الصالح العام، ولم يُقطع بعد بخطئها أو فشلها. فالابتكار قائم على الإبداع لا تقليد الآخرين، ويجب أن يُعطى الأفراد حرية كبيرة ليبدعوا على أن تتركز هذه الحرية في المجالات الرئيسية للعمل، وتصب في الأهداف الأهم.
- الاعتناء بتنمية ورعاية الأفراد لأنهم مصدر قوة اقتصادية بشرية لتنمية وتطوير مسار المنظمة مما يجعلها الأكبر والأفضل والأكثر ابتكاراً وربحاً، ولتكن المكافأة على أساس الجدارة واللياقة مع احترام وتشجيع وتنمية الأفراد بإتاحة الفرص لهم للمشاركة في القرار، وتحقيق النجاحات للمنظمة، وذلك كفيل بأن يبذلوا قصارى جهدهم لأداء العمل على الوجه الأكمل، فالمنظمة ما هي إلا مجموعة جهود أبنائها وتضاههم.
- التخلي عن الروتين واللامركزية في التعامل، مما ينمي القدرة الإبداعية، وهي تساوي ثبات القدم في سبيل التقدم والثقة والنجاح.
- تحويل العمل إلى شيء ممتع لا وظيفة فحسب، وذلك بأن يتم تحويل النشاط إلى مسؤولية، والمسؤولية إلى طموح.
- التجديد المستمر للنفس والفكر والطموحات، وهذا لا يتحقق إلا إذا شعر الفرد بأنه يتكامل في عمله، وأنه يبني نفسه وشخصيته أيضاً، فهذا الشعور الحقيقي يدفعه لتفجير الطاقة الإبداعية الكامنة بداخله، وتوظيفها في خدمة الأهداف.
- التطلع إلى الأعلى دائماً، لأنه يحرك حوافز الأفراد إلى العمل وبذل المزيد ومن ثم يجب السعي إلى تحقيق الأهداف الأبعد باستمرار، وكلما تحقق هدف يجب النظر إلى الهدف الأبعد لضمان مسيرة فاعلة ومستمرة ومتكاملة للفرد وللمنظمة.
- يجب ملاحظة تجارب الآخرين وتقويمها، وأخذ الجيد وترك الرديء، مع وضع التعديلات اللازمة للأفضل.
- لا ينبغي ترك الفكرة الجيدة التي تفتقد إلى آليات التنفيذ، بل يجب وضعها في البال، وتعرض للمناقشة، فكثير من الأفكار الجديدة تتولد مع مرور الزمن، والمناقشة المتكررة ربما تعطي مقدرة على تنفيذها، وربما لم تصل المناقشة الأولى والثانية إلى تمام نضجها، فتكتمل في المحاولات الأخرى.

- يجب إعطاء التعلم عن طريق العمل أهمية كبرى، لأنه الطريق الأفضل لتطوير الكفاءات وتوسيع النشاطات.
- من المهم جداً أن يعتقد الأفراد أن أعمالهم الإبداعية ستعود بمنافع أكثر لهم وللمنظمة، كما أنها ستجعلهم في محط الرعاية الأكثر والاحترام الأكبر.

القسم العملي:

1- أداة الدراسة:

بعد إطلاع الباحثة على مجموعة من الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية التي تناولت دراسة وتحليل أثر القيم التنظيمية على الإبداع الإداري، وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها في الجامعات السورية الآتية محل الدراسة: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة حلب، جامعة حمص وجامعة طرطوس، قامت الباحثة بتصميم استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث.

قامت الباحثة بتوزيع (500) استبانة على عينة ميسرة من العاملين في الجامعات محل الدراسة (المديرين والعاملين وأفراد الكوادر الإدارية المسؤولة عن اتخاذ أشكال وأنواع مختلفة من القرارات الإدارية)، تم استرداد جميع الاستبانات الموزعة، ثم قامت الباحثة باستبعاد (13) استبانة منها لعدم استكمال بياناتها، وبذلك يكون عدد الاستبانات التي تم تفرغها هو (487) استبانة. قامت الباحثة بتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS 28).

2- اختبار صدق وثبات الاستبانة:

تم التأكد من صدق الاستبانة بأن قامت الباحثة بعرضها على (4) من المحكمين المتخصصين في الإدارة والإحصاء. وفي ضوء الملاحظات والتوجيهات التي قدمها المحكمون قامت الباحثة بإجراء التعديلات التي تركّزت معظمها في تحسين صياغة بعض العبارات وحذف بعض العبارات غير الملائمة.

