

مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 46 . العدد 18

1446 هـ - 2024 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

| | |
|------------------|-------------------|
| أ. د. محمود حديد | رئيس هيئة التحرير |
| أ. د. وليد حماده | رئيس التحرير |

مديرة مكتب مجلة جامعة البعث
م. ربا قباقلي

| | |
|----------------|------------------|
| د. محمد هلال | عضو هيئة التحرير |
| د. فهد شريباتي | عضو هيئة التحرير |
| د. معن سلامة | عضو هيئة التحرير |
| د. جمال العلي | عضو هيئة التحرير |
| د. عباد كاسوحة | عضو هيئة التحرير |
| د. محمود عامر | عضو هيئة التحرير |
| د. أحمد الحسن | عضو هيئة التحرير |
| د. سونيا عطية | عضو هيئة التحرير |
| د. ريم ديب | عضو هيئة التحرير |
| د. حسن مشرقي | عضو هيئة التحرير |
| د. هيثم حسن | عضو هيئة التحرير |
| د. نزار عبشي | عضو هيئة التحرير |

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

الاتصال بالعنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة جامعة البعث

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

. هاتف / فاكس : 2138071 31 963 ++

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

البريد الإلكتروني : [magazine@ albaath-univ.edu.sy](mailto:magazine@albaath-univ.edu.sy)

ISSN: 1022-467X

شروط النشر في مجلة جامعة البعث

الأوراق المطلوبة:

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

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

11- تكتب المراجع ضمن النص على الشكل التالي: [1] ثم رقم الصفحة ويفضل استخدام التهميش الإلكتروني المعمول به في نظام 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 البعث

1. دفع رسم نشر (40000) ل.س أربعون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.
2. دفع رسم نشر (100000) 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 (6000) ل.س ستة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.

المحتوى

| الصفحة | اسم الباحث | اسم البحث |
|---------|---|---|
| 52-11 | د. مرهف الحمود | دور التسويق المرني في تحقيق تنمية سياحية مستدامة (دراسة حالة فندق روتانا في اللاذقية) |
| 78-53 | د. نور الدين هرمز د. علي أحمد سميع شحرور | دراسة قياسية للعلاقة بين التجارة الخارجية ومجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة |
| 114-79 | د. نسرين عبد الرحمن د. ولاء زريقا عبير عرنوس | تقييم واقع جودة المعلومات ((دراسة مسحية على الشركات في المدينة الصناعية بحسياء)) |
| 156-115 | د. منى لطفي بيطار د. نذير محمد محمد وعد احمد خالد | خصائص نظم المعلومات المالية وأثرها في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية |

دور التسويق المرئي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة

(دراسة حالة فندق روتانا في اللاذقية)

د. مرهف الحمود كلية السياحة جامعة البعث

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الأثر الذي يمكن أن يلعبه التسويق المرئي في جذب السياح وتعزيز الوعي بالتنمية السياحية المستدامة، بالإضافة إلى دراسة كيف يمكن للتسويق المرئي أن يساهم في زيادة الإقبال على الفنادق وتعزيز سمعتها في سوق السياحة. كما هدفت إلى استعراض الطرق والأساليب الفعالة في التسويق المرئي التي يمكن أن تساهم في تعزيز التنمية السياحية المستدامة. وتأتي أهمية الدراسة من خلال إيضاح دور التسويق المرئي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة وبالإضافة إلى أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو توضيح دور التسويق المرئي في تعزيز الوعي البيئي وجذب السياح الراغبين في تجربة سفر مستدامة، بالإضافة إلى إمكانية التسويق المرئي في تعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى والتي تؤدي إلى نتيجة واحدة وهي تحقيق تنمية سياحية مستدامة. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي بسبب ملائمته لطبيعة الدراسة ولتوصيف الظاهرة محل الدراسة، وأسلوب المسح الإحصائي لتحليل البيانات المستخرجة من الاستبيان الذي صمم للإجابة على تساؤلات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وكل من تعزيز الوعي السياحي، وجذب السياح، وتعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى. ومنه خلصت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتحقيق تنمية سياحية مستدامة في العينة المبحوثة.

الكلمات المفتاحية: التسويق المرئي، السياحة المستدامة، الفنادق، الوعي والمسؤولية السياحية، السائح.

The Role of Visual Marketing in Achieving Sustainable Tourism Development

(A Case Study of Rotana Hotel in Latakia)

Abstract

This study aimed to determine the impact that visual marketing can have in attracting tourists and enhancing awareness of sustainable tourism development, as well as to study how visual marketing can contribute to increasing the demand for hotels and enhancing their reputation in the tourism market. It also aimed to review the effective methods and techniques in visual marketing that can contribute to enhancing sustainable tourism development. The importance of the study stems from clarifying the role of visual marketing in achieving sustainable tourism development, in addition to the importance of the topic it addresses, which is to clarify the role of visual marketing in enhancing environmental awareness and attracting tourists who are interested in experiencing sustainable travel. Additionally, the study explores the potential of visual marketing in enhancing partnerships between the tourism sector and other economic sectors, leading to the ultimate goal of achieving sustainable tourism development. To achieve the study's objectives, the descriptive and analytical approach was used, as it is suitable for the nature of the study and for describing the phenomenon under study. The statistical survey method was used to analyze the data extracted from the questionnaire designed to answer the study's questions. The study found a statistically significant correlation between visual marketing and enhancing tourism awareness, a statistically significant correlation between visual marketing and attracting tourists, and a statistically significant correlation between visual marketing and enhancing partnerships between the tourism sector and other sectors. Accordingly, the study concluded that there is a statistically significant correlation between visual marketing and achieving sustainable tourism development in the sample studied.

Keywords: Visual Marketing, Sustainable Tourism, Hotels, Tourism Awareness and Responsibility, Tourist.

المقدمة:

تعتبر صناعة السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في العديد من الدول حول العالم، وتلعب الفنادق دوراً حيوياً في استقبال السياح وتوفير الخدمات الضرورية لهم. ومن أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة، يجب على الفنادق أن تتبنى استراتيجيات تسويقية مبتكرة وفعالة.

إحدى الاستراتيجيات التسويقية التي تلعب دوراً حاسماً في تحقيق تنمية سياحية مستدامة هي التسويق المرئي. يعتمد التسويق المرئي على استخدام الصور والفيديوهات والرسوم المتحركة لجذب انتباه الجمهور وتعزيز فهمهم للخدمات التي تقدمها الفنادق. وبالنظر إلى أهمية التسويق المرئي في جذب السياح وزيادة عدد الحجوزات، يجب على الفنادق الاستثمار في هذا النوع من التسويق وتطويره بشكل مستمر.

لكن تواجه السياحة تحديات ومخاطر عديدة مثل التلوث والتغير المناخي والعديد من الأزمات الاقتصادية والصحية التي تهدد استدامتها ومستقبلها، لذلك يتطلب الحفاظ على السياحة وتطويرها استراتيجيات وسياسات وممارسات تراعي مبادئ التنمية المستدامة وتحقق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة.

وفي هذا السياق يلعب التسويق السياحي دوراً مهماً في تحقيق هذه الأهداف، فهو يعنى بتحديد احتياجات ورغبات السوق السياحي وتقديم وتوزيع المنتجات السياحية التي تلبي هذه الاحتياجات والرغبات وتحسين مستوى الجودة والرضا للعملاء، وتعزيز الوعي والمسؤولية السياحية وتحقيق الربحية والتنافسية للمؤسسات السياحية بشكل عام والفنادق بشكل خاص.

ومن بين أدوات التسويق الحسي يبرز التسويق المرئي كأحد أهم العناصر في جذب العملاء لفنادق، فهو يستخدم الصور والفيديوهات والرسومات لإظهار مزايا الوجهات السياحية والفنادق لخلق تجربة سياحية مرضية ومميزة للزوار، لكن التسويق المرئي يتطلب

أيضاً الالتزام بمعايير ومبادئ التنمية المستدامة وعدم الإضرار بالبيئة والموارد الطبيعية. حيث يبرز دور التسويق المرئي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال تطبيق المؤسسات الفندقية لمبادئ وممارسات التسويق المرئي المستدام.

مشكلة الدراسة:

يعتبر التسويق المرئي وسيلة فعالة للترويج للوجهات السياحية وجذب الزوار بالإضافة الى دورها في تعزيز الوعي السياحي، لكن تطبيق التسويق المرئي في المنشآت الفندقية يعاني من العديد من المشكلات، كصعوبة في التنافس مع وجهات سياحية أخرى أو عدم القدرة على تشجيع العملاء على استخدام الموارد الطبيعية بشكل أمثل، حيث أنه من خلال الدراسات السابقة والمراجع العربية والأجنبية والأبحاث المتعلقة بموضوع الدراسة تبين أنه على الرغم من اتباع الفنادق العديد من الخطوات والإجراءات المتعلقة بتحقيق التنمية المستدامة، إلا أنها تبقى بمستوى تنافسي دون المطلوب، لذلك إذا أرادت هذه الفنادق أن تتطور وتحافظ على استمراريته خاصة في الوقت الحاضر يجب عليها مراعاة تطبيق أساليب التسويق المرئي الفعال في سياق تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

ومن هنا يمكن طرح مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يمكن لأنواع التسويق المرئي أن تحقق تنمية سياحية مستدامة في فندق روتانا؟

ويتفرع من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هو دور التسويق المرئي في تعزيز الوعي السياحي لدى عملاء العينة المبحوثة؟
2. ما هو دور التسويق المرئي في تعزيز الشراكات والتعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى في العينة المبحوثة؟
3. ما هو دور التسويق المرئي في جذب السياح الراغبين بتجربة مستدامة في العينة المبحوثة؟

أهمية الدراسة:

• **الأهمية العلمية:** تحاول هذه الدراسة أن تساهم في إيضاح دور أنواع التسويق المرئي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة. وتأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو توضيح دور التسويق المرئي في تعزيز الوعي البيئي وجذب السياح الراغبين في تجربة سفر مستدامة، بالإضافة إلى إمكانية التسويق المرئي في تعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى، والتي تؤدي إلى نتيجة واحدة وهي تحقيق تنمية سياحية مستدامة. وتوضح هذه الدراسة الجوانب المهمة للتسويق المرئي ودوره في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في فندق روتانا.

• **الأهمية العملية:** تكمن الأهمية العملية من أهمية التركيز على أنواع التسويق المرئي ودوره في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في العينة المبحوثة بالإضافة إلى إمكانية استفادة الفنادق بشكل عام وفندق روتانا بشكل خاص من نتائج هذه الدراسة وما قد نتوصل إليه من مقترحات تساهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الفنادق، مما يحقق لها النجاح والاستمرارية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

1. قياس أثر التسويق المرئي في تعزيز الوعي السياحي لدى عملاء الفنادق.
2. دراسة أثر التسويق المرئي في جذب السياح الراغبين في تجربة مستدامة إلى الفنادق.
3. توضيح دور التسويق المرئي في كيفية تعزيز الشراكات والتعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى.

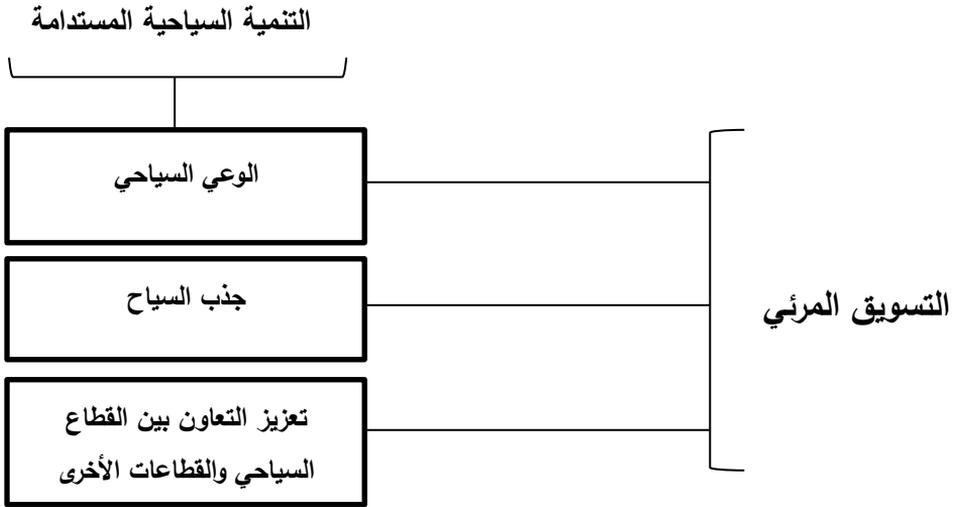
4. استعراض الطرق والأساليب الفعالة في التسويق المرئي التي يمكن أن تساهم في تعزيز تنمية سياحية مستدامة.

5. تقديم مجموعة من المقترحات التي يمكن أن تساهم في تعزيز تطبيق التسويق المرئي.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: التسويق المرئي.

المتغير التابع: التنمية السياحية المستدامة.



الشكل رقم (1) المصدر من إعداد الباحث

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأساسية:

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

في ضوء مشكلة أهداف الدراسة توصلنا إلى صياغة الفرضيات الفرعية:

1. لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الوعي السياحي في العينة المبحوثة.
2. لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وجذب السياح في العينة المبحوثة.
3. لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى ضمن العينة المبحوثة.

مصطلحات الدراسة:

التسويق المرئي¹: هو مجموعة من المتغيرات البصرية التي يتحكم فيها المنتج أو الموزع من أجل خلق جو حسي حول المنتج و الخدمة المقدمة ، سواء من خلال خصائص المنتج في حد ذاته، أو من خلال عملية الترويج، أو من خلال خلق أجواء داخل نقاط البيع، أي أن التسويق المرئي هو عبارة عن فن استخدام الجمال في استراتيجية الأعمال.

التنمية السياحية المستدامة²: هي السياحة التي تنمو في منطقة ما أو مجتمع ما ويتم حمايتها وصيانتها بأسلوب يجعلها قابلة للحياة والنمو لفترات غير محددة بحيث لا تتسبب في إهدار البيئة أو إحداث أي تغيرات فيها سواء كانت هذه التغيرات إنسانية أو طبيعية حتى ولو وصل الأمر إلى منع أي تنمية أخرى ناجحة في مجالات أنشطة أخرى.

التنمية المستدامة³: هي تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بالأجيال المقبلة في تلبية احتياجاتها. ومبدأ الاستدامة يقوم على النمو الاقتصادي وتحقيق العدالة الاجتماعية مع المحافظة على التوازن الطبيعي.

¹ Wedel, Michel, Visual marketing, Lawrence Erlbaum Associate, New York, 2008. p20.

² تمريس، كملان، دور الاستراتيجيات التسويقية في تحقيق تنمية سياحية، مستدامة، ماجستير، جامعة القطب، الجزائر، 2019. ص12.

³ كافي، مصطفى، السياحة البيئية المستدامة، دار رسلان للنشر، مصر، 2017، ص19.

الوعي السياحي:¹ يعرف الوعي السياحي بأنه إلمام الفرد بالعديد من الجوانب الثقافية والوجدانية والاجتماعية حول السياحة، بحيث يتشكل لديهم كم كبير من المعلومات حول قطاع السياحة وامتلاكهم قدر من المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، ويكون الفرد على دراية ومعرفة بأهمية السياحة وكيفية تطويرها وطرق الاهتمام بها، لتكوين سلوك رشيداً.

التعاريف الاجرائية:

التسويق المرئي: هو استخدام الوسائل البصرية والسمعية مثل الصور والفيديوهات والرسوم البيانية والشعارات والإعلانات التلفزيونية والإعلانات الرقمية لترويج المنتجات أو الخدمات. يهدف التسويق المرئي إلى جذب انتباه العملاء وتحفيزهم على الشراء من خلال تقديم محتوى جذاب وجذاب بصرياً.

التنمية المستدامة: هي الطريقة التي تضمن تلبية احتياجاتنا الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها.

التنمية السياحية المستدامة: هي تطوير قطاع السياحة بطريقة تحافظ على البيئة والثقافة المحلية، وتساهم في رفاهية المجتمعات المحلية دون التأثير الضار على الموارد الطبيعية.

الوعي السياحي: هو فهم وتقدير الأثر الإيجابي والسلبي الذي يمكن أن يكون للسياحة على الوجهات السياحية، ويشمل تبني سلوكيات مسؤولة تجاه البيئة والثقافة المحلية والمجتمعات التي يزورها السياح.

¹سباعي، طارق، دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها، ماجستير، جامعة الغيوم، مصر، 2022، ص13.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1. دراسة لبلقاسم، فاطمة، 2017¹

عنوان الدراسة: دور التنمية السياحية المستدامة في مواجهة البطالة.

نوع الدراسة: رسالة ماجستير.

- **أهداف الدراسة:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الهام الذي تلعبه التنمية المستدامة في القطاع السياحي، حيث أصبحت السياحة بمختلف أنواعها من القطاعات الرائدة في العالم والمنافسة للقطاعات الأخرى ولقد أولت مختلف الدول أهمية كبيرة لهذا القطاع، لما له من مساهمة فعالة في تحقيق التنمية الاقتصادية، والبيئة هي الأخرى تلعب دوراً هاماً جداً في تحسين الصورة السياحية للبلاد، ومن أجل أن تكون للجزائر مكانتها داخل السوق السياحية، كان لا بد من التخطيط الجيد لهذا القطاع والذي ترجم في شكل مخططات تنموية تهدف إلى تنمية القطاع السياحي.
- **أهمية الدراسة:** تبرز أهمية البحث في إبراز الدور المستقبلي الذي يمكن أن يلعبه قطاع السياحة في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني، وزيادة القدرة الإنتاجية مما ينعكس إيجاباً على الموازين الخارجية والداخلية ويساهم في توفير الفرص الوظيفية للأعداد المتزايدة من القوى العاملة الوطنية من جهة ومن جهة أخرى الأهمية التي بدأت توليها الجزائر للقطاع السياحي من خلال استراتيجية تطوير القطاع وسن جملة من القوانين التنظيمية لبناء تنمية سياحية مستدامة.

¹ لبلقاسم، فاطمة، دور التنمية السياحية المستدامة في مواجهة البطالة، رسالة ماجستير، جزائر، 2017.

• **نتائج الدراسة:** ومن أهم النتائج التي توصله لها هذه الدراسة هي أن البطالة ظاهرة اجتماعية واقتصادية تعاني منها أغلب الدول خصوصاً النامية لها العديد من الآثار السلبية سواء على الجانب الاقتصادي والاجتماعي. ورغم وجود العديد من النظريات التي تفسر هذه الظاهرة إلا أن وسائل معالجتها تبقى صعبة التحقيق. يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تحظى باهتمام بالغ من قبل مختلف الدول، وهذا للمكانة التي أثبتتها في ميدان الأعمال حيث أصبحت صناعة مستقلة بذاتها تتعدى اعتبارها مجرد خدمات مقدمة. وتتبع أهميتها الكبيرة كونها قطاع مرتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعديد من القطاعات الأخرى. ولا تنمو السياحة إلا بنمو هذه القطاعات مما عجل بظهور مصطلح جديد هو التنمية السياحية المستدامة.

2. دراسة لخذاري، حسناء¹ 2019

عنوان الدراسة: دور التسويق المرئي والمسموع في الترويج للمنتج الثقافي السياحي.

نوع الدراسة: مقال

• **أهداف الدراسة:** هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بالتسويق المرئي والمسموع ودوره في الترويج للتراث الثقافي السياحي مع التركيز على المنتج الثقافي بشقيه المادي واللامادي، وذلك من خلال التطرق إلى مختلف التقنيات المرئية والمسموعة والمستخدمة في التسويق، وتحديد دورها في الترويج للمنتج السياحي الثقافي.

¹دراسة لخذاري، حسناء، "دور التسويق المرئي والمسموع في الترويج للمنتج الثقافي السياحي". مجلد 7، العدد 2، مجلة الدراسات الانسانية والاجتماعية، الجزائر، 2019.

- **أهمية الدراسة:** تأتي أهمية الدراسة من خلال تسليطها الضوء على مفهوم التسويق المرئي والمسموع كاستراتيجية تتبعها المؤسسات للترويج لمنتجاتها وخدماتها.
- **نتائج الدراسة:** من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: يستخدم جل المتعاملين الاقتصاديين على المستوى الوطني عامة والمحلي خاصة التسويق المسموع سمعية وحيدة لجذب السياح. قصور كبير في العرض السياحي من حيث عدد الفنادق بمختلف تصنيفاتها السياحية ونقص في مرافق الاستقبال والضيافة.

3. دراسة ل الشيخ، هتهات، 2023¹

عنوان الدراسة: واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة.

نوع الدراسة: أطروحة دكتوراه.

- **أهمية الدراسة:** تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية القطاع الذي تدرسه والذي يعتبر أحد أهم القطاعات الاقتصادية ألا وهو القطاع السياحي الذي تعتبره العديد من الدول قطاعاً قاطراً لبقية القطاعات الأخرى، بحيث مكنها من خلق معدلات نمو عالية والتي أثرت بشكل إيجابي على الوضعية الاقتصادية الكلية لها لكن هذه النتائج كانت لها تأثيرات خطيرة على البيئة والاستدامة بشكل عام وعلى التنمية السياحية المستدامة بشكل خاص.
- **أهداف الدراسة:** سعت هذه الدراسة إلى الإلمام بأهم المفاهيم التي لها علاقة بالموضوع كمفهوم التنمية السياحية ومفهوم الاستدامة وخصوصيتها ومفهوم التنمية السياحية المستدامة. ودراسة القطاع السياحي الجزائري وبيان أهميته من خلال واقعه الحالي وتوجهاته المستقبلية ضمن الخطط التنموية للبلاد.

¹الشيخ، هتهات، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، أطروحة دكتوراه، الجزائر، 2023.

- **نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى أنّ هناك ضعف في التوعية البيئية في المؤسسات السياحية والذي أثر سلباً على توجيه السياح لاقتناء المنتج السياحي المستدام. معظم المؤسسات المستهدفة لا تعتبر الثقافة المحلية للمجتمع كميزة تنافسية لأن معظم السياح هم من داخل الوطن ومعظمهم يتقاسمون نفس الثقافة مع بعض الاختلافات البسيطة، وهنا نكون أمام مشكل تسويق السياحة المحلية إلى الأجانب الذي يبقى ضعيفاً وبعيداً عن المستوى المطلوب.

الدراسات الأجنبية:

1. Marketing at The Kruger National Park. Faculty of Economics and Management Sciences at The Rand Afrikaans University¹

تطوير السياحة المستدامة ودور التسويق في حديقة كروغر الوطنية.

نوع الدراسة: ماجستير.

- **أهداف الدراسة:** تحديد المجالات التي يمكن تحسينها. تحديد مختلف العناصر والعوامل الرئيسية للنجاح التي يمكن تنفيذها بوتيرة محتملة في مناطق جذب أخرى للمساعدة في تطويرها بشكل ناجح لصالح صناعة السياحة في جنوب إفريقيا ككل.
- **أهمية الدراسة:** تأتي أهمية الدراسة من كيفية تسويق المنطقة السياحية بطريقة تحقق الازدهار البيئي والاقتصادي والاجتماعي في الوقت نفسه. هذا يمثل موضوعاً مهماً وحيوياً في ظل التحديات البيئية التي نواجهها في الوقت الحالي.

¹ Diggins, Colin, Marketing at The Kruger National Park. Faculty of Economics and Management Sciences at The Rand Afrikaans University, South Africa, 2022.

- **نتائج الدراسة:** أظهرت الدراسة كيف يمكن لجهود التسويق المرئي أن تلعب دوراً في زيادة الوعي بأهمية الحفاظ على البيئة والمحافظة على التنوع البيولوجي، مما يساهم في تغيير سلوك السياح نحو تجارب سياحية أكثر استدامة.

2. Nwachukwu Darlington, Visual Marketing Strategies and Customers Engagement in Restaurant Businesses in Port Harcourt, 2023.¹

استراتيجيات التسويق المرئي وإشراك العملاء في أعمال المطاعم في بورت هاركورت.
نوع الدراسة: مقال.

- **أهداف الدراسة:** الهدف من الدراسة كان التحقيق تجريبياً في مدى العلاقة بين استراتيجيات التسويق البصري ومشاركة العملاء في أعمال المطاعم في مدينة بورت هاركورت، ولاية ريفرز.
- **أهمية الدراسة:** تم اكتشاف أن ما يجذب العملاء للتفاعل مع علامة تجارية معينة أو عمل تجاري مثل مطعم هو مشاعرهم التي يطورونها من خلال الحواس الخمسة التي تشمل بشكل رئيسي العيون. إن معظم أعمال المطاعم في بورت هاركورت قد أغلقت بسبب قلة دعم الزبائن نتيجة لعدة عوامل، منها الديكور الداخلي الضعيف، وسوء الأجواء النظيفة، وتصميم المطعم.
- **نتائج الدراسة:** توصلت إلى أن إدارة أعمال المطاعم يجب أن تطبق إشارات استراتيجية التسويق المرئي مثل ضمان أن بيئة عملها نظيفة وذات جو جذاب، وممارسة ترتيب المنتجات بشكل جيد، واعتماد لوحات وتصاميم جميلة، وأخيراً استخدام لافتات جذابة لجذب انتباه العملاء.

¹ Darlington Nwachukwu, "Visual Marketing Strategies And Customers Engagement in Restaurant Businesses in Port Harcourt", International Academic Journal of Management and Marketing, 7, 3, Un, 2023.

3. Jassim, Ahmad, Multidimensionality Of Visual Social Media Marketing And Its Impact On Customer, 2023.¹

تعدد أبعاد التسويق المرئي عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيره على العملاء.

نوع الدراسة: مقال.

- **هدف الدراسة:** هدفت هذه الدراسة الوصفية إلى فحص تأثير التسويق الاجتماعي عبر وسائل الإعلام المرئية (VSMM) على نوايا شراء العملاء لشركات العقارات.
- **أهمية الدراسة:** التسويق المرئي يلعب دوراً مهماً في صناعة العقارات، حيث يساعد على جذب العملاء المحتملين وزيادة الوعي بالعلامة التجارية، وتعزيز الثقة، جذب الانتباه، توضيح المعلومات وتعزيز الذاكرة.
- **نتائج الدراسة:** من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي أنها توفر الوقت والجهد من خلال عرض العقارات بشكل مرئي، بالإضافة إلى إمكانية الشركة في توفير الوقت والجهد الذي يستغرقه شرح المعلومات بشكل كتابي، حيث يمكن للعملاء رؤية وفهم العقارات بشكل أسرع وأسهل. بشكل عام يساهم التسويق المرئي في تحقيق نتائج إيجابية ملحوظة لشركة العقارات وزيادة فرص نجاحها في سوق العقارات.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: فندق روتانا في اللاذقية.
- الحدود الزمانية: تم إنجاز هذه الدراسة بين العام 2023-2024.
- الحدود البشرية: عملاء فندق روتانا في اللاذقية.

¹ Jassim, Ahmad, "Multidimensionality of Visual Social Media Marketing and Its Impact On Customer", 19, 1, 2023.

منهج الدراسة:

• الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي وذلك من خلال الاعتماد على:

1. المراجع العلمية العربية والأجنبية.
2. المجلات والأبحاث العلمية العربية والأجنبية.
3. الصحف المتعلقة بموضوع الدراسة.

• الدراسة الميدانية:

يهدف تحليل إشكالية الدراسة ويهدف اختبار صحة الفرضيات المقترحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي ولدراسة دور التسويق المرئي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة وذلك من خلال دراسة حالة فندق روتانا في اللاذقية.

الإطار النظري:

التسويق المرئي:¹

هو استخدام الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من محتويات الوسائط المتعددة لتعزيز العلامة التجارية والتواصل مع الجمهور المستهدف، كجزء من استراتيجية تسويق أوسع، يساعد في تصوير مواضيع ومفاهيم معينة قد تكون أصعب في التعامل معها باستخدام النص فقط.

¹ Pavel, Ciprian, The Effect of Using Visual Content in Your Marketing, Master, University Nevada, Un, 2020.

أهمية التسويق المرئي:

90% من المعلومات التي يتم إرسالها إلى الدماغ هي بصرية، وتتم معالجة الصور 60 ألف مرة أسرع في الدماغ من النص. ما نراه له تأثير عميق على ما نفعله، وكيف نشعر، ومن نحن. من خلال التجربة والتجريب، نزيد باستمرار من فهمنا للعالم البصري وكيف يؤثر علينا و أظهر عالم النفس ألبرت ميرابيان¹ أن 93 % من التواصل غير لفظي².

التسويق المرئي يمكن أن يكون فعال للغاية في التواصل مع العملاء وتحقيق الأهداف التسويقية وسنقدم بعض الأسباب التي توضح أهمية التسويق المرئي:

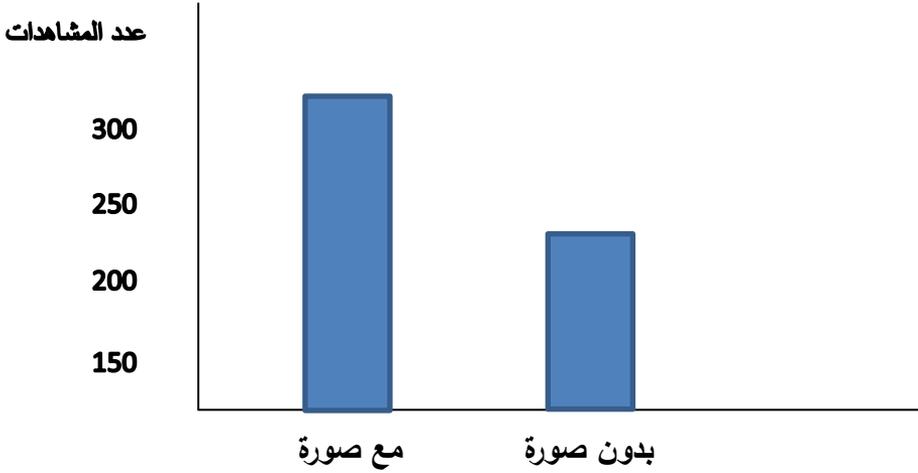
1. قوة الانطباع المرئي: يمتلك التسويق المرئي القدرة على إيصال رسالة بصرية قوية ومؤثرة بشكل أفضل من النص الكتابي كما يمكن استخدام العناصر البصرية مثل: الألوان والصور والرسوم المتحركة لإثارة الانتباه والتأثير على المشاعر والتفاعل مع الجمهور. حيث أن منشورات الفيس بوك التي تحتوي على صور تحصل على مشاركة أكبر بمقدار 23 مرة من تلك التي لا تحتوي على صور.³

¹العالم ميرابيان: هو استاذ في علم النفس بجامعة كاليفورنيا اشتهر بنشره كتب ومقالات عن بلاغة الرسائل الكلامية والغير كلامية.

² Ciprian, Pavel, "Using Visual Content in Your Marketing", Lawrence Erlbaum Associate, 8, 1, Usa, 2018.

³مرجع الكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على: <https://to-buzzsumo.com/blog/how//stats-image-awesome-5-these-with-traffic-blog-your-boost-massively>

منشورات الفيس بوك التي تحتوي على صورة وبدون صورة



الشكل رقم (2) تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على:

<https://buzzsumo.com/blog/how-to-your-boost-massively-to-https://buzzsumo.com/blog/how-to-stats-image-awesome-5-these-with-traffic-blog>
(2024/2/4)

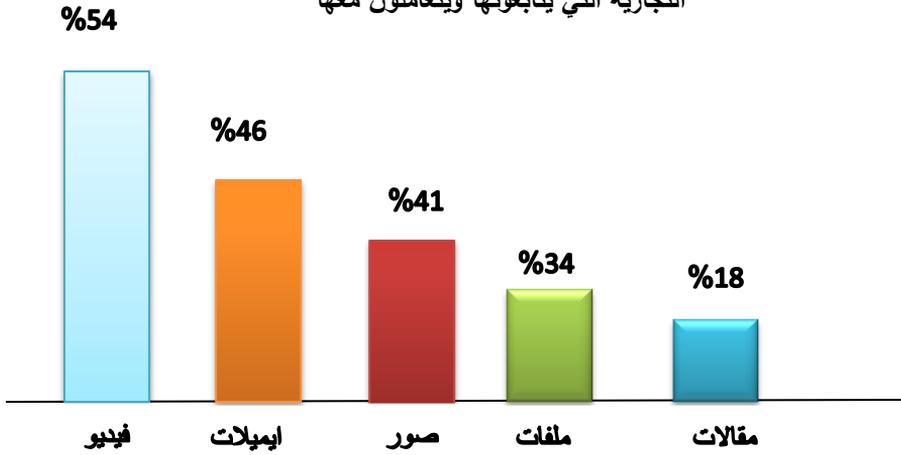
نلاحظ من الشكل أن منشورات الفيس بوك التي تحتوي على صورة تحصل على عدد مشاهدات أكثر من المنشورات التي تنشر النص فقط.

2. التذكر والتعرف على العلامة التجارية: قد يكون التسويق المرئي أكثر فعالية في تعزيز التذكر. فالمحتوى المرئي يترك انطباعاً أقوى وأكثر دواماً في ذاكرة العملاء مقارنة بالمحتوى النصي، فمعظم الناس لديهم ذاكرة بصرية قوية، فعندما يسمع الناس معلومات من المحتمل أن يتذكروا 10% فقط من تلك المعلومات

بعد 3 أيام أما إذا تم تضمين هذه المعلومات ضمن صورة فقد يتذكر 65% منهم تلك المعلومات بعد 3 أيام.¹

3. الاستيعاب السريع: المحتوى المرئي ينقل المعلومات بشكل سريع وفعال فالفيديوهات والصور المتحركة يمكن أن توضح المفاهيم والمعلومات بشكل أكثر سهولة ووضوح مما يساعد على الارتباط السريع بالمحتوى وفهمه.

ما هو نوع المحتوى الذي يفضل الناس مشاهدته من الشركات والعلامات التجارية التي يتابعونها ويتعاملون معها



الشكل رقم (3) يبين نوع المحتوى الذي يفضل الناس مشاهدته

تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على

[https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-preferences\(2024/4/2\)](https://blog.hubspot.com/marketing/content-trends-preferences(2024/4/2))

4. تعزيز الثقة والاتصال: يمكن للتسويق المرئي أن يساهم في بناء الثقة وتعزيز الاتصال مع العملاء فعندما يرون الوجوه والأشخاص والقصص على الشاشة يمكن أن يشعروا بتواصل أكثر قرباً وشخصية مع الفندق. فيستخدم أكثر من

¹ مرجع الكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على: <https://brainrules.net/vision>، تاريخ الوصول (2024/2/5).

500 مليون شخص قصص إنستغرام كل يوم وتستخدم 4 مليون شركة إعلانات القصص كل شهر وفي استطلاع عام شمل أكثر من 250 مستخدم قيل أن 58% منهم أصبحوا أكثر اهتماماً بالعلامة التجارية والمنتج بعد رؤيتهم للقصص.¹

نلاحظ أن التسويق المرئي يمكن أن يسهم في تعزيز صورة الفندق وبناء سمعته، مما يؤدي إلى زيادة عدد الضيوف وزبائن الفندق على المدى الطويل. كما يعتبر التسويق المرئي وسيلة فعالة لترويج خدمات الفندق والبرامج الخاصة به بطريقة مبتكرة وجذابة.

وبهذه الطريقة، يمكن القول إن التسويق المرئي يلعب دوراً حاسماً في تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الفنادق، من خلال جذب انتباه السائحين، تعزيز فهمهم للخدمات المقدمة، تحسين تجربتهم خلال إقامتهم، وزيادة عدد الحجوزات والزبائن.

أنواع التسويق المرئي:²

هناك العديد من أنواع التسويق المرئي والوسائط المستخدمة فيه:

1. الإعلانات التلفزيونية: إنشاء إعلانات تلفزيونية تروج للخدمات الفندقية أو المنتجات وتبث على التلفاز.
2. الإعلانات عبر الانترنت: تشمل إعلانات العروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو إعلانات الويب.

¹مرجع إلكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على:

<https://business.instagram.com/instagram-stories>، تاريخ الوصول: (2024/2/3).

3. التصوير الفوتوغرافي: استخدام الصور المصورة بمهارة عالية لترويج المنتجات والخدمات أو الترويج لموقع الفندق.
4. التصوير الجوي: استخدام طائرة بدون طيار للتصوير الجوي للفندق.
5. تصميم الجرافيك: إنشاء رسوم بيانية لتوضيح المفاهيم أو إضافة جاذبية بصرية للمحتوى.

يتم استخدام هذه الأنواع لأغراض مختلفة مثل الترويج أو من أجل توجيه الجمهور ونشر الوعي والمسؤولية السياحية ونشر وتوضيح المفاهيم والأساليب بهدف تحقيق تنمية سياحية مستدامة، ونلاحظ أن التسويق المرئي يمكن أن يكون تفاعلياً مما يسمح للزوار بالمشاركة والتفاعل مع المحتوى المقدم. على سبيل المثال، يمكن للفنادق استخدام الجولات الافتراضية لعرض الغرف والمرافق بشكل واقعي للسياح.

مفهوم التنمية السياحية المستدامة¹:

نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات الضيفة الحالية وضمن استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.

¹فرج، محمد، دور المجتمع المحلي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، رسالة ماجستير، جامعة 6 أكتوبر، مصر، 2022.

أهمية التنمية السياحية المستدامة:

أجرت شركة Booking¹ دراسة أظهرت أن 87% من المسافرين يرغبون في السفر بشكل أكثر استدامة، وأن 68% منهم يعتقدون أنه من المهم أن تتخذ الشركات السياحية إجراءات للحفاظ على البيئة والمجتمعات المحلية.

ومن هنا يمكن أن نوضح أهمية التنمية السياحية المستدامة:

1. حفظ الموارد الطبيعية: من خلال تطبيق مبادئ التنمية السياحية المستدامة، يمكن للفنادق تقليل استهلاك الموارد الطبيعية مثل المياه والطاقة والمواد الخام، وبالتالي الحفاظ على البيئة والحياة البرية²
2. تقليل النفايات: يمكن للفنادق تطبيق سياسات لإعادة التدوير والتخلص من النفايات بشكل صحيح، مما يقلل من تأثيرها السلبي على البيئة والمجتمع المحلي³.
3. دعم المجتمع المحلي: يمكن للفنادق دعم المجتمعات المحلية من خلال توظيف السكان المحليين، وشراء المنتجات والخدمات المحلية، وتقديم الدعم للمشاريع الاجتماعية والبيئية في المنطقة⁴.

¹ موقع وكالة سفر على الإنترنت هولندي، لإيداع الحجوزات وهي إحدى الشركات التابعة لبوكينغ هولدنغ، يقع مقرها الرئيسي في مدينة امستردام بهولندا. يحتوي الموقع على أكثر من 28 مليون قائمة.

² يسراشه، دلال، تحقيق التنمية السياحية المستدامة للتصميم الداخلي للفنادق، رسالة ماجستير، جامعة ابن الأزهر، تونس، 2020، ص65.

³ السيد، معين، دور الاستثمار السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، أطروحة دكتوراه، الجزائر، 2018، ص45.

⁴ عاشور، أشرف، دور التخطيط للتنمية السياحية المستدامة في تنظيم الطاقة الاستيعابية السياحية، ماجستير، جامعة الإسكندرية، مصر، 2021، ص55.

4. جذب الزوار: يعتبر التوجه نحو التنمية السياحية المستدامة ميزة تنافسية للفنادق، حيث يزداد اهتمام الزوار بالبيئة والاستدامة، وبالتالي يمكن للفنادق جذب عدد أكبر من الزوار من خلال تقديم تجارب سياحية مستدامة¹.
5. الالتزام بالتشريعات والتوجهات الدولية: هناك تزايد في التشريعات والتوجهات الدولية التي تشجع على التنمية السياحية المستدامة، وبالتالي يجب على الفنادق التوافق مع هذه القوانين والمعايير².
- بشكل عام، يمكن لتطبيق التنمية السياحية المستدامة في الفنادق أن يساهم في حماية البيئة، دعم المجتمعات المحلية، وتحسين تجربة الزوار، مما يجعلها استثمارًا ذكيًا ومستدامًا في المستقبل.



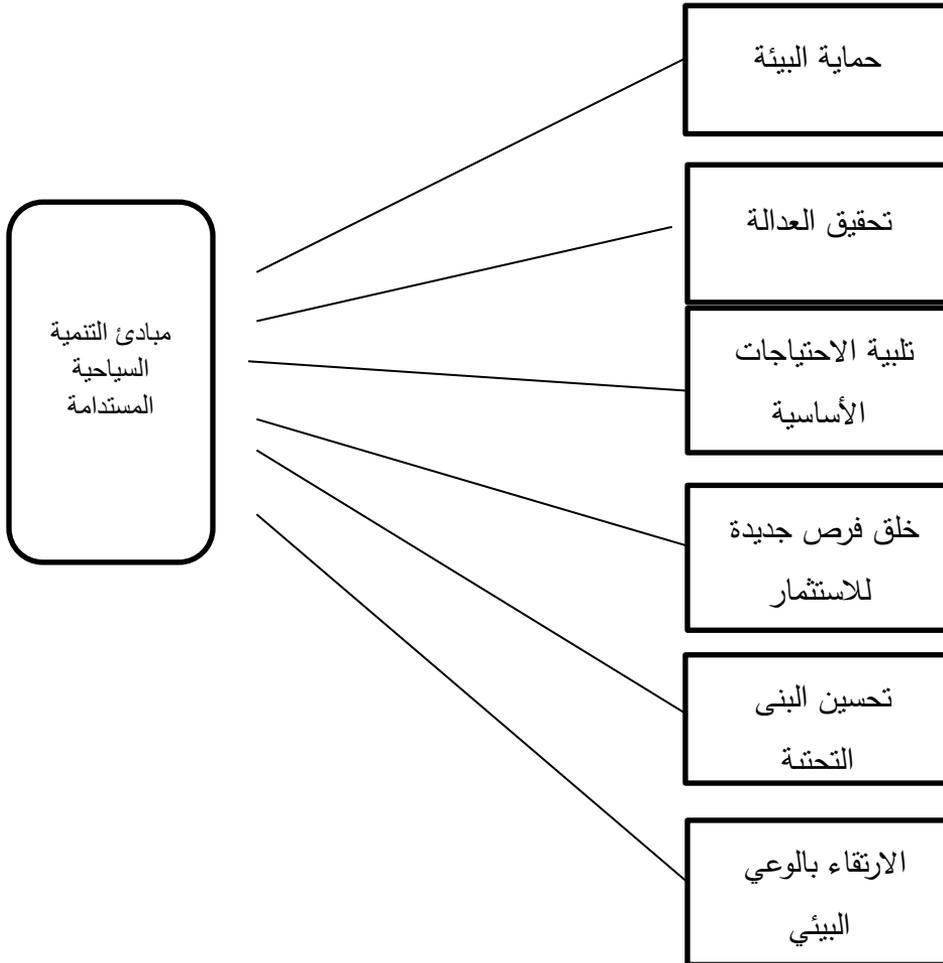
الشكل رقم (4) أهمية التنمية السياحية المستدامة

¹ علوي، أميرة، دور الاتصال الرقمي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، ماجستير، جامعة 8 ماي، الجزائر، 2022، ص66.

² نجيب، ولاء، إمكانات التنمية السياحية على ساحل البحر الأحمر جنوب مدينة القصير، أطروحة دكتوراه، جامعة أسبوط، مصر، 2019، ص76.

تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على يسراالله، دلال، تحقيق التنمية السياحية المستدامة للتصميم الداخلي للفنادق، رسالة ماجستير، جامعة ابن الأزهر، تونس، 2020، ص65.

يوضح الشكل السابق الفوائد التي يمكن أن تحققها الفنادق في حال التزامها بتطبيق مبادئ التنمية السياحية المستدامة. ومنه يمكن أن نوضح مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة من خلال الشكل التالي.



الشكل رقم (5) مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة

تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على ملحم، محمد، مرجع سبق ذكره، ص44

يظهر الشكل السابق أبرز مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة، والتي يمكن إيضاحها فيما يلي:

1. حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات.
2. تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية.
3. تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية والدخول.
4. خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد.
5. زيادة مداخيل الدولة من خلال فرض الضرائب على مختلف النشاطات السياحية.
6. تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة.
7. الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء.
8. الارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية.
9. مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع.
10. التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.

القسم العملي: الدراسة التحليلية للتسويق المرئي ودوره في تحقيق تنمية سياحية مستدامة:

بهدف اختبار فرضيات البحث، تم إعداد استبيان مؤلف من 20 سؤالاً، وتم توزيعه على عينة البحث، المتمثلة بعينة عشوائية من العملاء في فندق روتانا في محافظة اللاذقية. تم توزيع 105 استبانة واسترداد 88 استبانة، أي بنسبة استرداد 83.81% وهي نسبة مقبولة.

أولاً: الصدق والثبات:

أ. صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين وعدد من أعضاء الهيئة التدريسية في الكلية من ذوي الاختصاص بهدف التأكد من صدق أداة الدراسة، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مدى ملائمة عبارات الاستبيان لقياس متغيرات الدراسة، ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى وضوح صياغة العبارات وسلامتها لغوياً. ومن ثم قام الباحث بتعديل الاستبيان وفق الملاحظات المقترحة، حتى أصبحت استبانة الاستبيان بصورتها النهائية (ملحق أ).

ب. حساب ثبات الاستبانة:

تم الاستعانة بعينة مؤلفة من 30 فرداً (من خارج عينة الدراسة) لتقدير ثبات الاستبيان وتم حساب معامل ألفا كرونباخ (الجدول 2).

الجدول (2): نتائج اختبار ثبات الاستبيان (ن=30)

| المحور | عدد العبارات | ألفا كرونباخ |
|---|--------------|--------------|
| التسويق المرئي | 5 | 0.801 |
| الوعي السياحي | 5 | 0.818 |
| جذب السياح | 5 | 0.802 |
| تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى | 5 | 0.869 |
| الاستبيان ككل | 20 | 0.910 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نجد من الجدول السابق أنّ قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان قد تراوحت بين 0.801 و0.869. وبلغت قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان ككل (0.910)، وهو أعلى من 60% وبالتالي فهو مقبول. وهذا يعني أنّه إذا تم توزيع الاستبيان على عينة أخرى فإنّ هناك احتمال قدره 91% للحصول على النتائج التي تم التوصل إليها.

ثانياً: تصميم أداة الدراسة (الاستبيان)

تمت صياغة عبارات الاستبيان بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما يلي:

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

حيث تبلغ قيمة الوسط الحسابي لمقياس ليكرت الخماسي (3) وتمثل القيمة التي يقارن بها الوسط الحسابي لكل سؤال. يوضح الجدول (3) معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لهذا المقياس.

الجدول (3): مقياس إجابات ليكرت الخماسي

| المجال | درجة الموافقة | الأهمية النسبية % |
|-----------|---------------|-------------------|
| 1-1.8 | ضعيفة جداً | 20-36 |
| 1.81-2.60 | ضعيفة | 36.1-52 |
| 2.61-3.40 | متوسطة | 52.1-68 |
| 3.41-4.20 | كبيرة | 68.1-84 |
| 4.21-5 | كبيرة جداً | 84.1-100 |

المصدر: من إعداد الباحث

تم تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار 25، وذلك باللجوء إلى الاختبارات الإحصائية المناسبة.

ثالثاً: الإحصاءات الوصفية لإجابات أفراد العينة

أ. محور التسويق المرئي:

الجدول (4): الإحصاءات الوصفية لمحور التسويق المرئي

| # | العبرة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|-----------------|-------------------|
| 1 | يقوم فندق روتانا في اللاذقية بتوظيف مختلف تقنيات التسويق المرئي (مثل تصميم المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والكتيبات واللافتات) للترويج لخدماته. | 3.75 | 0.762 |
| 2 | تعرض المواد التسويقية المرئية التي يستخدمها فندق روتانا الميزات والمرافق الفريدة للفندق بشكل فعال. | 4.00 | 0.844 |
| 3 | تتوافق استراتيجيات التسويق المرئي التي يستخدمها فندق روتانا مع هوية وصورة العلامة التجارية للفندق. | 3.88 | 0.724 |
| 4 | تعمل جهود التسويق المرئي لفندق روتانا على توصيل التزام الفندق بالاستدامة والمسؤولية البيئية بشكل فعال. | 3.84 | 0.641 |
| 5 | يتم تحديث المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا بانتظام لتعكس أحدث الاتجاهات والتغيرات في صناعة السياحة. | 3.86 | 0.847 |
| | المحور ككل | 3.86 | 0.573 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أنّ جميع المتوسطات الحسابية للعبارة المرتبطة بمحور التسويق المرئي تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات أنّ أفراد العينة يوافقون على أنّ التسويق المرئي يؤثر بدرجة كبيرة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. كما يبين الجدول أنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور التسويق المرئي قد بلغت (3.86) ويقع ضمن المجال (3.41-

4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، ويزيد عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3).

ب. محور الوعي السياحي:

الجدول (5): الإحصاءات الوصفية لمحور الوعي السياحي

| # | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|--|-----------------|-------------------|
| 1 | أدت الحملات التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا إلى زيادة وعي المجتمع المحلي بأهمية التنمية السياحية المستدامة. | 3.77 | 0.673 |
| 2 | ساعدت الجهود التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا على توعية السياح بالأهمية البيئية والثقافية لمنطقة اللاذقية. | 3.99 | 0.795 |
| 3 | تعمل المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا على الترويج للتراث الطبيعي والثقافي للمنطقة بشكل فعال. | 3.76 | 0.743 |
| 4 | ساهمت استراتيجيات التسويق المرئي لفندق روتانا في الحفاظ على تقاليد وعادات المجتمع المحلي. | 3.78 | 0.651 |
| 5 | شجعت مبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا المجتمع المحلي على المشاركة في الأنشطة السياحية المستدامة. | 3.91 | 0.783 |
| | المحور ككل | 3.84 | 0.556 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أنّ جميع المتوسطات الحسابية للعبارات المرتبطة بمحور الوعي السياحي تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات أنّ أفراد العينة يوافقون على أنّ التسويق المرئي يؤثر بدرجة كبيرة في زيادة الوعي السياحي. كما يبين الجدول أنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور الوعي السياحي قد بلغت (3.84) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20)

المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، ويزيد عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3).

ت. محور جذب السياح:

الجدول (6): الإحصاءات الوصفية لمحور جذب السياح

| # | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|-----------------|-------------------|
| 1 | أثرت الحملات التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا في جذب السياح إلى اللاذقية بشكل فعال. | 3.70 | 0.790 |
| 2 | تمثل المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا بدقة العروض والتجارب السياحية في المنطقة. | 3.67 | 0.784 |
| 3 | ساعدت استراتيجيات التسويق البصري لفندق روتانا على تنويع أنواع السياح الذين يزورون منطقة اللاذقية. | 3.74 | 0.686 |
| 4 | تلعب الجهود التسويقية المرئية لفندق روتانا دوراً في نمو صناعة السياحة في المنطقة. | 3.53 | 0.726 |
| 5 | زادت مدة الموسم السياحي في اللاذقية نتيجةً لمبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا. | 3.82 | 0.687 |
| | المحور ككل | 3.69 | 0.550 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أنّ جميع المتوسطات الحسابية للعبارات المرتبطة بمحور جذب السياح تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، وتدل الأهمية النسبية لهذه العبارات أنّ أفراد العينة يوافقون على أنّ التسويق المرئي يؤثر بدرجة كبيرة في جذب السياح. كما يبين الجدول أنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور جذب السياح قد بلغت (3.69) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة

الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، ويزيد عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3).