تم التأكد من "ثبات الاستبانة" بأن قامت الباحثة بحساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة من جهة، ولجميع فقرات الاستبانة من جهة ثانية. يتم 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:

الجدول رقم (1): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

ت	البُعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
1	قيم إدارة المنظّمة	6	0.827
2	قيم إدارة العلاقات	7	0.791
3	قيم إدارة المهمة	7	0.897
4	قيم إدارة البيئة	7	0.763
5	الإبداع الإداري	18	0.879
	جميع أبعاد الاستبانة معاً	45	0.856

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يظهر من الجدول السابق أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة وأكبر من القيمة (0.60) لكل محور من محاور الاستبانة، فهي تتراوح بين (0.763) و (0.897)، أمّا قيمة هذا المعامل لجميع محاور الاستبانة مجتمعة فقد بلغت (0.856). وبذلك يمكن القول أنّ الاستبانة تتمتع بدرجة جيدة جداً من الصدق والثبات، ممّا يعني أنّها قابلة للتوزيع على أفراد العينة وصالحة للحصول على البيانات المطلوبة.

3- اختبار فرضيات البحث:

1/3- اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد قيم إدارة المنظّمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة.

لاختبار هذه الفرضية تمّ استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر قيم إدارة المنظّمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

أثر القيم التَّنْظِيمِيَّة على الإبداع الإداري
"دراسة ميدانيَّة في الجامعات الحكوميَّة السُّوريَّة"

الجدول رقم (2): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر قيم إدارة المنظَّمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة

الإبداع الإداري									المتغيّرات
اختبار T		معامل الانحدار β	معامل الثبات B ₀	DF	اختبار F		R Square	R	
Sig.	T				Sig.	F			
.000 ^b	15.442				0.607	1.312			
				485					
				486					

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التَّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يوضَّح الجدول (2) أثر قيم إدارة المنظَّمة كأحد أبعاد القيم التَّنْظِيمِيَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين قيم إدارة المنظَّمة والإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة (0.729) عند مستوى دلالة (0.05)، ممَّا يعني أنَّ الارتباط طردي ومقبول. أمَّا معامل التَّحديد (R Square) فقد بلغت قيمته (0.531)، أي أنَّ قيم إدارة المنظَّمة كأحد أبعاد القيم التَّنْظِيمِيَّة تفسِّر (53%) من التَّغيُّرات في الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة، أمَّا باقي النِّسبة فتعود إلى تأثير متغيِّرات أخرى. أمَّا معامل التَّأثير (β) فقد بلغت قيمته (0.607)، وهذا يعني أنَّ الزَّيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بقيم إدارة المنظَّمة يودِّي إلى الزَّيادة في الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة بقيمة (0.607). ويؤكِّد معنويَّة هذا التَّأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (238.471)، وهي دالَّة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكِّد عدم صحة قبول الفرضيَّة الفرعيَّة الأولى، وعليه ترفض الفرضيَّة الصفرية وتقبل الفرضيَّة البديلة التي تنصُّ على: وجود أثر ذو دلالة إحصائيَّة لقيم إدارة المنظَّمة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة. وعليه يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي على الشَّكل الآتي:

$$Y = 1.312 + 0.607 X$$

حيث أنَّ: (y) يمثل المتغيِّر التابع (الإبداع الإداري)، (x) يمثل المتغيِّر المستقل (قيم إدارة المنظَّمة).

2/3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد قيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر قيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (3): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر قيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة

الإبداع الإداري									المتغيّرات
اختبار T		معامل الانحدار β	معامل الثبات B_0	DF	اختبار F		R Square	R	
Sig.	T				Sig.	F			
.000 ^b	34.521	0.438	3.725	1 485 486	.000 ^b	282.531	0.743	0.862 ^a	قيم إدارة العلاقات

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يوضح الجدول (3) أثر قيم إدارة العلاقات كأحد أبعاد القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين قيم إدارة العلاقات والإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة (0.862) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يعني أن الارتباط طردي ومتين. أما معامل التحديد (R Square) فقد بلغت قيمته (0.743)، أي إن قيم إدارة العلاقات كأحد أبعاد القيم التنظيمية تفسر (74%) من التغيرات في الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، أما باقي النسبة فتعود إلى تأثير متغيرات أخرى. أما معامل التأثير (β) فقد بلغت قيمته (0.438)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بقيم إدارة العلاقات يؤدي إلى الزيادة في الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة بقيمة (0.438). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (282.531)، وهي دالة عند مستوى