ث. محور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى:

الجدول (7): الإحصاءات الوصفية لمحور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي

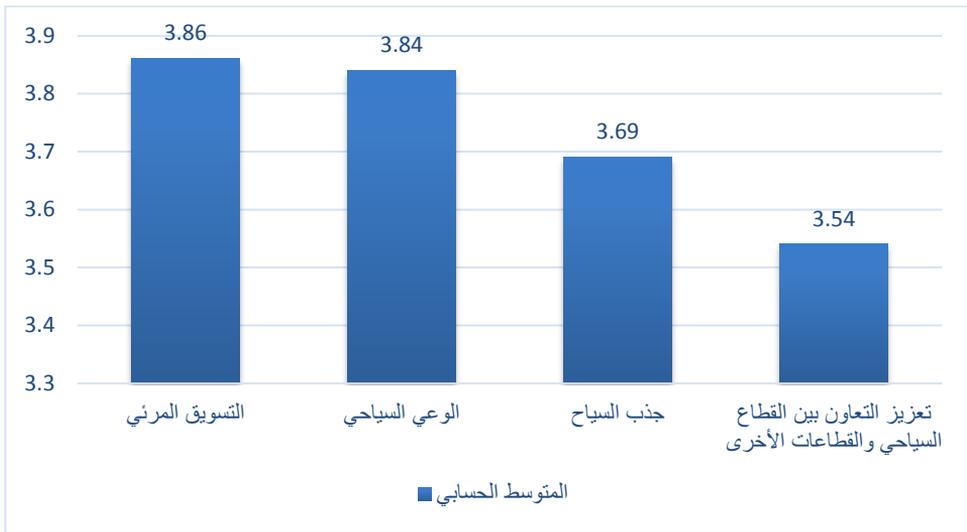
والقطاعات الأخرى

| # | السؤال | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|--|-----------------|-------------------|
| 1 | سهلت الحملات التسويقية المرئية لفندق روتانا التعاون بين قطاع السياحة والصناعات الأخرى (مثل الزراعة والحرف اليدوية والنقل). | 3.53 | 0.816 |
| 2 | ساعدت المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا على تعزيز دمج المنتجات والخدمات المحلية في سلسلة التوريد السياحية. | 3.52 | 0.694 |
| 3 | شجعت استراتيجيات التسويق المرئي لفندق روتانا على تطوير البنية التحتية والمرافق المستدامة المرتبطة بالسياحة. | 3.57 | 0.740 |
| 4 | ساهمت جهود التسويق المرئي لفندق روتانا في خلق فرص عمل جديدة في اللاذقية. | 3.65 | 0.885 |
| 5 | عززت مبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا الشعور بالمسؤولية المشتركة تجاه تنمية السياحة المستدامة بين مختلف أصحاب المصلحة. | 3.44 | 0.771 |
| | المحور ككل | 3.54 | 0.635 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أنّ جميع المتوسطات الحسابية للعبارة المرتبطة بمحور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى تقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، وتدل الأهمية النسبية لهذه

العبارات أنّ أفراد العينة يوافقون على أنّ التسويق المرئي يسهم بدرجة كبيرة في تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى. كما يبين الجدول أنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى قد بلغت (3.54) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "العالية" على مجالات سلم ليكرت، ويزيد عن متوسط المقياس المقابل لمتوسط تدرجات سلم ليكرت (3). يشير الشكل (6) إلى المتوسطات الحسابية لمحاور الاستبيان.



الشكل رقم (6): المتوسطات الحسابية لمحاور الاستبيان

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج المتوسطات الحسابية في الشكل السابق إلى أنّ التسويق المرئي يلعب دوراً هاماً في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في دراسة حالة فندق روتانا في اللاذقية. متوسط درجات التسويق المرئي هو 3.86 مما يشير إلى أنّه عامل مهم في التأثير على المتغيرات التابعة.

وتظهر المتغيرات الفرعية للتنمية السياحية المستدامة، وهي الوعي السياحي (3.84)، وجذب السياح (3.69)، وتعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى (3.54)، جميعها درجات متوسطة عالية نسبياً. وهذا يشير إلى أن التسويق المرئي له تأثير إيجابي على هذه الجوانب من التنمية السياحية المستدامة.

ويشير المعدل المرتفع للتسويق المرئي إلى أنه أداة فعالة في تعزيز الوعي السياحي وجذب السياح وتعزيز التعاون بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى ذات الصلة. ويتماشى ذلك مع الإطار النظري للدراسة الذي يفترض أن التسويق المرئي عنصر حاسم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

بشكل عام، توفر نتائج المتوسطات الحسابية دليلاً تجريبياً على أن التسويق المرئي يساهم بشكل كبير في التنمية السياحية المستدامة في سياق فندق روتانا في اللاذقية. يمكن أن تبلغ النتائج صناعات السياسات السياحية وأصحاب المصلحة في الصناعة بأهمية دمج استراتيجيات التسويق المرئي الفعالة لتعزيز ممارسات السياحة المستدامة.

رابعاً: اختبار فرضيات الدراسة:

تمت دراسة العلاقة الارتباطية بين المتغيرات للتأكد من صحة الفرضيات عن طريق استخدام معامل الارتباط البسيط (Pearson) الذي يستخدم لدراسة قوة العلاقة بين متغيرين. تتراوح قيمته بين (-1، +1) ويرمز له (R).

أ. اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

الجدول (8): دراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق المرئي وتعزيز الوعي السياحي

(ن=88)

| التسويق المرئي | تعزيز الوعي السياحي | | |
|-------------------|------------------------|--|---------------------|
| 1 | 0.791 | Pearson Correlation Sig. (2-tailed) | التسويق المرئي |
| | 0.000 | | |
| 0.791 | 1 | Pearson Correlation Sig. (2-tailed) | تعزيز الوعي السياحي |
| | 0.000 | | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن $(R = 0.791)$ وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية قوية وطردية بين المتغيرين، كما أن $(P=0.000 < a=0.05)$ وبالتالي الارتباط معنوي. لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الوعي السياحي في العينة المبحوثة.

ب. اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

الجدول (9): دراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق المرئي وجذب السياح (ن=88)

| التسويق المرئي | جذب السياح | | |
|-------------------|------------|--|----------------|
| 1 | 0.401 | Pearson Correlation Sig. (2-tailed) | التسويق المرئي |
| | 0.000 | | |
| 0.401 | 1 | Pearson Correlation Sig. (2-tailed) | جذب السياح |
| | 0.000 | | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أنّ ($R = 0.401$) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية متوسطة إلى قوية وطرديّة بين المتغيرين، كما أنّ ($P=0.000 < a=0.05$) وبالتالي الارتباط معنوي. لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وجذب السياح في العينة المبحوثة.

ت. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

الجدول (10): دراسة العلاقة الارتباطية بين التسويق المرئي وتعزيز الشراكات بين

القطاع السياحي والقطاعات الأخرى (ن=88)

| التسويق المرئي | تعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى |
|----------------|--|
| 0.360 | 1 |
| 0.001 | 0.360 |
| 1 | 0.001 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أنّ ($R = 0.360$) وهي تدل على وجود علاقة ارتباطية متوسطة إلى قوية وطرديّة بين المتغيرين، كما أنّ ($P=0.001 < a=0.05$) وبالتالي الارتباط معنوي. لذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى ضمن العينة المبحوثة.

من خلال الجداول (8، 9، 10) يمكننا أن نستنتج أنّ التسويق المرئي يلعب دوراً هاماً في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، ومنه نرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية الفرعية، أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتحقيق تنمية سياحية مستدامة ضمن العينة المبحوثة.

النتائج:

1. إنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور التسويق المرئي قد بلغت (3.86) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "الكبيرة" على مجالات سلم ليكرت.
2. إنّ قيمة المتوسط الحسابي لبعد الوعي السياحي قد بلغت (3.84) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "الكبيرة" على مجالات سلم ليكرت.
3. إنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور جذب السياح قد بلغت (3.69) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "الكبيرة" على مجالات سلم ليكرت.
4. إنّ قيمة المتوسط الحسابي لمحور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى قد بلغت (3.54) ويقع ضمن المجال (3.41-4.20) المقابل لشدة الإجابة "الكبيرة" على مجالات سلم ليكرت
5. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الوعي السياحي في العينة المبحوثة.
6. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وجذب السياح في العينة المبحوثة.

7. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتعزيز الشراكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى ضمن العينة المبحوثة.

8. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المرئي وتحقيق تنمية سياحية مستدامة في العينة المبحوثة.

المقترحات:

في ضوء نتائج الدراسة يمكننا اقتراح ما يلي:

1- التحول الرقمي، من خلال:

- تقليل الاعتماد على الورق وتحسين إدارة الموارد الطبيعية.
- استخدام التقنيات الحديثة في إدارة العمليات اليومية والتواصل مع العملاء مثل تطبيقات. الحجوزات عبر الانترنت وبرامج الإدارة الالكترونية.
- تدريب الموظفين: يجب على الفنادق تدريب الموظفين على مفهوم الاستدامة وكيفية التعامل مع العملاء بطريقة تحافظ على البيئة وتقليل النفايات.
- تشجيع الضيوف: يجب على الفنادق تشجيع الضيوف على المساهمة في الاستدامة من خلال توفير معلومات حول كيفية استخدام الموارد بحكمة وتوفير طاقة المياه وذلك من خلال الاعتماد على أنواع التسويق المرئي (صور، فيديو هات....).

2- تقليل الانبعاثات الكربونية، وذلك من خلال:

- استخدام زجاجات الماء بدل من البلاستيك والقضاء على البلاستيك الذي يستخدم لمرة واحدة.

- رفع الوعي بالاعتماد على أنواع التسويق المرئي.

3- تعزيز المطبخ المستدام، من خلال:

- البدء في زراعة حدائق من الأعشاب والخضروات في مقر الفندق على أن تتواجد بعضها في المناطق المخصصة للنزلاء بحيث يكون النزلاء على علم بالمنتجات المزروعة.
- تدوير المياه المهذرة لري الحدائق في الفنادق.

4- استخدام الطاقة المتجددة بما يناسب موقع الفندق:

- طاقة الرياح (منطقة جبلية).
- الطاقة الشمسية (منطقة صحراوية).
- طاقة المد والجزر (إذا كان الفندق مطل على الساحل).

المراجع:

المراجع العربية:

1. السيد، معين، دور الاستثمار السياحي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، اطروحة دكتوراه، الجزائر، 2018.
2. تماريس، كملان، دور الاستراتيجيات التسويقية في تحقيق تنمية سياحية، مستدامة، ماجستير، جامعة القطب، الجزائر، 2019.
3. بلقاسم، فاطمة، دور التنمية السياحية المستدامة في مواجهة البطالة، رسالة ماجستير، الجزائر، 2017.
4. خذاري، حسناء، "دور التسويق المرئي والمسموع في الترويج للمنتج الثقافي السياحي" مجلد 7، العدد 2، مجلة الدراسات الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2019.
5. سباعي، طارق، دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها، ماجستير، جامعة الغيوم، مصر، 2022.
6. الشيخ، هتهات، واقع السياحة المستدامة في الجزائر ودورها في حماية البيئة، اطروحة دكتوراه، الجزائر، 2023.
7. عاشور، أشرف، دور التخطيط للتنمية السياحية المستدامة في تنظيم الطاقة الاستيعابية السياحية، ماجستير، جامعة الإسكندرية، مصر، 2021.
8. علوي، أميرة، دور الاتصال الرقمي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، ماجستير، جامعة 8 ماي، الجزائر، 2022.
9. فرج، محمد، دور المجتمع المحلي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة، رسالة ماجستير، جامعة 6 أكتوبر، مصر، 2022.
10. نجيب، ولاء، إمكانات التنمية السياحية على ساحل البحر الأحمر جنوب مدينة القصير، اطروحة دكتوراه، جامعة أسيوط، مصر، 2019.
11. كافي، مصطفى، السياحة البيئية المستدامة، دار رسلان للنشر، مصر، 2017.
12. يسر الله، دلال، تحقيق التنمية السياحية المستدامة للتصميم الداخلي للفنادق، رسالة ماجستير، جامعة ابن الأزهر، تونس، 2020.

المراجع الأجنبية:

1. Ciprian, Pavel, "Using Visual Content in Your Marketing", Lawrence Erlbam Associate, 8, 1, Usa, 2018.
2. Diggins, Colin, Marketing at The Kruger National Park Faculty of Economics and Management Sciences at The Rand Afrikaans University, South Africa, 2022.
3. Darlington Nwachukwu," Visual Marketing Strategies and Customers Engagement in Restaurant Businesses in Port Harcourt", International Academic Journal of Management and Marketing, 7, 3, Un, 2023.
4. Jassim, Ahmad," Multidimensionality of Visual Social Media Marketing and Its Impact on Customer", 19, 1, 2023.
5. Pavel, Ciprian, The Effect of Using Visual Content in Your Marketing, Master, University Nevada, Un, 2020.
6. Wedel, Michel, Visual Marketing, Lawrence Erlbam Associate, New York, 2008. P20.

المراجع الالكترونية:

1. مرجع الكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على:
-your-boost-massively-to-<https://buzzsumo.com/blog/how-to-boost-your-traffic-with-image-awesomeness-5-these-with-traffic-blog>, تاريخ الوصول:
(2024/2/4).
2. مرجع الكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على:
<https://brainrules.net/vision>, تاريخ الوصول: (2024/2/5).
3. مرجع الكتروني تم وضعه من قبل الباحث بالاعتماد على:
<https://business.instagram.com/instagram-stories>, تاريخ الوصول:
(2024/2/3).

ملحق (1)

استمارة استبيان

تحية طيبة وبعد:

نتقدم إلى حضرتكم بهذا الاستبيان الذي يتناول موضوع " دور التسويق المرئي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة (دراسة حالة فندق روتانا في اللاذقية)". نتمنى الإجابة على الأسئلة المقدمة بدقة وموضوعية، لتقديم معلومات دقيقة توصلنا إلى نتائج أفضل حول موضوع الدراسة. علماً أنّ إجاباتكم ستنتمتع بالسرية التامة.

ولكم منا جزيل الشكر والاحترام.

يرجى الإجابة على الأسئلة التالية وفقاً للترتيب الآتي:

1 غير موافق بشدة - 2 غير موافق - 3 حيادي - 4 موافق - 5 موافق بشدة

| # | محور التسويق المرئي | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | يقوم فندق روتانا في اللاذقية بتوظيف مختلف تقنيات التسويق المرئي (مثل تصميم المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والكتيبات واللافتات) للترويج لخدماته. | | | | | |
| 2 | تعرض المواد التسويقية المرئية التي يستخدمها فندق روتانا الميزات والمرافق الفريدة للفندق بشكل فعال. | | | | | |
| 3 | تتوافق استراتيجيات التسويق المرئي التي يستخدمها فندق روتانا مع هوية وصورة العلامة التجارية للفندق. | | | | | |
| 4 | تعمل جهود التسويق المرئي لفندق روتانا على توصيل التزام الفندق بالاستدامة والمسؤولية البيئية بشكل فعال. | | | | | |
| 5 | يتم تحديث المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا بانتظام لتعكس أحدث الاتجاهات والتغيرات في صناعة السياحة. | | | | | |

| # | محور الوعي السياحي | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 1 | أدت الحملات التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا إلى زيادة وعي المجتمع المحلي بأهمية التنمية السياحية المستدامة. | | | | | |
| 2 | ساعدت الجهود التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا على توعية السياح بالأهمية البيئية والثقافية لمنطقة اللاذقية. | | | | | |
| 3 | تعمل المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا على الترويج للتراث الطبيعي والثقافي للمنطقة بشكل فعال. | | | | | |
| 4 | ساهمت استراتيجيات التسويق المرئي لفندق روتانا في الحفاظ على تقاليد وعادات المجتمع المحلي. | | | | | |
| 5 | شجعت مبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا المجتمع المحلي على المشاركة في الأنشطة السياحية المستدامة. | | | | | |

| # | محور جذب السياح | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | أثرت الحملات التسويقية المرئية التي قام بها فندق روتانا في جذب السياح إلى اللاذقية بشكل فعال. | | | | | |
| 2 | تمثل المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا بدقة العروض والتجارب السياحية في المنطقة. | | | | | |
| 3 | ساعدت استراتيجيات التسويق البصري لفندق روتانا على تنويع أنواع السياح الذين يزورون منطقة اللاذقية. | | | | | |
| 4 | تلعب الجهود التسويقية المرئية لفندق روتانا دوراً في نمو صناعة السياحة في المنطقة. | | | | | |
| 5 | زادت مدة الموسم السياحي في اللاذقية نتيجةً لمبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا. | | | | | |

| # | محور تعزيز التعاون بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 1 | سهلت الحملات التسويقية المرئية لفندق روتانا التعاون بين قطاع السياحة والصناعات الأخرى (مثل الزراعة والحرف اليدوية والنقل). | | | | |
| 2 | ساعدت المواد التسويقية المرئية لفندق روتانا على تعزيز دمج المنتجات والخدمات المحلية في سلسلة التوريد السياحية. | | | | |
| 3 | شجعت استراتيجيات التسويق المرئي لفندق روتانا على تطوير البنية التحتية والمرافق المستدامة المرتبطة بالسياحة. | | | | |
| 4 | ساهمت جهود التسويق المرئي لفندق روتانا في خلق فرص عمل جديدة في اللاذقية. | | | | |
| 5 | عززت مبادرات التسويق المرئي لفندق روتانا الشعور بالمسؤولية المشتركة تجاه تنمية السياحة المستدامة بين مختلف أصحاب المصلحة. | | | | |

دراسة قياسية للعلاقة بين التجارة الخارجية ومجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة

الدكتور نور الدين هرمز*

الدكتور علي أحمد**

سميع معين شحرور***

المخلص

هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين التجارة الخارجية السورية (الصادرات والواردات)، وبين رأس المال المستثمر (مجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019. تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي Eviews.10 في تحليل البيانات، وتم استخدام المنهج الكمي القياسي، وتم تحديد الإطار الزمني للبحث خلال الفترة 2000-2019. توصل البحث إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين التجارة الخارجية السورية (الصادرات والواردات)، وبين رأس المال المستثمر (مجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) خلال الفترة 2000-2019، حيث تؤثر الصادرات بشكل طردي في رأس المال المستثمر وكل تغير بمقدار وحدة واحدة في الصادرات يؤدي إلى ارتفاع بمقدار 0.059 وحدة في السنة التالية، كما تؤثر الواردات بشكل سلبي في رأس المال المستثمر حيث أنه كل زيادة بمقدار وحدة واحدة يؤدي لانخفاض بمقدار 0.024 في رأس المال المستثمر.

كلمات مفتاحية: التجارة الخارجية، التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة، المنهج الكمي القياسي.

* أستاذ، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

** مدرس، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

** طالب دراسات عليا (دكتوراه)، قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

An Econometric Study of the Relationship Between Foreign Trade and Overall Capital Formation in the Industrial Sector

Dr. Nouredin Hermez *

Dr. Ali Ahmed **

Samee Shahrour ***

ABSTRACT

The research aimed to study the relationship between Syrian foreign trade (exports and imports) and invested capital (total capital formation in the industrial sector) in the Syrian industrial sector during the period 2000-2019. The statistical program Eviews.10 was relied upon to analyze the data, the standard quantitative approach was used, and the time frame for the research was determined during the period 2000-2019.

The research found that there is a statistically significant relationship between Syrian foreign trade (exports and imports) and invested capital (total capital formation in the industrial sector) during the period 2000-2019, where exports directly affect invested capital and every one-unit change in exports. It leads to an increase of 0.059 units in the following year. Imports also negatively affect the invested capital, as every increase of one unit leads to a decrease of 0.024 in the invested capital.

Keywords: Foreign Trade, Capital Formation in the Industrial Sector, Econometric Quantitative Methodology.

*Professor, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Latakia, Syria.

**Lecturer, Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Latakia, Syria.

***Postgraduate student (PhD), Department of Economics and Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Latakia, Syria.

أولاً: المقدمة:

ترتبط التجارة الخارجية والاستثمار الصناعي ارتباطاً وثيقاً، حيث تُساهم التجارة الخارجية في توفير الموارد المالية اللازمة للاستثمار الصناعي، كما أنّ الاستثمار الصناعي يساهم في زيادة الصادرات وتحسين تنافسيتها في الأسواق العالمية.

ويتجلى دور التجارة الخارجية في دعم الاستثمار الصناعي من خلال توفير الموارد المالية اللازمة له، وذلك من خلال زيادة إيرادات الدولة من الضرائب الجمركية على الواردات والصادرات، وتوفير فرص العمل والدخل للمواطنين، مما يزيد من الإنفاق الاستهلاكي، وبالتالي زيادة الطلب على المنتجات الصناعية، بالإضافة إلى جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، والذي يعد مصدراً مهماً لتمويل الاستثمارات الصناعية.

كما يساهم الاستثمار الصناعي في دعم التجارة الخارجية من خلال زيادة الصادرات وتحسين تنافسيتها في الأسواق العالمية، وذلك من خلال إنتاج منتجات وطنية عالية الجودة تلبي احتياجات الأسواق العالمية، وخفض تكاليف الإنتاج، مما يزيد من القدرة التنافسية للمنتجات، بالإضافة إلى التوسع في الأسواق الخارجية من خلال من خلال إنشاء فروع للشركات الصناعية المحلية في دول أخرى.

ثانياً: مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في أنّ ظروف الحرب على سورية وما رافقها من عقوبات اقتصادية مستمرة أدت تأثيرات إلى سلبية كبيرة على الاستثمار في قطاع الصناعة، تمثلت في انخفاض الاستثمارات الصناعية المحلية والأجنبية المباشرة، نتيجة تدمير البنية التحتية الصناعية، بما في ذلك المصانع والمرافق الإنتاجية، وارتفاع تكاليف الإنتاج، بسبب ارتفاع أسعار الطاقة والموارد الخام، وضعف الطلب على المنتجات الصناعية السورية، بسبب انخفاض الدخل الفردي للمواطنين، وقد أدى ذلك إلى تراجع الإنتاج الصناعي السوري بشكل حاد بعد عام 2011، لكن وعلى الرغم من بعض المؤشرات على التعافي الاقتصادي في سورية، إلا أنّ الاستثمار الصناعي لا يزال يواجه تحديات كبيرة، بسبب عدم استقرار بيئة الاستثمار في القطاع الصناعي نتيجة العقوبات الاقتصادية على سورية. بناءً على ما سبق يمكن تحديد مشكلة البحث في التساؤل الآتي:

ما العلاقة بين التجارة الخارجية السورية وبين رأس المال المستثمر في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

ويتفرع عن هذا التساؤل السؤالين الآتين:

1- ما العلاقة بين الصادرات وبين رأس المال المستثمر في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

2- ما العلاقة بين الواردات وبين رأس المال المستثمر في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

ثالثاً: أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في الآتي:

1- الدور الذي يؤديه القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي، وفي زيادة حصة الدولة من عائد الصادرات، وإسهامه في تخفيض العجز في الميزان التجاري وميزان المدفوعات بإيجاد بدائل الواردات لمقابلة الاستهلاك المحلي (الطلب المحلي).

2- إنّ العلاقة الإيجابية بين التجارة الخارجية والتكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة يمكن أن تترجم في زيادة في الدخل القومي، وبالتالي زيادة الطلب على المنتجات الصناعية، مما يدفع إلى زيادة الاستثمارات الصناعية؛ بالإضافة إلى زيادة عائدات الشركات الصناعية، مما يدفعها إلى زيادة الاستثمارات في الإنتاج؛ وإلى زيادة المنافسة في الأسواق العالمية، مما يدفع الشركات الصناعية إلى زيادة الاستثمارات في الابتكار والبحث والتطوير، من أجل تحسين جودة المنتجات وخفض تكاليف الإنتاج.

رابعاً: أهداف البحث:

هدف البحث إلى:

1- دراسة العلاقة بين صادرات التجارة الخارجية، وبين رأس المال المستثمر (مجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

2- دراسة العلاقة بين واردات التجارة الخارجية، وبين رأس المال المستثمر (مجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

خامساً: فرضيات البحث:

1- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين صادرات التجارة الخارجية وبين رأس المال المستثمر (مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

2- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين واردات التجارة الخارجية وبين رأس المال المستثمر (مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019.

سادساً: منهجية البحث:

تمّ الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي القائم على وصف الظاهرة وتحليلها، وتفسير المعلومات التي تمّ الحصول عليها من المعطيات والبيانات الإحصائية المتوافرة في المجموعات الإحصائية، والاستفادة منها للوصول إلى تعميمات واستدلالات تشمل المجتمع محل البحث، وتمّ استخدام البرنامج الإحصائي Eviews.10 في تحليل البيانات، وتمّ استخدام الأساليب الإحصائية الآتية: اختبار جذر الوحدة والاستقرارية، واختبار جوهانسون للتكامل المشترك ونموذج تصحيح الخطأ VECM ونموذج التكامل المشترك للعلاقة طويلة الأجل.

سابعاً: حدود البحث:

يقوم البحث على تحليل سلاسل زمنية سنوية للمتغيرات المدروسة (صادرات وواردات التجارة الخارجية، مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) الخاصة بالجمهورية العربية السورية، للفترة الزمنية من عام 2000 ولغاية العام 2019 من بيانات المكتب المركزي للإحصاء، والمجموعات الإحصائية الصادرة عنه.

ثامناً: متغيرات البحث:

المتغيرات المستقلة: صادرات التجارة الخارجية EXT، واردات التجارة الخارجية IMP
المتغير التابع: مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة INV

تاسعاً: الدراسات السابقة:

1- دراسة (Umer & Alam, 2013) بعنوان:

Effect of Openness to Trade and FDI on Industrial Sector Growth: A Case Study for Pakistan.

تأثير الانفتاح على التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر على نمو القطاع الصناعي:
دراسة حالة لباكستان.

هدفت الدراسة إلى توضيح تأثير الانفتاح التجاري والاستثمار الأجنبي المباشر على نمو القطاع الصناعي في باكستان خلال الفترة من 1965 إلى 2011، وقد استخدمت الدراسة أسلوب جوهانسون للتكامل المشترك نموذج متجه تصحيح الخطأ لتقدير كل من العلاقة قصيرة المدى والعلاقة طويلة المدى بين المتغيرات، وكشفت نتائج الدراسة أنّ الاستثمار الأجنبي المباشر والناتج المحلي الإجمالي الحقيقي كان له تأثير إيجابي ومعنوي على نمو القطاع الصناعي في حين أنّ الانفتاح التجاري والتضخم كان له تأثير سلبي على نمو القطاع الصناعي في باكستان، كما وجدت الدراسة أنّ سعر الصرف الفعلي الحقيقي كان له تأثير ضئيل على نمو القطاع الصناعي على المدى الطويل في حين أنّ الفترة المتأخرة للقطاع الصناعي الخاص والاستثمار الأجنبي المباشر وسعر الصرف الفعلي الحقيقي والإجمالي المحلي الحقيقي كان لها تأثير إيجابي وهام على نمو القطاع الصناعي في المدى القصير، أيضاً كان للتضخم والانفتاح التجاري تأثير ضئيل على نمو الناتج الصناعي في باكستان على المدى القصير.

2- دراسة (Broadben etal, 2015) بعنوان:

United States International Trade Commission Trade, Investment, and Industrial Policies in India: Effects on the U.S. Economy.

التجارة والاستثمار والسياسات الصناعية في الهند: آثار على اقتصاد الولايات المتحدة.
هدفت الدراسة إلى فحص التجارة والاستثمار والسياسات الصناعية في الهند التي تقيد الصادرات والاستثمار في الولايات المتحدة، وتقدير آثار هذه السياسات على الولايات المتحدة بالشركات، والعاملين فيها، استخدم في هذه الدراسة ثلاثة من النهج التكميلية

لدراسة هذه القضايا: مسح الشركات الأمريكية التي تمارس نشاطاً تجارياً في الهند؛ التحليل الكمي للتأثيرات على الاقتصاد الأمريكي، بما في ذلك السمعة والعمل الميداني. توصلت الدراسة إلى أنّ مجموعة واسعة من السياسات الهندية التقييدية أثرت سلباً على الشركات الأمريكية التي تعمل في الهند، وشملت حواجز هذه السياسة التعريفات الجمركية والإجراءات الجمركية وقيود الاستثمار الأجنبي المباشر، والقيود المفروضة على المحتوى الكلي، ومعاملة الملكية الفكرية، والضرائب والأنظمة المالية، وعدم اليقين التنظيمي، وغيرها، كما أنّ آثار هذه السياسات تختلف حسب القطاع (الشركات التي تقدم المنتجات الزراعية والمواد الغذائية، والخدمات المالية، وبعض المنتجات الصناعية)، بما في ذلك المستحضرات الصيدلانية التي كانت الأكثر تضرراً من السياسات الهندية التقييدية، وأشارت نتائج المسح الإحصائي أنّ حصة الشركات الأمريكية المتضررة من جراء السياسات التقييدية ارتفع من 18.8% عام 2007 إلى 26.1% عام 2013 للقطاعات الفردية، هذه النتائج جعلت الشركات الأمريكية تفكر في استراتيجية للاستجابة لهذه القيود، وذلك بتوجيه موارد أقل للسوق الهندي.

3- دراسة حيدر (2016) بعنوان: أثر السياسات الصناعية في النمو الاقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2015.

هدفت الدراسة إلى دراسة مفهوم وأهمية السياسات الصناعية والنمو الاقتصادي والعلاقة بينهما في الفكر الاقتصادي، والتعرف على واقع الصناعة والسياسة الصناعية في سورية، وبيان مدى تأثير السياسات الصناعية على النمو الاقتصادي في سورية، وذلك من خلال دراسة أثر السياسات الصناعية على عوامل النمو الاقتصادي (الصادرات، الإنتاج، الاستثمار، التشغيل) وتقييم دورها في النمو الاقتصادي في سياق عملية الإصلاح الاقتصادي والبيئة السياسية الداخلية والخارجية. أظهرت النتائج أنّ السياسات الصناعية الداعمة للقطاع الصناعي والصادرات الصناعية (وبشكل خاص لقطاعي صناعة الغزل والنسيج والجلود وقطاع صناعة المنتجات الغذائية والمشروبات والتبغ)، والداعمة أيضاً للانفتاح الاقتصادي على العالم الخارجي دور في زيادة إنتاج وصادرات الصناعة التحويلية، حيث كان هناك تطور مستمر في إنتاج الصناعة التحويلية إلا أنّ مساهمته في الإنتاج المحلي الإجمالي لم تتجاوز خمس هذا الإنتاج، أما بالنسبة لصادرات

الصناعة التحويلية، فقد ارتفعت نسبة مساهمتها بإجمالي قيمة الصادرات السورية من حوالي 21% خلال الفترة 2000-2005 إلى حوالي 50% منذ عام 2006 وحتى العام 2010.

4- دراسة عبد الرزاق (2017) بعنوان: أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الدول النامية بالتطبيق على صناعة السكر في السودان في الفترة 1987-1997.

هدفت الدراسة إلى دراسة مدى تأثير تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الدول النامية بصفة عامة والسودان بصفة خاصة، وكيف يمكن تطوير قطاع الصناعة في السودان لمواجهة تحديات تحرير التجارة الخارجية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بهدف تحليل الأوضاع الاقتصادية لقطاعي التجارة الخارجية والصناعية في الدول النامية بصفة عامة والسودان بصفة خاصة، واستخدم المنهج التاريخي والبياني لوصف طبيعة المتغيرات التي تحدث في قطاع صناعة السكر في السودان. وخلصت الدراسة إلى نتائج هامة منها أن الدول النامية تسعى من خلال تحرير التجارة الخارجية للاندماج في الاقتصاد العالمي للاستفادة من مزايا تحرير التجارة الخارجية إلا أن هذه الدول لم تستفيد من تحرير التجارة الخارجية خاصة قطاع الصناعة لأنها تعتمد على إنتاج وتصدير المواد الأولية الزراعية. أيضاً إن تحرير التجارة الخارجية يؤدي إلى نقل التكنولوجيا وإعادة هيكلة البنى التحتية للدول النامية وعدم مطابقة الجودة والمواصفات القياسية ومعايير جودة المنتجات الصناعية وفق المعايير العالمية في السودان، وإن صناعة السكر في السودان تأثرت بتحرير التجارة الخارجية، حيث ازداد استيراد السكر في السودان مما أدى إلى العجز في الميزان التجاري وميزان المدفوعات.

5- دراسة (Nwosa, 2018) بعنوان:

Foreign Direct Investment in Nigeria: Its Role and Importance in Industrial Sector Growth.

الاستثمار الأجنبي المباشر في نيجيريا: دوره وأهميته في نمو القطاع الصناعي.
هدفت الدراسة إلى تحليل دور الاستثمار الأجنبي المباشر في نمو القطاع الصناعي في نيجيريا للفترة الممتدة من 1970 إلى 2016، وقد استخدمت الدراسة تقنية نمذجة تصحيح

الأخطاء وأظهرت نتائج الدراسة أنّ الاستثمار الأجنبي المباشر كان له تأثير سلبي ومعنوي على التصنيع في نيجيريا، وخلصت الدراسة إلى أنّ دور الاستثمار الأجنبي المباشر في نمو القطاع الصناعي النيجيري كان ضاراً بدلاً من تعزيزه، وبالتالي أوصت الدراسة بضرورة قيام الحكومة الفيدرالية بنقل تركيزها وتوجهاتها السياسية من قطاع النفط إلى القطاع الصناعي لأنّ هذا سوف يجذب انتباه المستثمرين الأجانب إلى القطاع الصناعي.

6- دراسة (سارة، 2021) بعنوان: أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الجزائر: دراسة تحليلية قياسية للفترة من 2000-2019.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على طبيعة العلاقة بين تحرير التجارة الخارجية وأداء القطاع الصناعي، وذلك من خلال دراسة قياسية ارتكزت على بناء نموذج قياسي لتحديد تأثير درجة الانفتاح التجاري وسعر الصرف والواردات على تطور القيمة المضافة للقطاع الصناعي كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة من (2000-2019)، أشارت النتائج التجريبية إلى وجود تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية لمؤشر الانفتاح التجاري على القيمة المضافة للقطاع الصناعي، ومع ذلك فإنّ تأثير سعر الصرف والواردات كان سلبي.

بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت التجارة الخارجية والاستثمار بشكل عام والاستثمار الصناعي بشكل خاص، يلاحظ أنّ الدراسة الحالية تركز على طبيعة العلاقة بين التجارة الخارجية في سورية ومجمل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعي، وذلك لمعرفة درجة تأثير طرفي التجارة الخارجية (الصادرات والواردات) في رأس المال المستثمر الصناعي، وذلك خلال فترة زمنية تميزت بعدم الاستقرار نتيجة العقوبات الاقتصادية المفروضة على سورية منذ عام 2011.

عاشراً: النتائج والمناقشة:

المرحلة الاستكشافية للبيانات: وتتضمن الخصائص التي تتصف بها البيانات محل الدراسة، وتشمل:

الجدول (1) أهم الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة

| المتغير | إجمالي الواردات | إجمالي الصادرات | التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------------------------|
| | IMP | EXT | INV |
| عدد المشاهدات | 20 | 20 | 20 |
| المتوسط الحسابي | 1118343 | 438703.8 | 70650.20 |
| الانحراف المعياري | 957620 | 271102.9 | 30985 |
| أكبر قيمة | 3019922 | 1138890 | 145484 |
| أدنى قيمة | 187353 | 174933 | 20015 |
| التفطح | 2.818354 | 4.154657 | 3.878928 |
| الالتواء | 1.087215 | 1.361682 | 0.878928 |
| Jarque-Bera | 3.967616 | 7.291620 | 2.944209 |
| (Prob) | 0.137544 | 0.026100 | 0.229442 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (1) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار التوزيع الطبيعي أكبر من مستوى معنوية 0.01 لمتغيرات البحث، وبالتالي جميع متغيرات البحث تتوزع وفق التوزيع الطبيعي، حيث أنّ معظم الاختبارات الإحصائية تقوم على افتراض التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث، كما نلاحظ أنّ قيم التفطح والالتواء للمتغيرات قريبة من نسب التوزيع الطبيعي مما يدل على النمو المستقر لمتغيرات البحث وعدم وجود قيم متطرفة مؤثرة على شكل التوزيع.

بلغ متوسط الصادرات الإجمالي لسورية 438703.8 مليون ليرة خلال الفترة المدروسة، وبلغت أكبر قيمة (1138890) مليون ليرة عام 2019 مع تحسن الإنتاج المحلي وتوثيق العلاقات التجارية مع دول الشرق، بينما بلغ متوسط الواردات تقريباً ثلاثة أضعاف متوسط الصادرات بمقدار (1118343) مليون ليرة، وذلك لسد نقص حاجة السوق المحلية نتيجة تعطل الكثير من القطاعات الاقتصادية. أما بالنسبة للاستثمار في قطاع الصناعة (مجمل التكوين الرأسمالي) فنجد أنّ قيمه متواضعة خلال الفترة المدروسة بمتوسط

70650 مليون ليرة سورية، حيث أنّ المتغير لم يتطور بالشكل المطلوب مع الفرق الصغير بين أدنى وأكبر قيمة.

اختبار الاستقرارية: يُعدّ اختبار استقرارية السلاسل الزمنية من أهم مراحل بناء النموذج القياسي، وذلك بسبب أنّ وجود جذر الوحدة في البيانات يمكن أن يؤدي إلى نتائج سلبية بما يتعلق بالخصائص التقاربية للمقدرات أو حتى باعتبار النموذج المقدر زائفاً، ولتكون السلسلة الزمنية مستقرة يجب أن يتحقق ما يلي:

$$1- \text{المتوسط ثابت ومستقل عن الزمن من أجل كل لحظة، } E(X_t) = \mu$$

$$2- \text{التباين ثابت ومستقل عن الزمن من أجل كل لحظة، } Var(X_t) = \sigma^2$$

3- التباين المشترك وعدم ارتباط المشاهدات الحالية والسابقة،

$$Cov(X_t, X_{t+h}) = f(h)$$

تبين من خلال التحليل الوصفي للمتغيرات، أنّ لها اتجاه عام، أي تتطور عبر الزمن فهي متغيرات غير مستقرة، وللتأكد من أنّها غير مستقرة ومعرفة درجة استقرارها نستخدم اختبار جذر الوحدة (Unit Root Test)، ومنها اختبار ديكي فولر الموسع (Augmented Dickey Fuller) (A.D.F, 1981) Dickey Fuller، حيث اقترح العالمان ديكي وفوللر ثلاثة نماذج لتوصيف السلسلة الزمنية موضوع البحث:

النموذج الأول هو نموذج بدون ثابت (C) وبدون اتجاه عام (t) الذي يُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_t = \alpha X_{t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta X_{t-j} + \varepsilon_t \quad (1)$$

النموذج الثاني مع ثابت (C) وبدون اتجاه عام (t) الذي يُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_t = \alpha X_{t-1} + C + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta X_{t-j} + \varepsilon_t \quad (2)$$

النموذج الثالث مع ثابت (C) ومع اتجاه عام (t) ويُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_t = \alpha X_{t-1} + C + \delta t + \sum_{j=1}^p \gamma_j \Delta X_{t-j} + \varepsilon_t \quad (3)$$

حيث:

$(\Delta X_t = X_t - X_{t-1})$ (مستوى الفرق الأول للمتغير X_t ، ε_t : حد الخطأ العشوائي).
 p : درجة إبطاء المتغير للتخلص من الارتباط الذاتي لحد الخطأ العشوائي. ولتحديدها يتم عادةً استخدام معايير مثل (Akaike, Schwarz)، ووفقاً لذلك نختبر الفرضية:
 $H_0: \alpha = 0$ (السلسلة الزمنية غير مستقرة).
 $H_1: \alpha < 0$ (السلسلة الزمنية مستقرة).

نتلخص منهجية استقرارية السلاسل الزمنية بدءاً من النموذج (3)، ففي حال معنوية القاطع والاتجاه العام نتخذ قرار الاستقرارية أو عدمها بالاعتماد على نموذج رقم (3)، وفي حال عدم معنوية القاطع أو الاتجاه العام ننتقل إلى النموذج رقم (2)، ففي حال معنوية الثابت نتخذ قرار الاستقرارية بالاعتماد على نموذج رقم (2)، وفي حال عدم معنوية الثابت نعتمد في اتخاذ قرار الاستقرارية على نموذج رقم (1).

أ- استقرارية سلسلة الصادرات EXT:

يبين الجدول الآتي تقدير النموذج (3) لسلسلة الصادرات EXT:

الجدول (2) تقدير النموذج (3) لاختبار استقرارية EXT

| Null Hypothesis: EXT has a unit root | | | | |
|--|-------------|------------|-------------|--------|
| Exogenous: Constant, Linear Trend | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -0.813794 | 0.9459 |
| Test critical values: | | | | |
| 1% level | | | -4.532598 | |
| 5% level | | | -3.673616 | |
| 10% level | | | -3.277364 | |
| *MacKinnon (1996) one-sided p-values. | | | | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation | | | | |
| Dependent Variable: D(EXT) | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 05/10/22 Time: 16:45 | | | | |
| Sample (adjusted): 2001 2019 | | | | |
| Included observations: 19 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| EXT(-1) | -0.172692 | 0.212207 | -0.813794 | 0.4277 |
| C | 18574.46 | 113744.6 | 0.163300 | 0.8723 |
| @TREND("2000") | 9938.550 | 8339.797 | 1.191702 | 0.2508 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (2) أنّ متغير الاتجاه والقاطع غير معنوي عند مستوى معنوية 0.05، وبالتالي لا نستطيع الاعتماد على هذا النموذج في الحكم على استقرارية المتغير ونقوم بتقدير النموذج (2):

الجدول (3) تقدير النموذج (2) لاختبار استقرارية EXT

| Null Hypothesis: EXT has a unit root | | | | |
|--|-------------|------------|-------------|--------|
| Exogenous: Constant | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -0.548262 | 0.8605 |
| Test critical values: | | | | |
| | 1% level | | -3.831511 | |
| | 5% level | | -3.029970 | |
| | 10% level | | -2.655194 | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation | | | | |
| Dependent Variable: D(EXT) | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 05/10/22 Time: 16:48 | | | | |
| Sample (adjusted): 2001 2019 | | | | |
| Included observations: 19 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| EXT(-1) | -0.114627 | 0.209074 | -0.548262 | 0.5906 |
| C | 94626.34 | 95311.15 | 0.992815 | 0.3347 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (3) أنه وعند مستوى دلالة 0.05، نجد عدم معنوية القاطع وبالتالي نقوم بتقدير النموذج رقم (1):

الجدول (4) تقدير النموذج (1) لاختبار استقرارية EXT

| Null Hypothesis: EXT has a unit root | | | | |
|--|-----------|--|-------------|--------|
| Exogenous: None | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | 0.692594 | 0.8565 |
| Test critical values: | | | | |
| | 1% level | | -2.692358 | |
| | 5% level | | -1.960171 | |
| | 10% level | | -1.607051 | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (4) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختيار (Prob = 0.856) أكبر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي لا نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونجد أنّ سلسلة

EXT غير مستقرة في مستواها الأصلي، وبالتالي نقوم بأخذ الفرق الأول (1) Difference) لسلسلة ((EXT= D(EXT):

الجدول (5) تقدير النموذج بالفرق الأول لاختبار استقرارية EXT

| | | |
|--|-------------|-----------|
| Null Hypothesis: D(EXT) has a unit root | | |
| Exogenous: None | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | |
| | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | -3.626641 | 0.0011 |
| Test critical values: | 1% level | -2.699769 |
| | 5% level | -1.961409 |
| | 10% level | -1.606610 |
| *MacKinnon (1996) one-sided p-values. | | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (5) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار (Prob = 0.001) أصغر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنّ سلسلة الصادرات الإجمالية مستقرة عند الفرق الأول (1 Difference).

ب - استقرارية سلسلة الواردات IMP:

يبين الجدول الآتي تقدير النموذج (3) لسلسلة الواردات IMP:

الجدول (6) تقدير النموذج (3) لاختبار استقرارية IMP

| | | | | |
|--|-------------|------------|-------------|--------|
| Null Hypothesis: IMP has a unit root | | | | |
| Exogenous: Constant, Linear Trend | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | t-Statistic | Prob.* | | |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | -1.277858 | 0.8621 | | |
| Test critical values: | 1% level | -4.532598 | | |
| | 5% level | -3.673616 | | |
| | 10% level | -3.277364 | | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation | | | | |
| Dependent Variable: D(IMP) | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 05/12/22 Time: 08:29 | | | | |
| Sample (adjusted): 2001 2019 | | | | |
| Included observations: 19 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| IMP(-1) | -0.189848 | 0.148567 | -1.277858 | 0.2195 |
| C | -83796.68 | 133722.5 | -0.626646 | 0.5397 |
| @TREND("2000") | 42460.51 | 23087.35 | 1.839124 | 0.0845 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (6) أنّ متغير الاتجاه والقاطع غير معنوي عند مستوى معنوية 0.05، وبالتالي لا نستطيع الاعتماد على هذا النموذج في الحكم على استقرارية المتغير ونقوم بتقدير النموذج (2):

الجدول (7) تقدير النموذج (2) لاختبار استقرارية IMP

| Null Hypothesis: IMP has a unit root | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|--------|
| Exogenous: Constant | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | t-Statistic | Prob.* | |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | 0.698364 | 0.9886 | |
| Test critical values: | | 1% level | -3.831511 | |
| | | 5% level | -3.029970 | |
| | | 10% level | -2.655194 | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation | | | | |
| Dependent Variable: D(IMP) | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 05/12/22 Time: 08:31 | | | | |
| Sample (adjusted): 2001 2019 | | | | |
| Included observations: 19 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| IMP(-1) | 0.051747 | 0.074098 | 0.698364 | 0.4944 |
| C | 94328.18 | 98450.69 | 0.958126 | 0.3514 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (7) أنه وعند مستوى دلالة 0.05 عدم معنوية القاطع، وبالتالي نقوم بتقدير النموذج رقم (1):

الجدول (8) تقدير النموذج (2) لاختبار استقرارية IMP

| Null Hypothesis: IMP has a unit root | | | | |
|--|--|-------------|-----------|--|
| Exogenous: None | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | t-Statistic | Prob.* | |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | 2.243687 | 0.9912 | |
| Test critical values: | | 1% level | -2.692358 | |
| | | 5% level | -1.960171 | |
| | | 10% level | -1.607051 | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (8) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختيار (Prob = 0.9912) أكبر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي لا نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونجد أنّ سلسلة

1) IMP غير مستقرة في مستواها الأصلي، وبالتالي نقوم بأخذ الفرق الأول (Difference) لسلسلة ((IMP= D(IMP):

الجدول (9) تقدير النموذج في الفرق الأول لاختبار استقرارية IMP

| Null Hypothesis: D(IMP) has a unit root Exogenous: Constant Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | |
|--|-------------|-----------|
| | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | -3.612748 | 0.0164 |
| Test critical values: | | |
| | 1% level | -3.857386 |
| | 5% level | -3.040391 |
| | 10% level | -2.660551 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (9) أن القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار (Prob = 0.0164) أصغر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أن سلسلة الواردات الإجمالية مستقرة عند الفرق الأول (1 Difference).

ج- استقرارية سلسلة رأس المال المستثمر (مجمل التكوين الرأسمالي) INV:

يبين الجدول الآتي تقدير النموذج (3) لسلسلة رأس المال المستثمر INV:

الجدول (10) تقدير النموذج (3) لاختبار استقرارية INV

| Null Hypothesis: INV has a unit root Exogenous: Constant, Linear Trend Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|--------|
| | | t-Statistic | Prob.* | |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | -1.475167 | 0.8020 | |
| Test critical values: | | | | |
| | 1% level | -4.532598 | | |
| | 5% level | -3.673616 | | |
| | 10% level | -3.277364 | | |
| *MacKinnon (1996) one-sided p-values. | | | | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation Dependent Variable: D(INV) Method: Least Squares Date: 05/13/22 Time: 20:35 Sample (adjusted): 2001 2019 Included observations: 19 after adjustments | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| INV(-1) | -0.321540 | 0.217968 | -1.475167 | 0.1596 |
| C | 16607.68 | 17405.32 | 0.954173 | 0.3542 |
| @TREND("2000") | 990.8745 | 1052.003 | 0.941893 | 0.3603 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (10) أنه، وعند مستوى دلالة 0.05 عدم معنوية القاطع والاتجاه العام، وبالتالي نقوم بتقدير النموذج رقم (2):

الجدول (11) تقدير النموذج (2) لاختبار استقرارية INV

| | | | | | |
|--|------------|-------------|-------------|-------------|--------|
| Null Hypothesis: INV has a unit root | | | | | |
| Exogenous: Constant | | | | | |
| Lag Length: 2 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | | |
| | | | t-Statistic | Prob.* | |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -2.566444 | 0.1187 | |
| Test critical values: | | | | | |
| | 1% level | | -3.886751 | | |
| | 5% level | | -3.052169 | | |
| | 10% level | | -2.666593 | | |
| *MacKinnon (1996) one-sided p-values. | | | | | |
| Augmented Dickey-Fuller Test Equation | | | | | |
| Dependent Variable: D(INV) | | | | | |
| Method: Least Squares | | | | | |
| Date: 05/13/22 Time: 20:55 | | | | | |
| Sample (adjusted): 2003 2019 | | | | | |
| Included observations: 17 after adjustments | | | | | |
| | Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| | INV(-1) | -1.000210 | 0.389726 | -2.566444 | 0.0235 |
| | D(INV(-1)) | 0.742901 | 0.388104 | 1.914180 | 0.0779 |
| | D(INV(-2)) | 0.712139 | 0.318291 | 2.237386 | 0.0434 |
| | C | 68089.93 | 25436.39 | 2.676871 | 0.0190 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (11) أنه، وعند مستوى دلالة 0.05، معنوية القاطع وبالتالي نستطيع اتخاذ قرار الاستقرارية بالاعتماد على النموذج (2) ونجد أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 0.05 ومنه لا نستطيع رفض الفرضية العدم ونستنتج أنّ السلسلة غير مستقرة في المستوى وبالتالي نقوم بأخذ الفرق الأول (Difference 1) لسلسلة ((INV= D(INV)):

الجدول (12) تقدير النموذج عند الفرق الأول لاختبار استقرارية INV

| | | | | |
|--|-----------|--|-------------|--------|
| Null Hypothesis: D(INV) has a unit root | | | | |
| Exogenous: None | | | | |
| Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2) | | | | |
| | | | t-Statistic | Prob.* |
| Augmented Dickey-Fuller test statistic | | | -4.519636 | 0.0001 |
| Test critical values: | | | | |
| | 1% level | | -2.699769 | |
| | 5% level | | -1.961409 | |
| | 10% level | | -1.606610 | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (12) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار (Prob = 0.0001) أقل من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنّ سلسلة رأس المال المستثمر مستقرة عند الفرق الأول (1 Difference).
بناءً على ما سبق، نجد أنّ جميع المتغيرات مستقرة عند الفرق الأول، وبالتالي هناك احتمال لوجود علاقة طويلة الأجل حسب جوهانسن، وبالتالي نختبر الأثر ونحدد علاقات التكامل المشترك الموجودة:

الجدول (13) اختبار التكامل المشترك حسب جوهانسن

| Date: 05/14/22 Time: 08:43 | | | | |
|---|------------|-----------------|---------------------|---------|
| Sample (adjusted): 2003 2019 | | | | |
| Included observations: 17 after adjustments | | | | |
| Trend assumption: Linear deterministic trend | | | | |
| Series: INV EXT IMP | | | | |
| Lags interval (in first differences): 1 to 2 | | | | |
| Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace) | | | | |
| Hypothesized No. of CE(s) | Eigenvalue | Trace Statistic | 0.05 Critical Value | Prob.** |
| None * | 0.804089 | 39.50670 | 29.79707 | 0.0028 |
| At most 1 | 0.480646 | 11.79509 | 15.49471 | 0.1670 |
| At most 2 | 0.037922 | 0.657209 | 3.841466 | 0.4175 |
| Trace test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level | | | | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (13) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار معنوية عند مستوى دلالة 0.05 فقط عند None وبالتالي عدد علاقات التكامل المشترك هو (1) من المتغيرات التجارة الخارجية المحددة إلى رأس المال المستثمر في القطاع الصناعي، نقوم بتقدير نموذج تصحيح الخطأ VECM ونموذج التكامل المشترك للعلاقة طويلة الأجل ونحصل على النتائج التالية:

نلاحظ من نتائج النموذج المبين في الجدول (14) أنّ النموذج يفسر حوالي 53% من التغيرات في المتغير التابع، وأنّ النموذج ذو دلالة إحصائية حيث:

$$F_{\text{المسوبة}} = 3.69 > F_{\text{الجدولية}}^{\alpha=0.05} = 2.82$$

كما أنّ معامل تصحيح الخطأ (CointEq= -0.124) معنوي وسالب، أي أنّ المتغيرات تقترب من بعضها لتحقيق التوازن في الأجل الطويل، ويمكن تفسير النتيجة على أنّ

حوالي 12% من الأخطاء في الأجل القصيرة، يتم تصحيحها في واحدة الزمن (بيانات سنوية)، للانتقال إلى الوضع التوازني في الأجل الطويل، وهي تدل على سرعة تكيف عالية. أي أنّ تطور الصادرات والواردات الإجمالية يمكن أن يؤدي خلال الأجل الطويل إلى تطور في مجمل التكوين الرأسمالي لقطاع الصناعي في سورية.