$(\alpha \leq 0.05)$ ، وهذا يؤكِّد عدم صحة قبول الفرضيَّة الفرعيَّة الثانيَّة، وعليه ترفض الفرضيَّة الصفرية وتقبل الفرضيَّة البديلة التي تنصُّ على: وجود أثر ذو دلالة إحصائيَّة لقيم إدارة العلاقات على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة. وعليه يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي على الشَّكل الآتي:

$$Y = 3.725 + 0.438 X$$

حيث أنَّ: (y) يمثل المتغيِّر التابع (الإبداع الإداري)، (x) يمثل المتغيِّر المستقل (قيم إدارة العلاقات).

3/3- اختبار الفرضيَّة الفرعيَّة الثالثَّة:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيَّة لُبعد قيم إدارة المهمَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة.

لاختبار هذه الفرضيَّة تمَّ استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر قيم إدارة المهمَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة، وكانت النَّتائج على الشَّكل الآتي:

الجدول رقم (4): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر قيم إدارة المهمَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة

الإبداع الإداري									المتغيّرات
اختبار T		معامل الانحدار β	معامل الثبات B ₀	DF	اختبار F		R Square	R	
Sig.	T				Sig.	F			
.000 ^b	22.947	0.529	2.631	1 485 486	.000 ^b	251.119	0.571	0.765 ^a	قيم إدارة المهمة

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يوضِّح الجدول (4) أثر قيم إدارة المهمَّة كأحد أبعاد القيم التَّنْظِيميَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلَّ الدِّراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين قيم إدارة المهمَّة والإبداع

الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة (0.765) عند مستوى دلالة (0.05)، ممّا يعني أنّ الارتباط طردي ومقبول. أمّا معامل التّحديد (**R Square**) فقد بلغت قيمته (0.571)، أي أنّ قيم إدارة المهمّة كأحد أبعاد القيم التّنظيميّة تفسّر (57%) من التّغيّرات في الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة، أمّا باقي النسبة فتعود إلى تأثير متغيرات أخرى. أمّا معامل التّأثير (**β**) فقد بلغت قيمته (0.529)، وهذا يعني أنّ الزّيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بقيم إدارة المهمّة يؤدّي إلى الزّيادة في الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة بقيمة (0.529). ويؤكّد معنويّة هذا التّأثير قيمة (**F**) المحسوبة التي بلغت (251.119)، وهي دالّة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكّد عدم صحة قبول الفرضيّة الفرعيّة الثالثة، وعليه ترفض الفرضيّة الصّفرية وتقبل الفرضيّة البديلة التي تنصّ على: وجود أثر ذو دلالة إحصائيّة لقيم إدارة المهمّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة. وعليه يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي على الشّكل الآتي:

$$Y = 2.631 + 0.529 X$$

حيث أنّ: (**y**) يمثل المتغيّر التابع (الإبداع الإداري)، (**x**) يمثل المتغيّر المستقل (قيم إدارة المهمّة).

4/3- اختبار الفرضيّة الفرعيّة الرّابعة:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة لبُعد قيم إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة.

لاختبار هذه الفرضيّة تمّ استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقّق من أثر إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدّراسة، وكانت النّتائج على الشّكل الآتي:

أثر القيم التَّنْظِيمِيَّة على الإبداع الإداري
"دراسة ميدانية في الجامعات الحكومية السُّوريَّة"

الجدول رقم (5): نتائج تحليل الانحدار البسيط لأثر قيم إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة

الإبداع الإداري									المتغيّرات
اختبار T		معامل الانحدار β	معامل الثبات B_0	DF	اختبار F		R Square	R	
Sig.	T				Sig.	F			
.000 ^b	14.943				0.669	1.145			
				485					
				486					