الجدول (14) تقدير نموذج تصحيح الخطأ

| Vector Error Correction Estimates | |
|--|--------------------------------------|
| Date: 05/14/22 Time: 08:42 | |
| Sample (adjusted): 2002 2019 | |
| Included observations: 18 after adjust... | |
| Standard errors in () & t-statistics in [] | |
| Cointegrating Eq: | CointEq1 |
| INV(-1) | 1.000000 |
| EXT(-1) | 0.059692 (0.05213) [1.14508] |
| IMP(-1) | -0.024800 (0.01342) [-1.84818] |
| C | -67013.58 |
| Error Correction: | D(INV) |
| CointEq1 | -0.124880 (0.20160) [-0.61944] |
| D(INV(-1)) | -0.148811 (0.23058) [-0.64538] |
| D(EXT(-1)) | 0.014796 (0.03186) [0.46442] |
| D(IMP(-1)) | 0.055648 (0.02381) [2.33757] |
| C | -4832.616 (5711.40) [-0.84614] |
| R-squared | 0.531850 |
| Adj. R-squared | 0.387804 |
| Sum sq. resids | 5.15E+09 |
| S.E. equation | 19907.75 |
| F-statistic | 3.692226 |
| Log likelihood | -200.7917 |
| Akaike AIC | 22.86574 |
| Schwarz SC | 23.11306 |
| Mean dependent | 3747.167 |
| S.D. dependent | 25443.52 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

جودة التمثيل للنموذج:

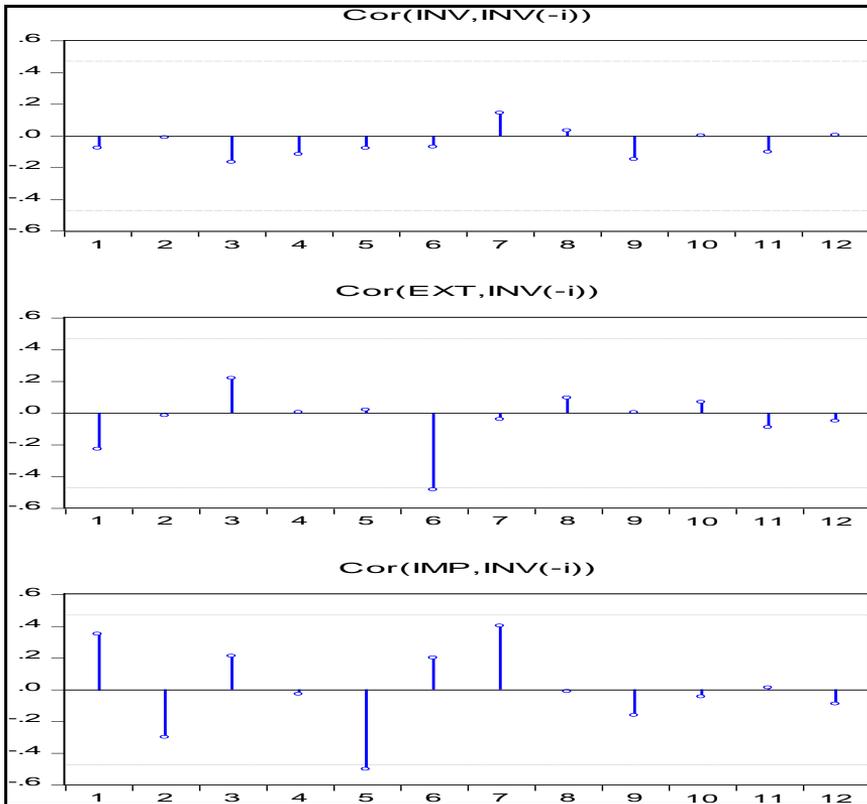
للتحقق من جودة التمثيل للنموذج نقوم باختبار التوزيع الطبيعي للبواقي (Normality) باستخدام برنامج EViews10 ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (15) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج

| Component | Jarque-Bera | df | Prob. |
|-----------|-------------|----|--------|
| 1 | 4.551494 | 2 | 0.1027 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (15) أن القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار (Prob = 0.102) وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي لا نستطيع رفض فرضية العدم، نستنتج أن قيم البواقي موزعة وفق التوزيع الطبيعي. ولاختبار فرضية عدم وجود ارتباط ذاتي بين قيم البواقي (Autocorrelation) نستخدم اختبار Correllegram (دالة الارتباط):



الشكل (1) نتائج اختبار الارتباط الذاتي لبواقي النموذج

يبين الشكل (1) أنّ خطوط الارتباط تقع داخل القيم الحرجة لجميع فترات الإبطاء، وبالتالي لا نستطيع أن نرفض الفرضية العدم، ونستنتج عدم وجود ارتباط ذاتي بين قيم البواقي. نختبر فرضية ثبات التباين ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (16) اختبار تجانس التباين للبواقي

| VEC Residual Heteroskedasticity Tests (Includes Cross Terms) | | |
|--|----|--------|
| Date: 05/14/22 Time: 09:02 | | |
| Sample: 2000 2019 | | |
| Included observations: 18 | | |
| Joint test: | | |
| Chi-sq | df | Prob. |
| 102.9061 | 84 | 0.0789 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول (16) أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم، ونستنتج عدم وجود مشكلة تجانس تباين في بواقي النموذج، واختبار فرضية عدم وجود جذر الوحدة في سلسلة البواقي (استقرار البواقي (Stationarity)) نستخرج سلسلة البواقي ونقوم بتطبيق منهجية اختبار ديكي فولر المطور (ADF) ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (17) نتائج اختبار استقرارية البواقي

| Group unit root test: Summary | | | | |
|--|-----------|---------|----------------|-----|
| Series: RESID01, RESID02, RESID03 | | | | |
| Date: 05/14/22 Time: 09:02 | | | | |
| Sample: 2000 2019 | | | | |
| Exogenous variables: None | | | | |
| Automatic selection of maximum lags | | | | |
| Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1 | | | | |
| Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel | | | | |
| Method | Statistic | Prob.** | Cross-sections | Obs |
| Null: Unit root (assumes common unit root process) | | | | |
| Levin, Lin & Chu t* | -7.63310 | 0.0000 | 3 | 50 |
| Null: Unit root (assumes individual unit root process) | | | | |
| ADF - Fisher Chi-square | 55.1176 | 0.0000 | 3 | 50 |
| PP - Fisher Chi-square | 62.2769 | 0.0000 | 3 | 51 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج EViews10

يبين الجدول أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار ($\text{Prob} = 000$) وهي أصغر من مستوى دلالة 0.05، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونجد أن سلسلة البواقي مستقرة في المستوى.

وفقاً لما سبق، نستطيع فرضية البحث (الصفريّة) والقائلة بعدم وجود علاقة دالة إحصائية بين التجارة الخارجية السورية (الصادرات والواردات)، وبين رأس المال المستثمر (مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019، ونقبل الفرضية البديلة، ونستنتج وجود علاقة دالة إحصائية بين التجارة الخارجية السورية (الصادرات والواردات)، وبين رأس المال المستثمر (مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019، حيث تؤثر الصادرات بشكل طردي في رأس المال المستثمر وكل تغيير بمقدار وحدة واحدة في الصادرات يؤدي إلى ارتفاع بمقدار 0.059 وحدة في السنة التالية، كما تؤثر الواردات بشكل سلبي في رأس المال المستثمر حيث أنه كل زيادة بمقدار وحدة واحدة يؤدي لانخفاض بمقدار 0.024 في رأس المال المستثمر.

نتائج البحث:

1- بلغ متوسط الصادرات الإجمالي لسورية (438703.8) مليون ليرة خلال الفترة المدروسة، وبلغت أكبر قيمة (1138890) مليون ليرة عام 2019 مع تحسن الإنتاج المحلي وتوثيق العلاقات التجارية مع دول الشرق، بينما بلغ متوسط الواردات تقريباً ثلاثة أضعاف متوسط الصادرات بمقدار (1118343) مليون ليرة، وذلك لسد نقص حاجة السوق المحلية نتيجة تعطل الكثير من القطاعات الاقتصادية. أما بالنسبة للاستثمار في قطاع الصناعة (مجمّل التكوين الرأسمالي) فنجد أنّ قيمه متواضعة خلال الفترة المدروسة بمتوسط 70650 مليون ليرة سورية، حيث أنّ المتغير لم يتطور بالشكل المطلوب خلال فترة الحرب بسبب عدم استقرار بيئة الاستثمار في القطاع الصناعي نتيجة العقوبات الاقتصادية على سورية.

2- وجود علاقة دالة إحصائية بين التجارة الخارجية السورية (الصادرات والواردات)، وبين رأس المال المستثمر (مجمّل التكوين الرأسمالي في قطاع الصناعة) في القطاع الصناعي السوري خلال الفترة 2000-2019، حيث تؤثر الصادرات بشكل طردي في رأس المال المستثمر وكل تغيير بمقدار وحدة واحدة في الصادرات يؤدي إلى ارتفاع بمقدار 0.059 وحدة في السنة التالية، كما تؤثر الواردات بشكل سلبي في رأس المال المستثمر حيث أنه كل زيادة بمقدار وحدة واحدة يؤدي لانخفاض بمقدار 0.024 في رأس المال المستثمر.

مقترحات البحث:

أولاً: تعزيز الصادرات من خلال:

- 1- دعم المنتجات ذات القيمة المضافة العالية: وذلك من خلال تخصيص حوافز ضريبية ودعم مالي للمنتجات ذات القيمة المضافة العالية لزيادة قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية، ودعم البحث والتطوير لتعزيز ابتكار المنتجات وتطوير تقنيات الإنتاج.
- 2- فتح أسواق جديدة: وذلك من خلال المشاركة في المعارض التجارية الدولية والترويج للمنتجات السورية في الخارج، وإبرام اتفاقيات تجارية مع دول جديدة لتعزيز الوصول إلى الأسواق الخارجية، وتحسين البنية التحتية اللوجستية لتسهيل تصدير المنتجات.
- 3- تعزيز قدرات الشركات المصدرة: وذلك من خلال تقديم برامج تدريبية للشركات المصدرة حول متطلبات الأسواق العالمية وطرق التسويق الفعالة، ومساعدة الشركات المصدرة في الحصول على شهادات الجودة والمعايير الدولية، ودعم الشركات المصدرة في تكوين علاقات تجارية مع شركاء دوليين.

ثانياً: خفض الواردات، وذلك من خلال:

- 1- دعم الإنتاج المحلي: وذلك من خلال تقديم حوافز ضريبية ودعم مالي للمنتجات المحلية لتعزيز قدرتها التنافسية مع المنتجات المستوردة، وحماية الصناعات المحلية من

المنافسة غير العادلة من خلال فرض رسوم جمركية على الواردات، ودعم المشاريع التي تهدف إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع الأساسية.

2- **تعزيز كفاءة الاستهلاك:** وذلك من خلال نشر الوعي حول أهمية شراء المنتجات المحلية ودعم الاقتصاد الوطني، وتشجيع المستهلكين على ترشيد استهلاكهم للسلع غير الأساسية، ودعم برامج إعادة التدوير وإعادة الاستخدام للحد من الاعتماد على الواردات.

ثالثاً، **جذب الاستثمارات، وذلك من خلال:**

1- **تحسين بيئة الاستثمار:** وذلك من خلال تبسيط الإجراءات البيروقراطية وتسهيل عملية الاستثمار في سورية، وضمان الاستقرار السياسي والأمني لجذب المستثمرين الأجانب، وتوفير بنية تحتية متطورة وخدمات أساسية لخدمة المستثمرين.

2- **ترويج الفرص الاستثمارية:** وذلك من خلال المشاركة في المؤتمرات الاستثمارية الدولية للترويج لفرص الاستثمار في سورية.

4- **العمل على إصدار قانون استثمار يلبي طموحات المستثمرين، ويعمل على تشجيع الصناعيين الذين غادروا البلاد أو نقلوا منشآتهم إلى الخارج على العودة وتقديم التسهيلات اللازمة لهم في هذا المجال.**

5- **إعادة توطين وتحديث وتطوير المنشآت الصناعية العامة والخاصة من خلال إقامة وتوسيع مناطق صناعية جديدة وتشجيع المنشآت غير النظامية للانتقال إليها.**

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

1- حيدر، طارق 2016- أثر السياسات الصناعية في النمو الاقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2015، رسالة ماجستير في الاقتصاد العام، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، سورية.

2- سارة، بوعدلة 2021- أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الجزائر: دراسة تحليلية قياسية للفترة من 2000-2019، مجلة العلوم التجارية، المجلد (20)، العدد (1)، 263-284.

3- عبد الرزاق، آلاء عبد السلام 2017- أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الدول النامية بالتطبيق على صناعة السكر في السودان في الفترة 1987-1997، رسالة ماجستير، جامعة الرباط الوطنية، السودان.

1- Haider, Tariq 2016- The impact of industrial policies on economic growth in Syria during the period 2000-2015, Master's thesis in Public Economics, Faculty of Economics, Damascus University, Damascus, Syria.

2- Sarah, Bouadla 2021- The impact of foreign trade liberalization on the industrial sector in Algeria: an econometric study for the period from 2000-2019, Journal of Commercial Sciences, Volume (20), Issue (1), 263-284.

3- Abdel Razzaq, Alaa Abdel Salam 2017- The impact of foreign trade liberalization on the industrial sector in developing countries as applied to the sugar industry in Sudan in the period 1987-1997, Master's thesis, Rabat National University, Sudan.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 4- Broadben, M., Meredith, A. Pinkert, Dean, A. Williamson, Irving, S. Johanson, David K. Schmidlein, Rhonda. Laney, Karen. Hall, Keith 2015- United States International Trade Commission Trade, Investment, and Industrial Policies in India: Effects on the U.S. Economy. December 2014 Corrected version issued January 2015 Publication Number: 4501 Investigation Number: 332-543.
- 5- Nwosa, Philip Ifeakachukwu, 2018- Foreign Direct Investment in Nigeria: Its Role and Importance in Industrial Sector Growth" AUDOE, Vol. 14, no. 2/2018, Special Issue, 41-52.
- 6- Umer, Faiza; Alam, Shaista 2013- Effect of Openness to Trade and FDI on Industrial Sector Growth: A Case Study for Pakistan the Romanian Economic Journal, Year XVI no. 48, pp 179-198,2013.

تقييم واقع جودة المعلومات (دراسة مسحية على الشركات في المدينة الصناعية بحسباء)

*الدكتورة نسرين عبدالرحمن

**الدكتور ولاء حسين زريقا

**عبير عبد الكريم عنوس

مُلخَص

هدف هذا البحث إلى تقييم واقع جودة المعلومات على الشركات في المدينة الصناعية بحسباء ، قامت الباحثة بإتباع المنهج الوصفي التحليلي في دراستها والدراسة المسحية من أجل جمع البيانات، وقد شمل مجتمع الدراسة كافة الشركات في المدينة الصناعية بحسباء ، وبلغ حجم عينة الدراسة 100 وحدة معاينة واستخدمت الباحثة أداة قياس مكونة من أربعة محاور وهي جودة المعلومات الجوهرية و جودة المعلومات السياقية و جودة المعلومات التمثيلية و جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها من أجل تقييم واقع جودة صنع المعلومات.

تبين من خلال الحسابات الوصفية و بالاعتماد على اختبار (T-Test One Sample) وذلك من أجل التأكد من وجود فروق إحصائية أم لا وبالاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS, 22). فقد تم التوصل إلى النتائج التالية وهي توافر الجودة في المعلومات الجوهرية والسياقية والتمثيلية وذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسباء، واستناداً لنتائج هذا البحث يوصى بضرورة الاهتمام أكثر بجودة المعلومات المتوفرة لديها وتوفر قسم خاص بالمعلومات ومعالجتها والتأكد من توفر كافة أبعادها وتطبيق أحدث برامج وتطبيقات نظم المعلومات.

الكلمات المفتاحية: المعلومات، جودة المعلومات.

أستاذ مساعد - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة طرطوس - سورية

**أستاذ مساعد - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة طرطوس - سورية*

***طالبة دراسات عليا (ماجستير) - كلية الاقتصاد - جامعة طرطوس - سورية.

تقييم واقع جودة المعلومات ((دراسة مسحية على الشركات في المدينة الصناعية بحسباء))

" Evaluate The Reality of Information Quality" A Survey Study on Companies in the Industrial City of Hassia

Dr. Nisrin Abd Alrahman*

Dr. Walaa Hussein Zrika**

Abeer Abd Alkareem Arnuos***

Abstract

This research aims at evaluate the reality of information quality on companies in the industrial city of hassia.The researcher had followed the descriptive analytical method in her study and the survey method in order to collect data, and the study population was included all companies in the industrial city of Hassia, and study sample size was 100 units, the researcher used a measurement tool consisting of four axes, which are the quality of intrinsic information, the quality of contextual information, the quality of representative information, and the quality of accessible information in order to evaluate the reality of information quality.The findings of this study through descriptive calculations and depended on testing (T-test One Sample), and in order to confirm the presence of statistical differences and depended on a program (SPSS,22).The following results were reached, which are the availability of quality information that is intrinsic, contextual, representative and accessible in companies in the industrial city of Hassia, based on the results of this research, it is recommended that more attention be paid to the quality of information available, the availability of a special section for information and its processing, ensuring the availability of all its dimensions, and the application of latest information systems programs and applications.

Keywords: Information, Information Quality.

*Assistant Professor– Business Adminstration Department–Faculty of Economics– Tartous University– Syria.

**Assistant Professor– Business Administration Department–Faculty of Economics– Tartous University– Syria.

***Postgraduate Student–Department of Business Administration– Faculty of Economics– Tartous University– Syria.

المقدمة:

تعد المعلومات هي القاعدة الأساسية للأبحاث العلمية المختلفة، ونتيجة لقاعدتها الواسعة فقد تطورت مفاهيمها، ونتاجت مصطلحات كثيرة ارتبطت بها، لتوسع مكوناتها، وتعد من العناصر الضرورية لأي عمل يقوم به الإنسان، وتبرز الحاجة إليها في كل أوجه النشاطات، وقد تميز عصرنا الحالي بما يعرف بظاهرة تفجر المعلومات، وتعني اتساع المجال الذي تعمل فيه المعلومات ليشمل كل الجوانب البشرية (إبراهيم، 2013، ص13)، و ضمن هذا السياق، حيث تلعب المعلومات دوراً أساسياً في صنع القرارات، نظراً لما تقدمه من مساعدة في معرفة وتحقيق الأهداف الاستراتيجية، إذ تزايدت موارد ومصادر المعلومات في العصر الحالي، واشتركت مخرجات ثورة المعلومات والتقنية والاتصالات في تطوير كم ونوع المعلومات (زيدان، 2017، ص56)، و أصبحت المعلومات مورداً حاسماً بشكل متزايد في المجتمعات والمنظمات المعاصرة وبالنسبة للعمليات المؤسسية والفردية التي تعتمد على المعلومات، فتعد جودة المعلومات أحد أهم المحددات الرئيسية لجودة قراراتها وإجراءاتها، حيث ازداد حجم وتنوع المعلومات المتاحة، وعدد وتنوع ناشري المعلومات بمعدل لا يمكن السيطرة عليه، وكلما ازداد كمية المعلومات المتاحة للاستخدام، يصبح من الصعب تحديد جودتها وفعاليتها (Stvilia, P2, 2007)، و تعد الجودة في المعلومات جانباً مهماً في إدارة المعلومات لأنها ستحدد جودة المعلومات التي يتم إنتاجها وتطويرها في المنظمة، وتؤدي الجودة العالية للمعلومات المنتجة إلى تحسين عملية صنع العملية ويمكن أن تصبح ميزة تنافسية للمنظمة (Azemi, et al, 2017, P429).

من خلال ما تقدم جاء هذا البحث لتقييم واقع جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، والهدف الأساسي لهذا البحث هو تقديم أساس علمي دقيق رشيد للتحقق من توافر أبعاد جودة المعلومات كافة لدى أصحاب الشركات.

مصطلحات البحث (Search Terms):

المعلومات (Information):

هي بيانات تعالج وتحول إلى حقائق ومواقف معينة، يتم وضعها في موقع ذو معنى لمتلقيها بحيث يضيف عليه قيمة لأنه يتأثر به أو لأنها تحقق منفعة معينة. (إدريس، 2007، ص24)

جودة المعلومات (Information Quality):

هي قدرة المعلومات على تحقيق الفائدة للجهة الطالبة لها. (Alhkataabi, 2010, P22)

مشكلة البحث (Research Problem):

نظراً للتغيرات السريعة التي يشهدها العالم، والتطور الكبير في التكنولوجيا ونتيجة استخدام المعلومات في مختلف المجالات، حيث أصبحت المعلومات اليوم جزءاً هاماً من عمل الشركات، فتعد جودة المعلومات جانباً مهماً في إدارة المعلومات لأنها ستحدد جودة المعلومات التي يتم إنتاجها وتطويرها في الشركات، حيث يمكن للجودة العالية للمعلومات المنتجة أن تحسن وتطور أعمال الشركات وتحقق ميزة تنافسية لها، فمن خلال ما تقدم يأتي هذا البحث لتقييم واقع جودة صنع المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث، بناء على ما سبق برزت مشكلة البحث بالإجابة على الأسئلة الرئيسية التالية:

1- ما هو واقع جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل

البحث؟

2- ما هو واقع جودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية

بحسياء محل البحث؟

3- ما هو واقع جودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية

بحسياء محل البحث؟

4- ما هو واقع جودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية

بحسياء محل البحث؟

5- ما هو واقع جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في

المدينة الصناعية بحسب محله البحث؟

أهمية البحث (Research Importance):

1- الأهمية العلمية: تتجلى الأهمية العلمية لهذا البحث من كونه يتطرق إلى

موضوع حديث وهو جودة المعلومات لما لها من دور هام في كفاءة عمل

قطاعات الإنتاج اليوم، والتعرف على أبعاد جودة المعلومات، ويمكن اعتبارها

مصدر للباحثين الذين يودون التعرف على واقع جودة المعلومات في الشركات

في المدينة الصناعية بحسب.

2- الأهمية العملية: وتتجلى الأهمية العملية لهذا البحث من خلال تقديم مساهمة

علمية دقيقة للشركات الصناعية السورية بشكل عام، يمكنها من خلاله تقييم

واقع جودة المعلومات وذلك من خلال استبيان الدراسة، و تستطيع الشركات

الاعتماد على الاستبيان حيث يساعدها للوصول إلى خلفية دقيقة علمية للتأكد

من جودة المعلومات لديها قبل الاعتماد عليها في العمل.

أهداف البحث (Research Objectives):

هذا البحث يهدف إلى:

1- تقييم واقع جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسب محله

البحث.

2- تحليل نقاط القوة والضعف في جودة المعلومات في الشركات في المدينة

الصناعية بحسب محله البحث.

3- تقديم إرشادات تفيد هذه الشركات بتحسين جودة المعلومات.

فرضيات البحث (Research Hypothesis):

ينطلق البحث من الفرضية الرئيسية التالية:

لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات و واقع جودة المعلومات في الشركات في

المدينة الصناعية بحسب محله البحث عند مستوى دلالة (5%). ويتفرع عنها الفرضيات

الفرعية التالية:

- (أ) - لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات الجوهرية و جودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%).
- (ب) - لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات السياقية و جودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%).
- (ت) - لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات التمثيلية و جودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%).
- (ث) - لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها و جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%).

الدراسات السابقة (Previous Studies):

1- دراسة (علي، 2011) بعنوان:

"أثر جودة المعلومات المحاسبية على صنع القرار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" دراسة حالة مؤسسة مطاحن الأوراس باتنة، الوحدة الانتاجية التجارية - آريس.

هدفت هذه الدراسة إلى: معرفة أثر جودة المعلومات المحاسبية من خلال خصائصها النوعية على صنع القرار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

منهجية الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي للحصول على الإطار النظري، والمنهج التحليلي من خلال الدراسة التطبيقية.

نتائج الدراسة: كانت أبرز النتائج توضح أن العلاقات بين مختلف الخصائص النوعية لجودة المعلومات المحاسبية وصنع القرار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية هي علاقات طردية موجبة، إلا أن قوتها تختلف من خاصية إلى أخرى، فتعتبر العلاقة طردية قوية بين ملائمة المعلومات المحاسبية وصنع القرار بنسبة (0.767%)، وتعتبر العلاقة طردية متوسطة بين موثوقية المعلومات المحاسبية وصنع القرار بنسبة (0.617%)، والعلاقة بين ثبات الطرق المحاسبية المطبقة للحصول على المعلومات المحاسبية طردية ضعيفة بنسبة (0.429%)، وأن جودة المعلومات المحاسبية تفسر 68.2% من التغير الموجود في صنع القرار.

2- دراسة (الحسني، 2013) بعنوان:

"الأثر بين نظم دعم القرار وجودة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرار"

دراسة ميدانية في وزارة الخدمة المدنية بسلطنة عمان

هدفت هذه الدراسة إلى: تعريف مدى الأثر بين نظم دعم القرار و جودة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرار و ذلك من خلال معرفة العلاقة بين أبعاد جودة المعلومات و أبعاد فاعلية اتخاذ القرار.

منهجية الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، اعتمدت على المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة من خلال جمع المعلومات من مصادر متعددة، و المنهج التحليلي في تحليل وتفسير نتائج الاختبارات الإحصائية. نتائج الدراسة: أكدت على زيادة الاهتمام بجودة المعلومات بأبعادها من خلال التطوير والتحسين المستمر المضمون للمعلومات بهدف اتخاذ قرارات فعالة على المدى البعيد، ووضع آليات ومعايير لقياس جودة المعلومات لمعرفة مؤشرات التحسين في جميع الأنشطة والعمليات.

3- دراسة (الشوابكة، 2017) بعنوان:

"دور جودة المعلومات في تحقيق فاعلية اتخاذ القرار في مديرية الشؤون الصحية في محافظة الطائف"

هدفت هذه الدراسة إلى: معرفة دور جودة المعلومات في تحقيق فاعلية اتخاذ القرار. منهجية الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي/ المسحي. نتائج الدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة المعلومات (البعد الزمني والبعد الشكلي وبعد المحتوى) في تحقيق فاعلية اتخاذ القرار، حيث أن أبعاد جودة المعلومات مجتمعة استطاعت أن تفسر (72.6%) من التغيير الحاصل في بُعد المتغير التابع (وقت اتخاذ القرار)، وتفسر (89.3%) من التغيير الحاصل في بُعد المتغير التابع (سهولة تنفيذ القرار)، وتفسر (89.3%) من التغيير الحاصل في بُعد المتغير التابع (قبول القرار).

4- دراسة (Slone, 2006) بعنوان:

"Information Quality Strategy: An Empirical Investigation of The Relationship Between Information Quality Improvements and Organizational Outcomes"

" إستراتيجية جودة المعلومات: دراسة تطبيقية للعلاقة بين التحسينات في جودة

المعلومات والنتائج التنظيمية"

هدفت هذه الدراسة إلى : التعرف على طبيعة العلاقة بين جودة المعلومات ومخرجات المنظمة المتمثلة بالمنافع الاستراتيجية والميزة التنافسية.

منهجية هذه الدراسة: على المنهج الوصفي أسلوب البحث المسحي من خلال توجيه استبيان الكتروني للمستجيبين لقياس أبعاد جودة المعلومات المتمثلة ب (سلامة المحتوى- الاعتمادية- سهولة الاستعمال- مدى الاستفادة) بالإضافة لأبعاد المخرجات التنظيمية المتمثلة ب (المنافع الاستراتيجية- الميزة التنافسية).

نتائج هذه الدراسة: بوجود علاقة ارتباط موجبة بين جودة المعلومات وكل من المنافع الاستراتيجية والميزة التنافسية وبلغت القدرة التفسيرية للنموذج (20%).

5-دراسة (Azemi, et...al, 2017) بعنوان:

"Information Quality in Organization for Better Decision-

"Making

"جودة المعلومات في المنظمة من أجل اتخاذ قرارات أفضل"

هدفت هذه الدراسة إلى : معرفة جودة المعلومات من أجل اتخاذ قرارات أفضل.

منهجية هذه الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المراجعة النظرية للأدبيات.

نتائج هذه الدراسة : تعد جودة المعلومات جانب مهم في إدارة المعلومات لأنها ستحدد جودة المعلومات التي يتم انتاجها وتطويرها في المنظمة، والجودة العالية للمعلومات المنتجة تؤدي إلى تحسين عملية صنع العملية وتصبح ميزة تنافسية للمنظمة، وينبغي تنفيذ وتطوير وتدقيق المعلومات، وتدقيق المعلومات هو عملية لتحديد المعلومات الموجودة المتاحة داخل المنظمة.

6-دراسة (Stvilia, et..al, 2017) بعنوان:

"A Framework for Information Quality Assessment"

"إطار لتقييم جودة المعلومات"

هدفت هذه الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تطوير إطار تقييم جودة المعلومات المنهجي و التنبؤي والقابل للاستخدام.

منهجية هذه الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي والدراسة الاستكشافية. نتائج هذه الدراسة: أبرز النتائج كانت إطار عام لتقييم أبعاد جودة المعلومات يكون مصدر معرفي لنماذج محددة لقياس جودة المعلومات، فتم اقتراح 22 بعداً لجودة المعلومات.

المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

إن جميع الدراسات السابقة أجمعت على جودة المعلومات، فدراسة (علي) هدفت إلى الأثر لجودة المعلومات المحاسبية على صنع القرار وتتفق مع الدراسة الحالية في جودة المعلومات وتختلف في أن الدراسة الحالية تهدف إلى تقييم واقع جودة المعلومات، و دراسة (الحسني) هدفت إلى دراسة الأثر بين نظم دعم القرار وجودة المعلومات وفاعلية القرار وتتفق مع الدراسة الحالية في جودة المعلومات وتختلف في تفسير جودة المعلومات نسبة التغير في فاعلية القرار والدراسة الحالية تقييم واقع جودة المعلومات ، ودراسة (الشوابكة و Azemi) هدفت إلى دراسة كيف تؤثر جودة المعلومات وتفسر التغير الحاصل في القرار، ودراسة (Slone) هدفت إلى دراسة كيف تؤثر جودة المعلومات بأبعادها كافة في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة وتتفق مع الدراسة الحالية في دراسة أبعاد جودة المعلومات كافة، ودراسة (Stvilia) هدفت إلى تطوير إطار لجودة المعلومات بتوفر 22 بعداً وتتفق مع الدراسة الحالية في أبعاد جودة المعلومات، بشكل عام الدراسة الحالية تهدف إلى تقييم واقع جودة المعلومات وهل يتم توفر الأبعاد كافة لجودة المعلومات أم لا تتوفر كافة الأبعاد في الشركات في المدينة الصناعية بحسب محل البحث.

منهجية البحث وأدوات جمع البيانات (Research Methodology):

أولاً: منهجية البحث:

تم البحث وفق الخطوات التالية:

الخطوة الأولى: من خلال مراجعة الأدبيات العلمية المنشورة في المجالات العلمية والصُحف المُتوفرة على المواقع الإلكترونية، والتي لها صلة بجُودة المعلومات.

الخطوة الثانية: تصميم أداة لقياس جودة المعلومات من خلال تبني استبيان وإجراء التعديلات على فقرات الاستبانة بما يناسب ويتلاءم مع موضوع الدراسة، وتم الاعتماد على الدراسات السابقة والنماذج والأدبيات كنقطة أولية في هذا البحث .

الخطوة الثالثة: تطبيق أداة الدراسة على الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث، و اتبعت الباحثة المنهج الوصفي/التحليلي القائم على استطلاع الرأي ويعتمد على دراسة الظاهرة (تقييم واقع جودة المعلومات) كما توجد في الواقع و وصفها بدقة، وهو منهج يقوم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بمجموعة من الظروف، ويعمل على استخلاص الدلالات والمعاني المختلفة التي تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي يمكن الحصول عليها.

ثانياً: أدوات جمع البيانات:

البيانات الثانوية: تم جمع البيانات الثانوية لمعالجة الإطار النظري من الدراسات السابقة والأبحاث و الأدبيات و رسائل الماجستير والدكتوراه المنشورة في المجالات العلمية والمواقع الإلكترونية، ومن الكتب المتعلقة بموضوع البحث.

البيانات الأولية: تم جمع البيانات الأولية من خلال تطوير أداة قياس على الشركات محل البحث، وتم الاعتماد على الدراسات السابقة والأبحاث كنقطة أولية من أجل قياس

جودة المعلومات وتم الاعتماد على نموذج (Slone, 2006)، وتم إجراء بعض التعديلات على النموذج ليتكيف مع واقع الدراسة، واستخدمت الباحثة ثنائية البحث الاستبيان والمقابلة، حيث اعتمدت الباحثة على الدراسات السابقة وقامت بإجراء التعديلات والتغيرات على فقرات الاستبانة بشكل يتوافق مع أهداف وفرضيات البحث، وتم التحليل باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS,22).

مجتمع وعينة البحث (Research Population and sample):

مجتمع البحث: يتكون مجتمع البحث (N) من كافة الشركات في المدينة الصناعية بحسب، ونظراً لكبر مجتمع البحث قامت الباحثة باتتباع أسلوب العينات في جمع البيانات من الشركات في المدينة الصناعية بحسب.

عينة البحث: وحدة المعاينة تتمثل بكافة المديرين، والمسؤولين عن جمع البيانات وتحويلها إلى معلومات ، واعتمدت الباحثة على أسلوب العينة العشوائية البسيطة وذلك لأن نتائجها قابلة للتعميم.

حجم العينة (n): يعمل الباحثون طبيعياً عند مستوى 95% من الثقة، وهذا يعني إذا تم اختيار العينة 100 ، فسوف يكون 95% على الأقل من هذه العينات ممثلاً لخصائص المجتمع الإحصائي مؤكداً، ويحدد مستوى الثقة دقة التقديرات عن المجتمع الإحصائي بنسبة مئوية تقع ضمن مجال معين أو هامش خطأ (الطويل، 2015، ص133)، بالنسبة لحجم عينة البحث (n) الذي تم اختياره من مجتمع الدراسة فإنه تم الاعتماد على الجدول التالي:

جدول رقم (1) أحجام العينات لأحجام مختلفة من المجتمعات الإحصائية عند مستوى 95% من الثقة

| حجم العينة عند هامش خطأ 2% | حجم العينة عند هامش خطأ 5% | حجم المجتمع الأصلي |
|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| 49 | 44 | 50 |
| 96 | 79 | 100 |
| 141 | 108 | 150 |
| 185 | 132 | 200 |
| 226 | 151 | 250 |
| 267 | 168 | 300 |
| 343 | 196 | 400 |
| 414 | 217 | 500 |
| 571 | 254 | 750 |
| 706 | 278 | 1,000 |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على (Saunders, et al, 2012, P266) من خلال الرجوع إلى المجمع الحكومي في المدينة الصناعية بحسياء، فقد بلغ عدد الشركات المنتجة الفعالة في الوقت الحالي 150 شركة صناعية، ومن خلال الجدول السابق فقد بلغ حجم عينة البحث (100) شركة.

حدود البحث:

الحدود البشرية: هم المدراء والمسؤولين عن جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء .

الحدود العلمية: اقتصر البحث على تقييم واقع جودة المعلومات.

الحدود المكانية: اقتصر البحث على الشركات في المدينة الصناعية بحسياء.

الحدود الزمنية: تمثلت باقتصار الدراسة على الشهر الثاني من العام 2024.

محددات البحث:

تمثلت أهم العقبات التي واجهت الباحثة بتردد بعض الجهات المعنية ورفض البعض (المسؤولين عن المعلومات في المنشآت الصناعية) في تعبئة استبانة الدراسة، إلا أن إصرار الباحثة وباللجوء إلى ثنائية الاستبيان والمقابلة تمكنت من إقناع البعض بأن البحث لمصلحتهم وفائدتهم وبأنّ البيانات والمعلومات التي سيقدمونها ليس لفائدة جهة معينة و ستبقى سرية بالمطلق.

الإطار النظري:**مفهوم جودة المعلومات:**

بيانات معالجة لتصبح ذات فعالية مناسبة للاستخدام من قبل مستهلكي المعلومات.

(Wang & Strong, 1997, P5)

مفهوم متعدد الأبعاد، يميز مدى ملاءمة المعلومات للاستخدام لغرض معين. (Slone, 2006, P10)

البيانات التي تم صياغتها بشكل ذا معنى ومفيد للمنظمة. (إبراهيم، 2012، ص16)

ترى الباحثة أن جودة المعلومات هي البناء ذا الأبعاد المتعددة الذي يحقق الفائدة للجهة الطالبة لها.

نموذج (PSP/IQ) Product and Service Performance for Information Quality

تعتبر جودة المعلومات علم غير دقيق من حيث التقييم والمعايير، ولا تزال هناك حاجة ملحة لمنهجية تقييم مدى جودة تطوير المنظمات لمنتجات المعلومات وتقديم خدمات المعلومات للمستهلكين، قام (Kahn, et...al, 2002, P185) بتقديم منهجية حول

جودة المعلومات، وتم اختبار فعالية هذه المنهجية من خلال مُنتجي المعلومات الذين يولدون ويقدمون المعلومات، و أمناء المعلومات الذين يوفرون ويديرون موارد الحوسبة لتخزين المعلومات والحفاظ عليها وتأمينها، ومستهلكو المعلومات الذين تصلهم المعلومات ويستخدموها، حيث تم توصيف الجودة أنها التميز أو القيمة أو المطابقة للمواصفات أو تلبية أو تجاوز توقعات المستهلك، حيث أن التميز أمراً شخصياً ولا يوفر إرشادات عملية لتحسين الجودة، وتم تجاهل التكاليف المرتفعة المحتملة لتحقيق التميز، أما تعريف الجودة أنها تُجسد القيمة التي تفصل بين التميز والتكاليف، وأيضاً تم تجاهل السمات الأخرى ذات الأهمية للمستهلكين، الجدول التالي يوضح الجودة من حيث المطابقة للمواصفات وتلبية توقعات المستهلك أو تجاوزها، فالمنتجون والأوصياء يفضلون المطابقة لمواصفات تعريف الجودة، فيتم وضع المواصفات لضمان خلو المنتجات والخدمات من أوجه القصور التي قد تتداخل مع استخدامها، وبالتالي يمكن تفعيل الملاءمة للاستخدام على أنها تلبية المواصفات، إذا تم تطوير المواصفات بشكل مناسب.

وبالنسبة لتلبية أو تجاوز توقعات المستهلك للجودة يفترض أن المطابقة للمواصفات غير كافية، والمنتج والخدمة يجب أن يلبي أو يتجاوز التوقعات، وبالتالي المعلومات يجب أن تكون مفيدة وتضيف قيمة إلى مهام مستهلكي المعلومات، حيث يميل مصممو المنتجات والخدمات المتخصصون في التسويق إلى تبني وجهة نظر الجودة، بينما هذا التعريف قد يجسد جوهر اللياقة للاستخدام ويكون من الصعب قياسه لأن توقعات المستهلكين أيضاً قد تتغير بمرور الوقت.

أما بالنسبة لجودة المنتج فتتضمن الأبعاد المتعلقة بميزات المنتج ومقاييس ملموسة للدقة والاكتمال والخلو من الأخطاء، أما جودة الخدمة فتشمل الأبعاد المتعلقة بعملية تقديم الخدمة بالإضافة إلى معالجة التداير غير الملموسة لسهولة التلاعب والأمان والقيمة المضافة للمعلومات للمستهلكين.

الجدول رقم (2) العلاقة بين جودة المنتج وجودة المعلومات

| تقابل أو تتجاوز توقعات المستهلكين | المطابقة مع المواصفات | |
|---|--|-------------|
| معلومات مفيدة: المعلومات المقدمة تلبي احتياجات مهمة لمستهلك ومستخدمي المعلومات. | معلومات سليمة أو موثوقة: خصائص المعلومات المقدمة تلبي معايير جودة المعلومات. | جودة المنتج |
| معلومات مستخدمة: عملية تحويل البيانات إلى معلومات تتجاوز احتياجات ومتطلبات مستهلكي المعلومات. | معلومات قابلة للاعتماد: عملية تحويل البيانات إلى معلومات تلبي المعايير | جودة الخدمة |

المصدر (Khan, et...al, 2002, P185)

سيتم شرح الجدول السابق وفقاً (Khan, et...al, 2002, P186) حسب الأرباع الأربعة:

- 1- جودة المنتج/المطابقة للمواصفات: يشير هذا الربع إلى أن معلومات قاعدة البيانات تحقق معايير الدقة والاكتمال والخلو من الأخطاء، وسيتم تسمية هذا الربع معلومات سليمة أو موثوقة.
- 2- جودة المنتج/المقابلة لتوقعات المستهلكين: يشير هذا الربع إلى العملية التي يحصل من خلالها مستهلكو المعلومات على المنتج لاستخدامهم، فإذا كان المستهلكون يتلقون بشكل منتظم المعلومات في الوقت المناسب، فيتم استيفاء مواصفات الخدمة الأساسية لمنتج المعلومات، هذا الربع معلومات مفيدة أو الفائدة.
- 3- جودة الخدمة/المطابقة للمواصفات: يشير إلى أن يكون منتج المعلومات مفيداً وعالي الجودة وإذا صلة باحتياجات مستهلكي المعلومات، و يسمى هذا الربع بمعلومات قابلة للاعتماد.

4- **جودة الخدمة/ المقابلة لتوقعات المستهلكين:** يشير هذا الربع بأن مستهلكو المعلومات يحصلون عليها بسهولة و تضيف قيمة إلى مهامهم، و يجب أن يكون المستهلكون قادرين على استخدام لغة الاستعلام المتوفرة لاسترداد معلومات المخزون اللازمة لاتخاذ قرارات فعالة، يسمى معلومات قابلة للاستخدام أو سهولة الاستخدام.

كما أكمل (Khan, et. .al, 2002, P188) بحثهم من خلال تعيين أبعاد المعلومات لتقديم معلومات عالية الجودة، حيث يدرك منتج المعلومات وأمناء المعلومات وخاصة الذين يعملون في إدارة الجودة الشاملة TQM أن الانتاج وفقاً للمواصفات والاحتياجات الأوسع للسوق التي تتجاوز المواصفات، وسيتم شرح ذلك بالتالي:

1- **معلومات سليمة:** حيث تكون المعلومات ملموسة وقابلة للقياس مقابل المواصفات، ومستقلة عن المهمة والقرار، ويحتاج مستهلكو المعلومات إلى معلومات خالية من الأخطاء وممثلة بشكل جيد، حيث المعلومات المفقودة تؤدي إلى استنتاجات غير صحيحة وقرارات سيئة.

2- **معلومات مفيدة:** حيث تكون المعلومات ذات صلة بمهمة المستهلك وكافية لدعم اتخاذ القرار، ويكتسب مستهلكو المعلومات ثقة أكبر باستخدام المعلومات الموضوعية.

3- **معلومات قابلة للاعتماد:** لا يمكن تقييم أبعاد المعلومات هنا مسبقاً من خصائص البيانات في قاعدة البيانات، مثل أي خدمة لا يمكن تقييم المعلومات إلا بعد حدوثها، المعلومات الموثوقة حديثة وأمنة ويتم تقديمها في الوقت المناسب لدعم المهمة المطروحة.

4- **معلومات قابلة للاستخدام:** لا يمكن تقييم هذا البعد إلا من وجهة نظر المستهلك، ويستند إلى المهمة أو القرار المطروح، لاستخدام المعلومات يجب أن

يكون المستهلكين قادرين على الوصول إليها وتكييفها مع احتياجاتهم، حيث تعتمد هذه الأبعاد على أنظمة الكمبيوتر الموجودة بين المستهلك والبيانات المخزنة، يمكن للمستهلكين استخدام المعلومات عندما تكون قابلة للتصديق و ذات سمعة جيدة، ومفيدة، غالباً ما تكون الفوائد غير ملموسة ويصعب قياسها، ولكنها أساسية لتحقيق نسبة عالية لجودة المعلومات.

الجدول رقم (3) PSP/IQ

| تقابل أو تتجاوز توقعات المستهلكين | التوافق مع المواصفات | |
|--|---|-------------|
| معلومات مفيدة: الكمية المناسبة، الصلة، قابلة للفهم، قابلة للتفسير، الموضوعية. | معلومات سليمة: خالية من الأخطاء، الاكتمال، تمثيل موجز، تمثيل متسق. | جودة المنتج |
| معلومات قابلة للاستخدام: المصدقية، إمكانية الوصول، السمعة، سهولة التلاعب، القيمة المضافة. | معلومات قابلة للاعتماد: التوقيت المناسب، الأمن. | جودة الخدمة |

المصدر (Khan, et...al, 2002, P188)

تري الباحثة أن نموذج PSP/IQ منهجية علمية دقيقة في أبعاد جودة المعلومات، وذلك من خلال الربط وإيجاد علاقة وثيقة محكمة بين جودة المنتج والخدمة و أبعاد جودة المعلومات، وقد كان هذا النموذج الدليل العلمي الرشيد في كافة الدراسات اللاحقة، وقد تم اعتماد من قبل الكثير من الباحثين.

النتائج والمناقشة:

قامت الباحثة بتصميم استبانة مؤلفة من (36) عبارة متعلقة بجودة المعلومات، وقد تم الاعتماد في تصميمها على الدراسات ونماذج القياس السابقة كنقطة انطلاق أولية، وتم إجراء بعض التعديلات بما يناسب الدراسة الحالية، وجاءت عبارات الاستبانة في أربعة محاور، انسجاماً مع أهداف وفرضيات البحث، كالآتي:

- **المحور الأول:** تناول بيانات حول جودة المعلومات الجوهرية، وتمثل في العبارات من 1 إلى 11.
- **المحور الثاني:** تناول بيانات حول جودة المعلومات التمثيلية، وتمثل في العبارات من 12 إلى 22.
- **المحور الثالث:** تناول بيانات حول جودة المعلومات السياقية، وتمثل في العبارات من 23 إلى 31.
- **المحور الرابع:** تناول بيانات حول جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها، وتمثل في العبارات من 32 إلى 36.

وُزِعَ الاستبيان إلى 100 مسؤول عن المعلومات وأصحاب الشركات في المدينة الصناعية بحسياء وكانت الاستبيانات الصالحة والقابلة للتحليل (95) استبانة والنتائج كما يلي:

أولاً: الإحصاءات الوصفية **Descriptive Statistics** :

أ: الصدق البنائي:

قامت الباحثة بحساب الصدق البنائي للاستبانة وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاور متغير البحث والدرجة الكلية له، وتستخدم هذه الطريقة للتحقق من صدق المحاور لقياس المتغير المراد قياسه.

والجدول رقم (4) يوضح معاملات الارتباط بين كل محور من محاور متغير البحث والدرجة الكلية للمتغير.

جدول (4) معاملات الارتباط بين كل محور من محاور متغير البحث والدرجة الكلية له

| عدد المفردات | معامل الارتباط بيرسون | معاملات الارتباط بين كل محور من محاور متغير البحث والدرجة الكلية له |
|--------------|-----------------------|---|
| 30 | 0.702 | جودة المعلومات الجوهرية |
| 30 | 0.810 | جودة المعلومات التمثيلية |
| 30 | 0.834 | جودة المعلومات السياقية |
| 30 | 0.752 | جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها |

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS, 22) يوضح الجدول السابق معاملات الارتباط بين كل محور من محاور متغير البحث والدرجة الكلية له، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة والتي تراوحت بين (0.834) و (0.702) دالة عند مستوى معنوية (0.05) وبذلك تعتبر كافة محاور متغير البحث صادقة لما وضعت لقياسه.

ب: ثبات الاستبانة:

اعتمدت الباحثة في استخراج الثبات بدلالة الاتساق الداخلي، حيث قامت بإجراء خطوات الثبات على العينة باستخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، الذي يقيس نسبة تباين الإجابات ومدى الثبات والترابط الداخلي لأسئلة الاستبانة، بحيث تكون مع بعضها البعض مجموعة واحدة مما يساعد على مقدرتها في إعطاء نتائج متوافقة لردود المستجيبين تجاه أسئلة الاستبانة، وعادة تتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ بين (0) و(1) وكلما اقتربت من الواحد كلما عكس قوة التماسك الداخلي للمقياس، ومثالياً يجب أن تكون القيمة المطلوبة من معامل ألفا كرونباخ تفوق 60% في العلوم الاجتماعية، (الطويل، 2015، ص336) وقد تم إيجاد الثبات بدلالة الاتساق الداخلي لمحاور متغير البحث كما هو موضح فيما يلي:

جدول (5) الاتساق الداخلي لمحاور متغير البحث

| عنوان المحور | معامل ألفا كرونباخ |
|---|--------------------|
| جودة المعلومات الجوهرية | 0.888 |
| جودة المعلومات التمثيلية | 0.797 |
| جودة المعلومات السياقية | 0.774 |
| جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها | 0.712 |
| الدرجة الكلية للثبات | 0.792 |

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

تلاحظ الباحثة من الجدول السابق أن قيم معامل الثبات الكلية لمتغير البحث هي قيم موجبة، وأن قيمتها اختلفت من متغير إلى آخر، بالإضافة إلى أنها تفوق القيمة المقبولة (60%) في العلوم الاجتماعية، بالتالي فإن محاور الاستبانة أعطت مؤشرات جيدة يمكن الوثوق بها، بالتالي اعتبارها قابلة للتحليل ومن هنا يمكن القول بأن الإجابات تتميز بالثبات.