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التَّحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يوضّح الجدول (5) أثر قيم إدارة البيئة كأحد أبعاد القيم التَّنْظِيمِيَّة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين قيم إدارة البيئة والإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة (0.713) عند مستوى دلالة (0.05)، ممّا يعني أنّ الارتباط طردي ومقبول. أمّا معامل التَّحديد (R Square) فقد بلغت قيمته (0.508)، أي أنّ قيم إدارة البيئة كأحد أبعاد القيم التَّنْظِيمِيَّة تفسّر (51%) من التَّغيّرات في الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة، أمّا باقي النسبة فتعود إلى تأثير متغيرات أخرى. أمّا معامل التَّأثير (β) فقد بلغت قيمته (0.669)، وهذا يعني أنّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بقيم إدارة البيئة يؤدي إلى الزيادة في الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة بقيمة (0.669). ويؤكد معنويّة هذا التَّأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (223.294)، وهي دالّة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضيّة الفرعيّة الرابعة، وعليه ترفض الفرضيّة الصفرية وتقبل الفرضيّة البديلة التي تنصّ على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقيم إدارة البيئة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدِّراسة. وعليه يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي على الشَّكل الآتي:

$$Y = 1.145 + 0.669 X$$

حيث أنّ: (y) يمثل المتغيّر التابع (الإبداع الإداري)، (x) يمثل المتغيّر المستقل (قيم إدارة البيئة).

5/3- اختبار الفرضية الرئيسة:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد القيم التنظيمية مجتمعة على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر أبعاد القيم التنظيمية مجتمعة على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول رقم (6): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر القيم التنظيمية مجتمعة على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة

الإبداع الإداري								المتغيّرات	
اختبار T		معامل الانحدار β	معامل الثبات B ₀	DF	اختبار F		R Square		R
Sig.	T				Sig.	F			
.000 ^b	3.323	0.164	0.640	1	.000 ^b	277.956	0.732	0.856 ^a	قيم إدارة المنظّمة
.000 ^b	1.049	0.060		485					قيم إدارة العلاقات
.000 ^b	4.245	0.232		486					قيم إدارة المهمّة
.000 ^b	5.741	0.271							قيم إدارة البيئة

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 28)

يوضح الجدول (6) أثر جميع أبعاد القيم التنظيمية "مجتمعة" على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين أبعاد القيم التنظيمية "مجتمعة" والإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة (0.856) عند مستوى دلالة (0.05)، مما يعني أن الارتباط طردي ومتين. أما معامل التحديد (R Square) فقد بلغت قيمته (0.732)، أي أن

أبعاد القيم التنظيمية "مجتمعة" تفسر (73%) من التغيرات في الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة، أما باقي النسبة فتعود إلى تأثير متغيرات أخرى. أما معامل التأثير (β) فقد بلغت قيمته (0.164) لبعد قيم إدارة المنظمة، و(0.060) لبعد قيم إدارة العلاقات، و(0.232) لبعد قيم إدارة المهمة، و(0.271) لبعد قيم إدارة البيئة. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بأبعاد القيم التنظيمية "مجتمعة" يؤدي إلى الزيادة في الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة بقيمة (0.164) لبعد قيم إدارة المنظمة، و(0.060) لبعد قيم إدارة العلاقات، و(0.232) لبعد قيم إدارة المهمة، و(0.271) لبعد قيم إدارة البيئة. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (277.956)، وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسية، وعليه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد القيم التنظيمية مجتمعة على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.

وعليه يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي المتعدد على الشكل الآتي:

$$Y = 0.640 + 0.164 X_1 + 0.060 X_2 + 0.232 X_3 + 0.271 X_4$$

حيث أن: (y) يمثل المتغير التابع (الإبداع الإداري)، (x1) يمثل المتغير المستقل الفرعي الأول (قيم إدارة المنظمة)، (x2) يمثل المتغير المستقل الفرعي الثاني (قيم إدارة العلاقات)، (x3) يمثل المتغير المستقل الفرعي الثالث (قيم إدارة المهمة)، (x4) يمثل المتغير المستقل الفرعي الرابع (قيم إدارة البيئة).

النتائج والتوصيات:

أسفر البحث عن التوصل إلى النتائج الآتية:

- 1- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد قيم إدارة المنظمة كأحد أبعاد القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.
- 2- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد قيم إدارة العلاقات كأحد أبعاد القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات محل الدراسة.

- 3- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد قيم إدارة المهمة كأحد أبعاد القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة.
- 4- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبُعد قيم إدارة البيئة كأحد أبعاد القيم التنظيمية على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة.
- 5- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد القيم التنظيمية مجتمعة على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة.

من خلال ما تمّ التوصل إليه من نتائج، توصي الباحثة بالآتي:

- 1- ضرورة الاهتمام بأبعاد القيم التنظيمية المتمثلة في: (قيم إدارة المنظمة، وقيم إدارة المهمة، وقيم إدارة العلاقات، وقيم إدارة البيئة)، لما لها من أثر إيجابي على الإبداع الإداري في الجامعات محلّ الدراسة، وذلك من خلال زيادة مستوى الوعي بأهمية القيم التنظيمية لدى الجامعات في سوريّة وإجراء العديد من الحلقات والندوات والدورات التدريبية لتوضيح الأسس الفلسفية والقيم التنظيمية التي تنطلق منها هذه الجامعات.
- 2- التركيز على الأساليب الإيجابية كالتوعية والتحفيز والإقناع في غرس القيم التنظيمية الإيجابية، بدلاً من التركيز على الأساليب السلبية كالرقابة الشديدة والعقاب.
- 3- ضرورة تبني الجامعات محلّ الدراسة لمجموعة القواعد والإجراءات التي تضمن تحقيق العدالة، وتطوير إجراءات العمل بما يحقق الأهداف الإستراتيجية.
- 4- تطوير استراتيجيات فاعلة للكشف عن المبدعين والموهوبين في الجامعات محلّ الدراسة، ومن ثم القيام بتدريبهم وتطويرهم مهنيّاً لتوفير قيادات إدارية مؤهلة وقادرة على استثمار الطاقات الإبداعية.
- 5- تفعيل نظام الحوافز في الجامعات محلّ الدراسة على أسس ومعايير مهنية تتضمن التميز في الأداء والإبداع في العمل، وتقديم الحوافز المادية والتشجيعية للعاملين المتميزين والمبدعين، وتخصيص جائزة سنوية للفرد الأكثر إبداعاً في عمله أو في الأفكار الإبداعية التي يقدمها.

- 6- ربط التّطور المهني والوظيفي للأفراد العاملين في الجامعات محلّ الدّراسة بمستوى أدائهم الوظيفي وبكميّة الأعمال الإبداعيّة التي يقدمونها في إنجاز أعمالهم.
- 7- زيادة تفويض المهام والصلاحيات للمرؤوسين، حيث يعتبر ذلك حافز معنوي لهم لرفع الأداء وتحمل المسؤوليات، كما أنّه أداة هامّة للتدريب وإعداد قيادات المستقبل، دون أن ننسى ما للتفويض بالسلطة من دور في بناء مناخ تنظيمي صحي، حيث يجعل المرؤوسين يعتقدون أنّ قادتهم يتقنون فيهم وفي قدراتهم، أمّا من جانب القادة الإداريين فإنّ التفويض ببعض المهام يسمح لهم بالتفرّغ لمسؤوليات أكبر، كما يوفر لهم الوقت للاتّصال والتّفاعل مع مرؤوسيهما أكثر من خلال سياسة الباب المفتوح والإدارة بالتّجوال، وهو ما يدعم علاقتهم بهم.
- 8- وجوب الاعتماد في التّرقية للمناصب القياديّة على أساس تقييم الأداء بدل الأقدميّة في المنصب، بما يسمح بصعود وتنميّة الكفاءات التي تحوز على مؤهلات القيادة، بالإضافة إلى فتح باب المنافسة في الشّركة من خلال الإخلاص في العمل ورفع الأداء كأداة للوصول إلى المناصب القياديّة.
- 9- إجراء المزيد من الدّراسات المستقبليّة المرتبطة بالموضوع، وهنا نقترح الباحثة العناوين الآتية:
- أثر الرّشاقة التّظيميّة على الإبداع الإداري.
 - أثر القيم التّظيميّة في الحدّ من الاغتراب الوظيفي.
 - أثر القيم التّظيميّة على العلاقة بين الإبداع الإداري والميزة التنافسيّة للمنظمة.
 - أثر القيم التّظيميّة على العلاقة بين الإبداع الإداري والأداء الوظيفي.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- أحمد، رمضان، (2018). انعكاسات القيم التَّظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة المجمعة على تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، كلية التربية، الرياض.
- 2- بسيوني، يحيى سليم (2020). أثر القيم التَّظيمية على الإبداع الإداري - دراسة حالة: شرطة جمارك ولاية البحر الأحمر. مجلة جامعة الملك عبد العزيز للاقتصاد والإدارة، المجلد 23، العدد 1، السعودية.
- 3- البغدادى، رفيق محمود (2019). القيم التَّظيمية وعلاقتها بالإبداع الإداري لدى موظفي جامعة الأقصى. مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 15، العدد 1.
- 4- حميد، سالم سعيد، (2021). القيم التَّظيمية ودورها في تحسين الأداء الحكومي المؤسسي - دراسة حالة: وزارة العمل الفلسطينية بقطاع غزة. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد 21، العراق.
- 5- الخليل، ملك (2018). السلوك التَّظيمي في منظمات الأعمال. دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- 6- الدوسري، حميد علي، (2023). العلاقة بين القيم التَّظيمية والإبداع الإداري لدى القيادات النسائية بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن في الرياض، السعودية. مجلة الملك سعود للعلوم الإدارية، المجلد 14، العدد 2، الرياض.
- 7- السليمانى، فارس (2021). القيادة الإدارية الإبداعية السبيل للتميز الإداري. مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، المجلد 1، العدد 8.
- 8- شالي، عبد القادر (2024). أثر القيم التَّظيمية على الأداء الكلي للمؤسسة الاقتصادية من منظور أخلاقي. مجلة معارف، المجلد 8، العدد 5.