ج صلاحية الاسم: تشير صلاحية الاسم إلى أن أسئلة الاستبانة تقيس المفهوم المراد قياسه، وأنها لا تحتوي على تعابير خاطئة وكلمات غير واضحة، ويتم التأكد من هذه الصلاحية من خلال تطبيق المقياس على عينة اختيارية من نفس المجتمع الذي ستطبق عليه الدراسة النهائية (Schwab, 2005, P32)، قامت الباحثة بالتأكد من هذه الصلاحية من خلال توزيع الاستبيان على عينة استكشافية مكونة من (30) وحدة معاينة (Saunders, et al, 2012, P451) من المسؤول عن المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء الذين ستطبق عليهم الدراسة، وتم التواصل معهم والاستفسار منهم عن بعض الأسئلة غير الواضحة، والنتيجة أن أداة القياس واضحة ولا يوجد أي غموض.

ثانياً: الاختبارات الاستنتاجية Descriptive Statistics:

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في القياس:

جدول رقم (6) توضيح المقياس المستخدم

| | | | | | |
|---------------------|--------|--------|---------|--------|-------|
| مقياس ليكرت الخماسي | دائماً | غالباً | أحياناً | نادراً | أبداً |
| القيمة الرقمية | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

المصدر (Saunders, et al, 2012, P436)

(أ) - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلق بجودة المعلومات:

جدول رقم (7) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلق بجودة المعلومات الجوهرية

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | القيمة الأعلى | القيمة الأدنى | عدد المفردات | جودة المعلومات الجوهرية |
|-------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|--|
| .84948 | 4.0421 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات قابلة للتصديق. |
| .84100 | 4.0737 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات موثوقة. |
| .89755 | 4.1158 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات تتضمن جميع القيم الضرورية. |
| .97849 | 4.0000 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات كاملة بما فيه الكفاية لاحتياجاتنا. |
| .92229 | 3.8211 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات لديها اتساع وعمق كافيين لمهمتنا. |
| .79711 | 3.8842 | 5.00 | 2.00 | 95 | المعلومات صحيحة. |
| .77474 | 3.7368 | 5.00 | 2.00 | 95 | المعلومات دقيقة. |
| .69922 | 4.1789 | 5.00 | 2.00 | 95 | تم جمع المعلومات بشكل موضوعي. |
| .73893 | 4.2842 | 5.00 | 2.00 | 95 | المعلومات مبنية على الحقائق. |
| .83122 | 4.1053 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات لها تمثيل جيد. |
| .93183 | 4.0632 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات تأتي من مصادر موثوقة. |
| .84471 | 4.0278 | المتوسط العام | | | |

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

تقييم واقع جودة المعلومات ((دراسة مسحية على الشركات في المدينة الصناعية بحسياء))

يلاحظ من الجدول رقم (7) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الأول (جودة المعلومات الجوهرية) هو (4.0278) وهو قريب من حالة الموافقة التامة مما يعني أن الشركات في المدينة الصناعية بحسياء تتوفر لديها جودة المعلومات الجوهرية بدرجة عالية.

جدول رقم (8) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بجودة المعلومات التمثيلية

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | القيمة الأعلى | القيمة الأدنى | عدد المفردات | جودة المعلومات التمثيلية | | |
|-------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|--|----|--|
| .96443 | 3.7579 | 5.00 | 1.00 | 95 | من السهل تفسير ما تعنيه المعلومات. | 12 | |
| 1.10603 | 3.0105 | 5.00 | 1.00 | 95 | من الصعب فهم المعلومات من قبل الآخرين. | 13 | |
| 1.12957 | 3.8526 | 5.00 | 1.00 | 95 | يمكن استخدام نماذج واضحة لقياس المعلومات. | 14 | |
| .76133 | 4.0737 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات سهلة الفهم. | 15 | |
| .81805 | 4.0316 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات سهلة التمييز. | 16 | |
| .93675 | 3.9263 | 5.00 | 1.00 | 95 | يتم تنسيق وتقديم المعلومات بشكل مكثف. | 17 | |
| 1.10410 | 3.6105 | 5.00 | 1.00 | 95 | يتم تقديم المعلومات بشكل مختصر. | 18 | |
| 1.06958 | 3.5474 | 5.00 | 1.00 | 95 | يتم تقديم المعلومات باستمرار بنفس التنسيق. | 19 | |
| .93913 | 3.9684 | 5.00 | 1.00 | 95 | يتم تقديم المعلومات بطريقة توجه الآخرين لاتخاذ القرار المرغوب. | 20 | |
| 1.07366 | 3.7789 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات سهلة التجميع. | 21 | |
| 1.09022 | 3.5158 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات من السهل دمجها مع معلومات أخرى. | 22 | |
| .99935 | 3.7340 | المتوسط العام | | | | | |

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

يلاحظ من الجدول رقم (8) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الثاني (جودة المعلومات التمثيلية) هو (3.7340) وهو قريب من حالة الموافقة، وهذا يعني أن الشركات في المدينة الصناعية تتوفر لديها جودة المعلومات التمثيلية بدرجة مقبولة.

جدول رقم (9) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلق بجودة المعلومات السياقية

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | القيمة الأعلى | القيمة الأدنى | عدد المفردات | جودة المعلومات السياقية | |
|-------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|---|----|
| .68056 | 4.5474 | 5.00 | 3.00 | 95 | استخدام المعلومات يضيف فائدة لعملنا. | 23 |
| .74105 | 4.4632 | 5.00 | 2.00 | 95 | استخدام المعلومات يضيف قيمة لعملنا. | 24 |
| .95086 | 4.0105 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات حديثة بما يكفي. | 25 |
| .90970 | 3.7895 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات تكون في الوقت المناسب بما فيه الكفاية. | 26 |
| .90871 | 3.9368 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات ذات حجم كاف لاحتياجاتنا. | 27 |
| .88118 | 3.9895 | 5.00 | 1.00 | 95 | كمية المعلومات ليست كثيرة ولا قليلة أكثر من اللازم. | 28 |
| 1.16855 | 4.2211 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات مفيدة لعملنا. | 29 |
| .78793 | 4.3789 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات ذات صلة ومناسبة لعملنا. | 30 |
| .98340 | 4.0316 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات قابلة للتطبيق على عملنا. | 31 |
| .78913 | 4.1520 | المتوسط العام | | | | |

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

يلاحظ من الجدول رقم (9) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الثالث (جودة المعلومات السياقية) هو (4.1520) وهو قريب من حالة الموافقة التامة، وهذا يعني أن الشركات في المدينة الصناعية بحسبها تتوفر لديهم جودة المعلومات السياقية بدرجة عالية.

جدول رقم (10) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري المتعلق بجودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | القيمة الأعلى | القيمة الأدنى | عدد المفردات | جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها | |
|-------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|---|----|
| .99966 | 4.1407 | 5.00 | 2.00 | 95 | المعلومات يمكن استرجاعها بسهولة. | 32 |
| .94803 | 4.0737 | 5.00 | 2.00 | 95 | المعلومات يمكن الوصول والحصول عليها بسهولة. | 33 |
| 1.07658 | 4.1053 | 5.00 | 1.00 | 95 | المعلومات محمية ضد الوصول غير المصرح به. | 34 |
| .97022 | 3.9263 | 5.00 | 1.00 | 95 | إمكانية الوصول المتاحة للمعلومات المتاحة تتناسب مع احتياجاتي. | 35 |
| .77806 | 4.2316 | 5.00 | 1.00 | 95 | الوصول للمعلومات من قبل الأشخاص المسموح لهم. | 36 |
| .95451 | 4.0968 | المتوسط العام | | | | |

المصدر من النتائج الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

يلاحظ من الجدول رقم (10) أن متوسط إجابات أفراد العينة على المحور الرابع (جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها) هو (4.0968) وهو قريب من حالة الموافقة التامة، وهذا يعني أن الشركات في المدينة الصناعية بحسياء تتوفر لديها جودة في المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها بدرجة عالية.

ثانياً: الاختبارات الاستنتاجية: Descriptive Statistics

وهي تلك التي تمكننا من الحصول على استنتاجات من بيانات العينة وتعميمها على المجتمع المدروس، ويمكن تقسيم الإحصاءات الاستنتاجية إلى إحصاءات معلمية ولا معلمية (Parametric & Non-parametric Statistics)، وتستخدم الإحصاءات

المعلمية إذا كانت العينة التي تم جمع البيانات منها قد سحبت من مجتمع يتبع التوزيع الطبيعي بالإضافة إلى أنها تستخدم إذا كانت أسئلة المقياس الذي استخدم لجمع البيانات نسبية أو فئوية وتشرط أن يكون حجم العينة أكبر من ثلاثين وحدة معاينة. أما الإحصاءات اللامعلمية فلا يشترط لاستخدامها أن يكون المجتمع موزعاً توزيعاً طبيعياً، وتستخدم في حالة المقاييس الاسمية والترتيبية، ومن أجل دقة الاختبارات قام الباحث باختبار عينة الدراسة لمعرفة نوع الإحصاء الواجب تطبيقه، وذلك كما يأتي:

جدول رقم(11) اختبار التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة لكافة محاور متغير البحث

| Shapiro_Wilk | | | Kolmogorov_Smirnov | | | Test of Normality |
|--------------|----|-----------|--------------------|----|-----------|---|
| Sig. | df | Statistic | Sig. | df | Statistic | |
| 0.15 | 95 | 0.574 | 0.05 | 95 | 0.0503 | جودة المعلومات الجوهرية |
| 0.06 | 95 | 0.125 | 0.33 | 95 | 0.8682 | جودة المعلومات التمثيلية |
| 0.18 | 95 | 0.301 | 0.07 | 95 | 0.671 | جودة المعلومات السياقية |
| 0.07 | 95 | 0.597 | 0.09 | 95 | 0.963 | جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

يلاحظ من الجدول السابق أن مستوى الأهمية لاختبار كولمجروف-سمرنوف تتراوح بين (0.05 و 0.33) أي أكبر من (0.05) وأيضاً مستوى الأهمية لاختبار شابيرو-ويلك تتراوح بين (0.06 و 0.18) وهي أكبر من (0.05) وهذا يعني أنها غير دالة مما يؤكد أن التوزيع يتبع التوزيع الطبيعي، وبما أن توزيع العينة طبيعي وبالتالي يمكن تطبيق الاختبارات المعلمية لاختبار فرضية البحث.

-اختبار الفرضية:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات و واقع جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسب محل البحث عند مستوى دلالة (5%)

لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باستخدام اختبار (T) وهو (One-Sample T-test) للعينه الواحدة عند مستوى دلالة (0.05) وذلك من أجل معرفة إذا كان هناك فروق جوهرية ذات دلالة معنوية إحصائية على واقع جودة المعلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء.

جدول رقم (12) اختبار معنوية الدلالة لجودة المعلومات الجوهرية One-Sample Test:

| 95% Confidence Interval of the Difference | | Mean Difference | Sig. (2-tailed) | df | t | One-Sample T-Test |
|---|--------|-----------------|-----------------|----|--------|-------------------------|
| Upper | Lower | | | | | |
| 4.1462 | 3.9093 | 4.02775 | 0.07 | 94 | 67.528 | جودة المعلومات الجوهرية |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

أ- اختبار الفرضية الفرعية الأولى والقائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات الجوهرية و جودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%)، وبالمقارنة نجد أن مستوى الدلالة (0.07) أكبر من (0.05) لذا نقبل الفرضية الصفرية لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات الجوهرية و جودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث.

جدول رقم (13) اختبار معنوية الدلالة لجودة المعلومات التمثيلية One-Sample Test:

| 95% Confidence Interval of the Difference | | Mean Difference | Sig. (2-tailed) | df | t | One-Sample T-Test |
|---|--------|-----------------|-----------------|----|--------|--------------------------|
| Upper | Lower | | | | | |
| 3.8518 | 3.6161 | 3.73397 | 0.08 | 94 | 62.895 | جودة المعلومات التمثيلية |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

ب- اختبار الفرضية الفرعية الثانية القائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات التمثيلية و جودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب محله البحث عند مستوى دلالة (5%)، وبالمقارنة نجد أن مستوى الدلالة (0.08) أكبر من (0.05) لذا نقبل الفرضية الصفرية والتي تقول لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات التمثيلية و جودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية بحسبها.

جدول رقم (14) اختبار معنوية الدلالة لجودة المعلومات السياقية :One-Sample Test

| Confidence %95 Interval of the Difference | | Mean Difference | Sig.(2-tailed) | df | t | One-Sample T-Test |
|---|--------|-----------------|----------------|----|--------|-------------------------|
| Upper | Lower | | | | | |
| 4.2616 | 4.0425 | 4.15205 | 0.06 | 94 | 75.251 | جودة المعلومات السياقية |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

ت- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والقائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات السياقية وجودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب محله البحث عند مستوى دلالة (5%)، وبالمقارنة نجد أن مستوى الدلالة (0.06) أكبر من (0.05) لذا نقبل الفرضية الصفرية والتي تقول لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات السياقية وجودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية بحسبها.

جدول رقم (15) اختبار معنوية الدلالة لجودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها - One-Sample Test

| 95% Confidence Interval of the Difference | | Mean Difference | Sig. (2-Tailed) | df | t | One-Sample T-Test |
|---|--------|-----------------|-----------------|----|--------|---|
| Upper | Lower | | | | | |
| 4.2338 | 3.9599 | 4.09684 | 0.07 | 94 | 59.407 | جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها |

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS,22)

ث_ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والقائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها وجودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء محل البحث عند مستوى دلالة (5%)، وبالمقارنة نجد أن مستوى الدلالة (0.07) أكبر من (0.05) لذا نقبل الفرضية الصفرية والتي تقول لا توجد فروق جوهرية بين جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها و جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء.

النتائج والتوصيات:

1- أظهرت النتائج لوضوح مفهوم جودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء، حيث جاء المتوسط الحسابي بشكل عام لجودة المعلومات الجوهرية مرتفع، حيث بلغ (4.0278) وبانحراف معياري (0.84471)، كما أشارت النتائج لعدم وجود فروق بين جودة المعلومات الجوهرية وجودة المعلومات الجوهرية في الشركات في المدينة الصناعية بحسياء، وتشمل جودة المعلومات

الجوهريّة الأبعاد التالية: المصدّاقية و الاكتمال و الخلو من الأخطاء و الموضوعية والسمعة.

2- أظهرت النتائج أيضاً لتوفر جودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، حيث جاء المتوسط الحسابي بشكل عام جيد لجودة المعلومات التمثيلية، حيث بلغ (3.7340) وانحراف معياري (0.99935)، وأشارت النتائج لعدم وجود فروق جوهريّة بين جودة المعلومات التمثيلية وجودة المعلومات التمثيلية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، وتشمل جودة المعلومات التمثيلية الأبعاد التالية: التمثيل الموجز و التمثيل المتسق و سهولة التشغيل و التفسير.

3- أظهرت النتائج أيضاً لتوفر جودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، حيث جاء المتوسط الحسابي بشكل عام لجودة المعلومات السياقية مرتفع، حيث بلغ (4.1520) وانحراف معياري (0.78913)، وأشارت النتائج لعدم وجود فروق بين جودة المعلومات السياقية وجودة المعلومات السياقية في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، وتشمل جودة المعلومات السياقية الأبعاد التالية: الكمية المناسبة و ذات صلة و التوقيت المناسب والقيمة المضافة.

4- أظهرت النتائج أيضاً لتوفر جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، حيث جاء المتوسط الحسابي بشكل عام لجودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها مرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.0968) وانحراف معياري (0.95451)، وأشارت النتائج لعدم وجود فروق بين جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها وجودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها في الشركات في المدينة الصناعية بحسب، وتشمل جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول الأبعاد التالية: إمكانية الوصول والأمن.

- 5- من نقاط القوة للشركات في المدينة الصناعية بحسياء هو جودة المعلومات المتوفرة لديها التي تلعب دوراً حيوياً و هاماً في كفاءة الأداء على كافة المستويات.
- 6- من نقاط الضعف للشركات في المدينة الصناعية بحسياء هو عدم توفر قسم خاص يتضمن أنظمة تكنولوجية حديثة يتم فيها تخزين المعلومات.

التوصيات:

- 1- توصي الباحثة الشركات في المدينة الصناعية بحسياء بضرورة وضع معايير محددة لقياس جودة المعلومات لمعرفة قيمة التحسين في جميع الأعمال والأنشطة.
- 2- توصي الباحثة الشركات في المدينة الصناعية بحسياء بضرورة وضع أنظمة تكنولوجية حديثة متطورة من أجل حفظ وتخزين المعلومات لسهولة الرجوع إليها وقت الحاجة، وذلك لأن المعلومات التي تستخدم اليوم قد تكون في فترة لاحقة بيانات.
- 3- توصي الباحثة الشركات في المدينة الصناعية بحسياء بضرورة الاهتمام المستمر بجودة المعلومات بأبعادها كافة من خلال التطوير المستمر في أعمال الشركات.
- 4- توصي الباحثة الشركات في المدينة الصناعية بحسياء أن تسعى إلى أن تكون المعلومات المستخدمة دقيقة وصحيحة وذات مصداقية أكثر.

قائمة المراجع:أولاً: المراجع العربية:الكتب:

1- إبراهيم، السعيد مبروك، (2012)، المعلومات و دورها في دعم واتخاذ القرار

الاستراتيجي، الطبعة الأولى، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.

2- إدريس، ثابت عبد الرحمن، (2007)، إدارة الأعمال (نظريات ونماذج

تطبيقية)، الدار الجامعية.

3- الحسني، عبدالله بن حمود بن محمد، (2013)، الأثر بين نظم دعم القرار و

جودة المعلومات وفاعلية اتخاذ القرار: دراسة ميدانية في وزارة الخدمة المدنية

بسلطة عمان، رسالة ماجستير قدمت استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة

الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.

الرسائل العلمية:

4- الشوابكة، عدنان عواد، (2017)، دور جودة المعلومات في تحقيق فاعلية

اتخاذ القرار في مديرية الشؤون الصحية في محافظة الطائف، كلية العلوم

الإدارية والمالية، قسم نظم المعلومات الإدارية.

5- الطويل، ليلي، (2015)، منهجية البحث العلمي، كلية الاقتصاد-جامعة

تشرين.

6- علي، حامدي، (2011)، أثر جودة المعلومات المحاسبية على صنع القرار

في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة مؤسسة مطاحن الأوراس

باتنة، الوحدة الانتاجية التجارية-آريس-، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات

نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص: محاسبة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

الكتب الأجنبية:

- 7- ALKHATTABI, M. (2010). "**Information Quality Assessment In E-Learning Systems**" A published thesis submitted in accordance adegree of Doctor of Philosophy (PHD), Informatics Research InstituteSchool of Computing, Informatics and Media University of Bradford, UK.
- 8- AZEMI, N; ZAIDI, H; HUSSIN, N, (2017), **Information Quality in Organization for Better Decision-Making.** Information Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 7, No. 12.
- 9- KAHN, K; STRONG, M; WANG, Y, (2002), **Information Quality Benchmarks: Product and Service Performance.** Vol, 45, No, 4ve, Communications of The ACM.
- 10- SAUNDERS, M; Lewis, P and Thornhill, A,(2012), **Research methods for business student**, Sixth edition.
- 11- SCHWAB, P, D, (2005), **Research Methods For Organizational Studies**, 2^{ed} edition.

- 12- SLONE, J.(2006) "Information Quality Strategy: An Empirical Investigation Of The Relationship Between Information Quality Improvements And Organizational Outcomes" A published thesis submitted in accordance a degree of Doctor of Philosophy (PHD),Capella University October USA.
- 13- STVILIA, B; GASSER, L; TWIDALE, M; SMITH, L, (2007), A Framework for Information Quality Assessment, An article published in JASIST, Vol. 58 (12).
- 14- WANG R. Y. AND STRONG D. M.(1996). "Beyond accuracy: What data quality means to data consumers" Journal of Management Information Systems, vol. 12. No. 4

ملحق رقم (1) استبانة البحث

قائمة استبانة للسادة المدراء والمسؤولين عن جمع البيانات وتحويلها إلى معلومات في الشركات في المدينة الصناعية بحسب
السيد الكريم / السيدة الكريمة تحية طيبة
بدايةً أتقدم ببالغ الشكر والتقدير لحسن تعاونكم وكريم تجاوبكم على الوقت الذي ستُخصّصونه لقراءة هذه الاستبانة والإجابة على الأسئلة الواردة فيها.
حيث إنّ التقدم العلمي لا يمكن تحقيقه إلا من خلال ربط الجوانب النظرية بالجوانب العملية والتطبيقية، وبما أن الباحثة تقوم بإعداد بحث بعنوان:
تقييم واقع جودة المعلومات
"دراسة مسحية على المنشآت في المدينة الصناعية بحسب"
ومن أجل التمكن من إتمام هذه الدراسة فإن تعاونكم الفعال في قراءة فقرات الاستبانة المرفقة واختيار الإجابة المناسبة التي تعكس رأيكم الحقيقي ووجهة نظركم الشخصية، يساهم بشكل كبير في الحصول على نتائج دقيقة وصحيحة وذات جودة عالية.
الرجاء من حضرتكم قراءة فقرات الاستبانة كاملة والإجابة بشكل دقيق من أجل الحصول على نتائج ذات جودة ووضع توصيات حقيقية.
أود أن أحيط سيادتكم علماً بأن كل ما تدلون به من آراء أو وجهات نظر أو بيانات ستكون موضع اهتمام الباحثة وستُعامل بسرية تامة ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، وخاصةً وأنه ليس مطلوباً تسجيل الاسم، وسوف يتم تحويل الإجابات إلى مؤشرات رقمية تستخدم في التحليل. ومن ثم الخروج بمقترحات وتوصيات من شأنها العمل على تحسين جودة المعلومات لديكم بما ينعكس إيجاباً على المنظمة ككل.
- إذا كنتم ترغبون بالحصول على نتائج البحث يرجى تدوين البريد الإلكتروني
(.....،.....)

أداة القياس: جودة المعلومات

تتعلق الأسئلة التالية بوجهة نظرك الشخصية حول جودة المعلومات في المنظمة، الرجاء الإجابة بوضع إشارة واحدة فقط في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك:

| جودة المعلومات | | | | | |
|--|--------|---------|--------|--------|--|
| أبداً | نادراً | أحياناً | غالباً | دائماً | البعد الأول: جودة المعلومات الجوهرية |
| | | | | | 1 المعلومات قابلة للتصديق. |
| | | | | | 2 المعلومات موثوقة. |
| | | | | | 3 المعلومات تتضمن جميع القيم الضرورية. |
| | | | | | 4 المعلومات كاملة بما فيه الكفاية لاحتياجاتنا. |
| | | | | | 5 المعلومات لديها اتساع وعمق كافيين لمهمتنا. |
| | | | | | 6 المعلومات صحيحة. |
| | | | | | 7 المعلومات دقيقة. |
| | | | | | 8 تم جمع المعلومات بشكل موضوعي. |
| | | | | | 9 المعلومات مبنية على الحقائق. |
| | | | | | 10 المعلومات لها تمثيل جيد. |
| | | | | | 11 المعلومات تأتي من مصادر موثوقة. |
| البعد الثاني: جودة المعلومات التمثيلية | | | | | |
| | | | | | 12 من السهل تفسير ما تعنيه المعلومات. |
| | | | | | 13 من الصعب فهم المعلومات من قبل الآخرين. |
| | | | | | 14 يمكن استخدام نماذج واضحة لقياس المعلومات. |
| | | | | | 15 المعلومات سهلة الفهم. |
| | | | | | 16 المعلومات سهلة التمييز. |
| | | | | | 17 يتم تنسيق وتقديم المعلومات بشكل مكثف. |
| | | | | | 18 يتم تقديم المعلومات بشكل مختصر. |
| | | | | | 19 يتم تقديم المعلومات باستمرار بنفس التنسيق. |

تقييم واقع جودة المعلومات ((دراسة مسحية على الشركات في المدينة الصناعية بحسياء))

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|----|--|
| | | | | | 20 | يتم تقديم المعلومات بطريقة توجه الآخرين لاتخاذ القرار المرغوب. |
| | | | | | 21 | المعلومات سهلة التجميع. |
| | | | | | 22 | المعلومات من السهل دمجها مع معلومات أخرى. |
| البعد الثالث: جودة المعلومات السياقية | | | | | | |
| | | | | | 23 | استخدام المعلومات يضيف فائدة لعملنا. |
| | | | | | 24 | استخدام المعلومات يضيف قيمة لعملنا. |
| | | | | | 25 | المعلومات حديثة بما يكفي. |
| | | | | | 26 | المعلومات تكون في الوقت المناسب بما فيه الكفاية. |
| | | | | | 27 | المعلومات ذات حجم كاف لاحتياجاتنا. |
| | | | | | 28 | كمية المعلومات ليست كثيرة ولا قليلة أكثر من اللازم. |
| | | | | | 29 | المعلومات مفيدة لعملنا. |
| | | | | | 30 | المعلومات ذات صلة ومناسبة لعملنا. |
| | | | | | 31 | المعلومات قابلة للتطبيق على عملنا. |
| البعد الرابع: جودة المعلومات ذات إمكانية الوصول إليها | | | | | | |
| | | | | | 32 | المعلومات يمكن استرجاعها بسهولة. |
| | | | | | 33 | المعلومات يمكن الوصول والحصول عليها بسهولة. |
| | | | | | 34 | المعلومات محمية ضد الوصول غير المصرح به. |
| | | | | | 35 | إمكانية الوصول المتاحة للمعلومات المتاحة تنتنا احتياجاتنا. |
| | | | | | 36 | الوصول للمعلومات من قبل الأشخاص المسموح لهم. |

الاستبيان من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة

خصائص نظم المعلومات المالية وأثرها في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية

الطالبة: وعد احمد خالد - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين

المشرف الرئيسي: منى لطفي بيطار

المشرف المشارك: نذير محمد محمد

الملخص

هدف البحث إلى اختبار أثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية. وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في المصارف المدروسة (بنك الشام - بنك البركة - بنك سورية الدولي الإسلامي)، ولتحقيق هدف البحث تم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات وتضمنت محورين الأول: وهو خصائص نظم المعلومات المالية (سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها)، والثاني: هو إدارة المخاطر، واستخدمت الدراسة أساليب الإحصاء الوصفي، وتم اختبار الأثر باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكما تم الاعتماد على برنامج الـ SPSS في تحليل النتائج.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثر معنوي لكل من خاصية (توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها) في إدارة المخاطر في المصارف المدروسة.