- 9- الطيب، محجر (2020). أثر القيم التنظيمية على جودة الخدمات التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 30.
- 10- فلوس، مسعودة (2018). القيم التنظيمية ودورها في توجيه الفعل التنظيمي للعاملين: دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر - مديرية بسكرة. أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- 11- القرني، عمر (2023). المعوقات التنظيمية للإبداع عند موظفي التطوير الإداري بالأجهزة الحكومية في المملكة العربية السعودية. مجلة الملك سعود للعلوم الإدارية، المجلد 6، العدد 12، الرياض، السعودية.
- 12- قريشي، خالد (2019). القيم التنظيمية وعلاقتها بفعالية التنظيم. الطبعة الثانية، مطابع الفرزدق التجارية، الرياض.
- 13- نعومي، مراد (2014). أثر القيم التنظيمية في الأداء الوظيفي: دراسة تطبيقية لآراء عينة من مديري الإدارات الوسطى في عدد من المستشفيات الحكومية في نينوى. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 29، العدد 9. العراق.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Bergen, G. E. (2023). **An Analysis of the Relationship between Job Satisfaction and Organization Values on Administrative Creativity**. University of Wyoming. Dissertation Abstract International, Vol. 47, No. 2.
- 2- Boston, M. (2019). **The Effect of Organizational Values and Administrative Creativity on Job Satisfaction and Organizational Commitment**. Across twenty cases, administrative science Quarterly, Vol. 35, No. 2.
- 3- Delgaty, M. (2021). **Mapping espoused Organizational Values**. Journal of Business Ethics, Vol. 159, No. 1.
- 4- Derek, K. (2021). **Organizational Values: Foundations and Principles**. Amsterdam: Elsevier ltd.
- 5- Harding, F. (2022). **Organizational Values and Administrative Creativity**. McMillan, New York.

- 6- Knoxx, J. (2023). **Measure the Impact of the Organizational Values and their Relationship to the Administrative Creativity of Employees Services - A Field Study on the Employed Officers in Riyadh City Police.** (Ed.D. Lehigh university, Dissertation Abstract Internacional, Vol. 47, No. 2.
- 7- Larry, O. (2022). **Organizational Values and their Relationship to the Level of Administrative creativity - A Field Study at Northern Border University.** University of Technology, Sydney, Australia.
- 8- Malik, D. (2023). **High Performance Work Systems and Organizational Values: Resource-Based View Considerations.** Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 235, No. 24. Journal of Business Management, Vol. 3, No. 11.
- 9- Mecum, A. (2020). **The Impact of Personality and Organizational Values on Administrative Creativity of Malaysian Managers.** Australian Journal of Business and Management Research, Vol. 14, No. 9.
- 10- Thirio, J. (2024). **Effectiveness Business psychology.** 3rd ed., Prentice-Hall international, Englewood, New Jersey, U.S.A.
- 11- Tom, K. (1995). **Organization Theory and Design.** Journal of Marketing, Vol. 32, No. 8.