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات المالية، سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها، إدارة مخاطر المصارف الإسلامية.

Characteristics of Financial Information Systems and their Impact On Risk Management of Islamic Banks Operating in Syria

Abstract

The aim of the research is to test the impact of the characteristics of financial information systems on risk management of Islamic banks operating in Syria. The study was applied to a random sample of employees at the upper and middle administrative levels in the banks studied (Sham Bank - Al Baraka Bank - Syria International Islamic Bank). To achieve the aim of the research, a questionnaire was designed as a tool for collecting data and included two axes. The first is the characteristics of financial information systems (ease of obtaining Information, accuracy and credibility of information, timeliness of information, completeness and comprehensiveness of information), and the second: risk management. The study used descriptive statistics methods, and the effect was tested using multiple linear regression analysis, and SPSS was also relied upon to analyze the results.

The study concluded that there is a significant effect of each of the characteristics (timing of information, completeness and comprehensiveness of information) on risk management in the banks studied.

Keywords: Banking Information Systems, ease of access to information, Accuracy and credibility of information, timing of information, Completeness and comprehensiveness of information, risk management of Islamic banks

1- مقدمة:

ظهرت فكرة المصارف الإسلامية، والتي تتعامل وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية نتيجة اعتماد المصارف التقليدية في وساطتها المالية في جمع المدخرات من الأفراد والمؤسسات وتحويلها إلى قروض معتمدة في ذلك على الفوائد المحرمة شرعاً، فكان من الواجب توفير بديل مناسب يمنح فرصاً استثمارية حقيقية تتماشى مع تعاليم الدين الإسلامي. وبذلك تم إنشاء المصارف الإسلامية تلبية لرغبات المجتمع الإسلامي في إيجاد صيغة للتعامل المصرفي بعيداً عن شبهة الربا وبدون استخدام سعر الفائدة. واستطاعت فرض وجودها ليس على مستوى الدول المسلمة وحسب، وإنما تجاوزت كل الحدود، بما تحمله من مبادئ إسلامية سامية، فالمصرف الإسلامي لا يقتصر على المفهوم الاقتصادي للمصارف، بل يعتبر الريح حافظاً وليس هدفاً لأن الدافع الأساسي له هو تحقيق توازن اجتماعي واقتصادي في آن واحد. (حشلاف وآخرون، 2019، ص1)

إلا أن المصارف الإسلامية عموماً تواجه العديد من المخاطر عند ممارستها للأنشطة المصرفية، ويتزايد مستوى هذه المخاطر مع تزايد حجم هذه المصارف وانتشارها الجغرافي ودرجة التطور في أنشطتها، مما يحتم عليها ضرورة تحديد هذه المخاطر وقياسها وإدارتها بهدف التخفيف من أثارها. وبما أن نجاح إدارة المخاطر في أي مصرف كان إسلامياً أم تقليدياً؛ يعتمد اعتماداً كلياً على مدى التزامه بالأنظمة الداخلية والتشريعات السارية بالأطر المحددة وعلى مدى استعدادها للتعامل مع المستجدات العالمية، لذلك لا بدّ لهذه المصارف من الالتزام بهذه الأنظمة والتشريعات والتقيّد بها.

وباعتبار أن نظم المعلومات المالية تعتبر إحدى آليات إدارة المخاطر، لذلك اتجهت المصارف الإسلامية إلى تصميم وبناء نظم معلومات مالية تتميز بالكفاءة بهدف توفير معلومات مالية ذات جودة عالية، لضمان وصولها صحيحة وموثوقة إلى كافة

المستويات الإدارية بالشكل الملائم وفي الوقت المناسب، كما أصبح بإمكان العاملين جمع وتخزين وإرسال ومعالجة واسترجاع البيانات والمعلومات مما ولد دافعاً لعدد كبير من المصارف الإسلامية لاستخدام خصائص نظم المعلومات المالية كأصول استراتيجية لتحقيق تنافس على مستوى الأسواق المحلية والعالمية، وكذلك لتخفيف المخاطر التي تتعرض لها هذه المصارف، ومن الممكن أن يكون لهذه الخصائص دور جيد في تخفيف المخاطر، وانطلاقاً من ذلك جاءت أهمية هذا البحث الذي يهدف إلى اختبار أثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية والبالغ عددها أربعة مصارف، ولكن اقتصرَت الدراسة على ثلاثة مصارف وهي: (بنك البركة، بنك الشام، بنك سورية الدولي الاسلامي)، أما البنك الوطني الإسلامي فقد استبعد بسبب حداثة عمله في السوق المصرفية.

2- مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث بالسؤال الرئيسي التالي:

هل تؤثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية؟

3- أهمية البحث:

➤ الأهمية النظرية: تأتي هذه الأهمية كونها تقدم إطاراً نظرياً لكل من خصائص نظم المعلومات المالية (سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها)، وإدارة المخاطر في المصارف الإسلامية، وسنقوم باختبار أثر كل خاصية من الخصائص باستخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد، ويعتبر هذا البحث من أوائل الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع في سورية على حد علم الباحثة، وذلك بالرغم من البحث المتواصل، مما يدفعنا إلى القول بأنه قد

يكون هذا البحث من أوائل الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع، وهذا يمثل قيمة علمية مضافة مهمة في هذا المجال، ويعطي أهمية أكبر لهذا البحث.

➤ الأهمية العملية: تأتي الأهمية العملية للبحث من جهة تقديمه لاختبار عملي لأثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة المخاطر المصرفية التي تتعرض لها المصارف الإسلامية في سورية، ومن جهة أخرى تأتي هذه الأهمية من النتائج التي سيتم التوصل إليها، والتي من الممكن أن تساعد جميع إدارات المصارف المدروسة بالاهتمام بنظام المعلومات الموجود لديها، والتعريف على واقع نقاط الضعف بنظم المعلومات المالية لديهم، ومعالجة الأسباب التي من شأنها أن تضعف هذا النظام بهدف تحسينه، وذلك نظراً لتأثيره على إدارة المخاطر، بالإضافة إلى المقترحات والتوصيات التي يقدمها هذا البحث والتي من شأنها مساعدة إدارات المصارف على تحسين أنظمة معلوماتها.

➤ 4- أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث فيما يلي:

- 1- التعرف على خصائص نظم المعلومات المالية في المصارف الإسلامية المدروسة.
- 2- اختبار أثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية المدروسة.

5- فرضيات البحث:

تؤثر خصائص نظم المعلومات المالية معنوياً في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية.

6- مصطلحات البحث والتعريفات الإجرائية:

نظام المعلومات المالية:

يُعرف بأنه: "أحد أهم مكونات التنظيم الإداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتوصيل المعلومات المالية الملائمة لاتخاذ القرارات إلى الأطراف الخارجية والجهات الحكومية والدائنين والمستثمرين وإدارة المنظمة" (بلعجوز، 2009).

وبالنسبة للمصارف فقد تم تعريف نظم المعلومات المالية على أنه: "النظام الذي يجمع ويحول ويرسل المعلومات في البنك، ويمكن أن يستخدم أنواعاً عديدة من نظم معالجة المعلومات لمساعدته في توفير المعلومات حسب احتياجات المستفيدين" (هلال، 2007، ص2).

إدارة المخاطر في المصارف:

عُرفت بأنها: "العمليات التي يقوم بها المصرف لتهيئة بيئة العمل المناسبة بغرض تحديد المخاطر التي من المحتمل التعرض لها وإدارتها وقياسها بطريقة تمكن من تقليل أثرها في عملية اتخاذ القرارات والتحوط لها، ثم كيفية علاج الخسائر التي يمكن أن تحدث بسببها" (عمارة، 2009، ص3).

كما عرّفتها لجنة التنظيم المصرفي عن هيئة قطاع البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية بأنها: "تلك العملية التي تتم من خلالها رصد المخاطر وتحديدها وقياسها والرقابة عليها، وذلك بهدف ضمان فهم كامل لها والاطمئنان بأنها ضمن الحدود المقبولة والإطار الموافق عليه من قبل مجلس إدارة المصرف للمخاطر" (عليوة وآخرون، 2019، ص41).

7- الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1-دراسة (تفاحة، 2021) بعنوان:

دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي: دراسة ميدانية على المصارف العقارية في الساحل السوري.

هدفت الدراسة إلى تحديد دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي في فروع المصرف العقاري في الساحل السوري. وطبقت الدراسة على فروع المصرف العقاري في الساحل السوري، في سورية.

استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أجل التوصل الى دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي في فروع المصرف العقاري العاملة في الساحل السوري، تم توزيع استمارات الاستبيان على عينة مكونة من العاملين في مستويات الإدارة العليا والوسطى في المصرف العقاري وفروعه في الساحل السوري، كما اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الملاحظة، والمقابلات الشخصية، واستخدام الاستبانة الإلكترونية والورقية مع عدد من أفراد العينة، واختبار أثر خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي في المصرف العقاري المدروس، استخدمت الدراسة نموذج للانحدار الخطي المتعدد، فيه خصائص نظم المعلومات المصرفية التالية: (كمال المعلومة، توقيت المعلومة، دقة المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، والصدق عند تقديم المعلومة) كمتغيرات مستقلة، بينما تضمن النموذج الأداء المصرفي كمتغير تابع، وذلك بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، أظهرت النتائج وجود علاقة معنوية بين خصائص نظم المعلومات المصرفية المتمثلة ب(الدقة والصدق عند تقديم المعلومة، كمال المعلومة، توقيت المعلومة، سهولة الوصول للمعلومة، سهولة

الانتشار) وتحسين الأداء المصرفي، وتوصلت الدراسة إلى أن نظم المعلومات المصرفية تساعد في تحسين أداء المصارف العقارية، وتزود هذه النظم الإدارة بمعلومات تساهم في رفع مستوى أداء المصارف العقارية.

2-دراسة (داؤود، 2017) بعنوان:

دور نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في إدارة المخاطر: دراسة ميدانية على البنك السوداني الفرنسي.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في تقويم إدارة المخاطر، بالإضافة إلى مدى تأثير النظم المحاسبية على إدارة المخاطر. وطبقت الدراسة على المصرف السوداني الفرنسي، في السودان.

ولتحقيق هدف الدراسة تم جمع البيانات من خلال استبانة تم تطويرها من قبل الباحث وتوزيعها على العاملين في البنك السوداني الفرنسي الذين تم اختيارهم بطريقة تتناسب مع المسميات الوظيفية، كما تم الاعتماد على نماذج الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لمعرفة تأثير المتغيرات المستقلة المتمثلة ب: (مدخلات نظم المعلومات المحوسبة، تشغيل البيانات المحاسبية، تقارير نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة)، في المتغير التابع المتمثل ب: (إدارة المخاطر في المصرف المدروس)، وتم ذلك بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد علاقة بين مدخلات نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة وإدارة المخاطر، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقارير النظم المحاسبية المحوسبة وإدارة المخاطر، ولا بد من استخدام النظم المحوسبة في التنبؤ بالمخاطر، ونظم المعلومات المحاسبية المحوسبة تتصف بالسرعة الفائقة في أداء العمليات.

3-دراسة (دومي،2016) بعنوان:

تفعيل أنظمة المعلومات المالية والمحاسبية لإدارة المخاطر في منظمات الأعمال (دراسة ميدانية على عينة من منظمات الأعمال بولاية المسيلة).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنظمة المعلومات المالية والمحاسبية وأهميتها، وكذلك التعرف على المخاطر التي تواجه المؤسسات وكيفية إدارتها، ومعرفة مدى مساهمة أنظمة المعلومات في إدارة المخاطر على عينة من منظمات الأعمال بولاية المسيلة. وطبقت الدراسة على عينة من منظمات الأعمال بولاية المسيلة في الجزائر.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أسلوب دراسة الحالة، كما استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أجل التوصل إلى مدى فعالية أنظمة المعلومات المحاسبية في إدارة المخاطر في منظمات الأعمال، حيث تم توزيع استمارات الاستبيان على عينة مكونة من الإداريين العاملين في منظمات الأعمال بولاية المسيلة، كما اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الملاحظة، والمقابلات الشخصية مع عدد من أفراد العينة، وقد تم استخدام اختبار (T) للعينة الواحدة لتحليل فقرات استمارة الاستبيان، وتم تحليل النتائج بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS، وأظهرت النتائج أن تفعيل أنظمة المعلومات المالية والمحاسبية يمكن المؤسسة من إدارة المخاطر فيها بكفاءة وفعالية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1-دراسة (Ariffin et al,2014) بعنوان:

**Risk Management Practices of Selected Islamic Banks in
.Malaysia**

ممارسات إدارة المخاطر في مصارف إسلامية مختارة في ماليزيا. (رسالة ماجستير في جامعة، ماليزيا)

هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على ممارسات إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية وركزت على التجربة الماليزية حيث أن الصناعة المصرفية الإسلامية في هذا البلد راسخة،

مما يسمح بجمع البيانات والتحليل الموثوق به. وطبقت هذه الدراسة على مصارف إسلامية مختارة في ماليزيا.

اعتمدت الدراسة على (ممارسات إدارة المخاطر، ممارسات تخفيف المخاطر، ممارسات مراقبة المخاطر، ممارسات الرقابة الداخلية) كمتغيرات مستقلة، بينما كان المتغير التابع (إدارة المخاطر)، ولتحقيق هدف الدراسة تم جمع البيانات من خلال استبانة تم تطويرها وتوزيعها على مديري المخاطر في ثمانية مصارف إسلامية في ماليزيا لتقييم ممارسات إدارة المخاطر في هذه المصارف المدروسة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: أن المصارف الإسلامية تتبنى ممارسات جيدة لإدارة المخاطر مع بعض مجالات التحسين التي تشمل استخدام أنظمة الدعم المحوسبة، وفيما يتعلق بممارسات إدارة المخاطر وجد أن المصارف الإسلامية تتمتع أيضاً بنظام جيد لمراقبة المخاطر فيما يتعلق بتجميع مخطط سلم الاستحقاق وفقاً لتاريخ التسوية ومراقبة فجوة المركز النقدي.

ثالثاً: التّعقيب على الدراسات السابقة:

اختلفت الدراسات فيما بينها في العديد من النقاط:

-من حيث الهدف: بعض الدراسات هدفت إلى تحديد دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي كدراسة (تفاحة، 2021)، وبعضها هدف إلى التعرف على دور نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في تقويم إدارة المخاطر، ومدى تأثير النظم المحاسبية على إدارة المخاطر كدراسة (داوود، 2017)، بينما هدفت دراسة (دومي، 2016) إلى التعرف على أنظمة المعلومات المالية والمحاسبية وأهميتها، وكذلك التعرف على المخاطر التي تواجه المؤسسات وكيفية إدارتها، ومعرفة مدى مساهمة أنظمة المعلومات في إدارة المخاطر على عينة من منظمات الأعمال بولاية المسيلة، وهدفت

أيضاً دراسة (Ariffin et all,2014) إلى التركيز على ممارسات إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية في ماليزيا.

- من حيث الأسلوب الإحصائي المتبع: اختلفت الدراسات السابقة فيما بينها بالأساليب الإحصائية المطبقة، فالبعض منها اعتمد على الانحدار الخطي المتعدد كدراسة (تفاحة، 2021)، بينما دراسة (داؤود، 2017) استخدمت تحليل الانحدار الخطي البسيط، أما دراسة (دومي، 2016) فقد استخدمت اختبار (T) للعينة الواحدة.

-اختلفت أيضا من حيث البيئة المدروسة: فبعض الدراسات طبقت في سورية كدراسة (تفاحة، 20121)، ودراسة (داؤود، 2017) في السودان، ودراسة (Ariffin et all, 2014) في ماليزيا، ودراسة (دومي، 2016) طبقت على عينة من منظمات الأعمال بوكالة المسيلة في الجزائر.

-اختلفت الدراسات بالنتائج التي توصلت إليها، وهذا مرده إلى الاختلافات سابقة الذكر.

وبناء على ما سبق تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بما يلي:

-من حيث الهدف: هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية العاملة في سورية.

-من حيث العينة: تم تطبيق هذه الدراسة على المصارف الإسلامية العاملة في سورية (بنك الشام، بنك سورية الدولي الإسلامي، بنك البركة سورية).

أما بالنسبة للدراسات المطبقة في سورية فإن الدراسة الحالية تتميز عنها بالآتي:

بالنسبة لدراسة (تفاحة، 2021)، فالدراسة الحالية تختلف عنها من حيث الهدف فقد هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور خصائص نظم المعلومات المصرفية في تحسين الأداء المصرفي في فروع المصرف العقاري في الساحل السوري، بينما الدراسة الحالية تهدف

إلى اختبار أثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة المخاطر التي تواجهها المصارف الإسلامية، كما تختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة بالعينة المدروسة، فقد تكونت عينة هذه الدراسة من فروع المصرف العقاري العاملة في سورية، بينما عينة الدراسة الحالية تتكون من المصارف الإسلامية العاملة في سورية وهي: (بنك الشام، بنك سورية الدولي الإسلامي، بنك البركة سورية)، وتختلف أيضاً الدراسة الحالية عن هذه الدراسة من حيث المتغير التابع، فقد كان المتغير التابع في دراسة (تفاحة، 2021) هو الأداء المصرفي، بينما في الدراسة الحالية هو إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية.

8- الإطار النظري:

أولاً: الإطار النظري لنظم المعلومات المالية:

- مفهوم نظم المعلومات:

تعددت التعاريف والمفاهيم الخاصة لنظم المعلومات منذ ظهورها وحتى الوقت الراهن، وهذا يعود أساساً إلى الوظائف التي يؤديها هذا الأخير، حيث تلعب نظم المعلومات دوراً مهماً في نجاح المؤسسات وذلك من خلال مساعدتها في إدارة وظائفها وأنشطتها، وبالرغم من أهمية هذا الدور الذي تقوم به، إلا أنه لا يوجد اتفاق مشترك حول تعريف واحد لنظم المعلومات، ولكن يمكن القول بأن هناك اتفاق إلى حد ما في الإطار العام.

فقد عُرِفَت نظم المعلومات بأنها: "مجموعة من الإجراءات التي تتفاعل مع بعضها بغرض معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات يمكن أن تستخدم لأغراض صنع القرار أو حل المشكلات التي تواجه المنظمة، وهذه الإجراءات هي التي يتم من خلالها تجميع وتخزين واسترجاع ومعالجة البيانات وعرض ونشر المعلومات بهدف دعم صنع القرار" (محمد، 2021، ص274).

وكما عُرِّفت بأنها: "مجموعة من العناصر والمكونات ذات الصلة المتداخلة التي تجمع وتخزن وتعالج وتوزع المعلومات لدعم اتخاذ القرار" (منى، 2017، ص60).

وترى الباحثة أنه بالرغم من عدم وجود تعريف مشترك لنظم المعلومات، إلا أن التعاريف السابقة قد تطرقت في ضبطها لهذا المفهوم إلى أربعة وظائف أساسية تقوم بها نظم المعلومات والتي تشمل: جمع، تخزين، معالجة، ونشر المعلومات، وبالتالي فإن أي تعريف يعتبر ناقصاً إذا لم يتطرق إلى توضيح هذه الوظائف.

- مفهوم نظم المعلومات المالية:

لقد تعددت تعاريف نظم المعلومات المالية ونذكر منها:

"أحد أهم مكونات التنظيم الإداري يختص بجمع وتبويب ومعالجة وتوصيل المعلومات المالية الملائمة لاتخاذ القرارات إلى الأطراف الخارجية والجهات الحكومية والدائنين والمستثمرين وإدارة المنظمة" (بلعجوز، 2009).

وعُرِّفت أيضاً بأنها: "النظام الذي يجمع ويحول ويرسل المعلومات في البنك، ويمكن أن يستخدم أنواعاً عديدة من نظم معالجة المعلومات لمساعدته في توفير المعلومات حسب احتياجات المستفيدين" (هاللي، 2007، ص2).

كما عُرِّفت أيضاً بأنها: "عبارة عن مكونات مترابطة تعمل مع بعضها البعض على جمع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات لدعم اتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة والتحليل في المصرف" (الصرن، 2007، ص132).

ونلاحظ أن التعاريف السابقة تتشابه في محتواها ومضمونها، وانطلاقاً من هذه التعاريف تُعرف الباحثة نظم المعلومات المالية بأنها: "هو النظام الذي يعمل على جمع وتبويب البيانات المتعلقة بالنشاط المالي ومعالجتها وتحليلها من أجل الحصول على معلومات مالية، لكي يتم إيصالها للأطراف التي تحتاجها، سواء كانت داخل المؤسسة (ومنها المصارف) أم

خارجها، كما تساعد المدير في اتخاذ القرارات المالية وتفسير النتائج المالية لعملية صنع القرار".

ومما تجدر الإشارة إليه أن مفهوم نظم المعلومات المالية في المصارف لا يختلف عنه في المؤسسات المالية الأخرى.

- خصائص نظم المعلومات المالية:

يتصف نظام المعلومات المالية بمجموعة من الخصائص التي بوجودها تعطي للنظام مصداقية واعتمادية أعلى، تمكن المستفيدين من الحصول على معلومات دقيقة وصادقة وشاملة، بسهولة وفي الوقت المناسب، ومن أهم هذه الخصائص: (ديب، 2012)

1. الدقة والصدق عند تقديم المعلومة: والمثال الواضح هنا هو تزويد العملاء بمعلومات دقيقة عن أسعار الفائدة والعمولات التي يحصلها البنك، أو تقديم البيانات اللازمة لدائرة الضرائب.
2. كمال المعلومة: أي توفير المعلومة معلومات تامة وغير مجزأة أو متحيزة دون حذف أو إضافة غير مبررة.
3. توقيت المعلومة: أي أن تصل المعلومة في الوقت المناسب للجهة الطالبة، حيث عنصر الوقت مهم في كثير من العمليات، وهذا لا يعني إيصالها قبل موعدها بوقت كبير قد يعرضها للإهمال والنسيان، كما ان وصولها في وقت متأخر قد يفقدها قيمتها.
4. سهولة الوصول للمعلومة: يمكن أن يكون مقدار الجهد المبذول مؤشراً على سهولة الوصول للمعلومات.

5. سعة الانتشار: وتمثل عدد الجهات أو الشرائح، التي يمكن أن تصلها المعلومات والتقارير وكذلك تنوع قنوات إيصالها.

- أهمية نظم المعلومات المالية:

تزايدت أهمية نظم المعلومات المالية في العصر الحديث الذي يطلق عليه عصر المعلومات وذلك للأسباب التالية: (أسير، 2009)

1. تطور وسائل الاتصالات الإلكترونية مما سهل من عملية نقل المعلومات عبر المسافات البعيدة.
2. تطور صناعة الحاسبات الإلكترونية التي ساعدت على تخزين كم كبير من المعلومات وسهلت الوصول إليها.
3. تطور التسويق المصرفي واعتماده على وسائل الاتصالات الحديثة كالإنترنت.
4. مخرجات نظم المعلومات المالية التي ترد من المديرين في المصرف تساهم في تحقيق الأهداف قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل، وتجنب الوقوع في الأخطاء.

ثانياً: الإطار النظري لإدارة المخاطر في المصارف

- مفهوم إدارة المخاطر في المصارف:

ظهرت العديد من التعاريف حول مفهوم إدارة المخاطر في المصارف، ومن أهم هذه التعاريف ما يلي:

عُرفت بأنها: "العمليات التي يقوم بها المصرف لتهيئة بيئة العمل المناسبة بغرض تحديد المخاطر التي من المحتمل التعرض لها وإدارتها وقياسها بطريقة تمكن من تقليل أثرها السيء على عملية اتخاذ القرارات والتحوط لها، ثم كيفية علاج الخسائر التي يمكن أن تحدث بسببها" (عمارة، 2009، ص3).

كما عرّفها لجنة التنظيم المصرفي عن هيئة قطاع البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية بأنها: "تلك العملية التي تتم من خلالها رصد المخاطر وتحديدها وقياسها والرقابة عليها، وذلك بهدف ضمان فهم كامل لها والاطمئنان بأنها ضمن الحدود المقبولة والإطار الموافق عليه من قبل مجلس إدارة المصرف للمخاطر" (عليوة وآخرون، 2019، ص41).

وانطلاقاً من التعاريف السابقة، تُعرّف الباحثة إدارة المخاطر المصرفية بأنها: تلك العملية التي يتم من خلالها تحديد المخاطر المحتملة الوقوع وقياسها ومراقبتها والقيام بإعداد استراتيجية للسيطرة عليها والتخفيف من آثارها.

– أهمية إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية:

تحظى إدارة المخاطر بأهمية كبيرة في المصارف بنوعها الإسلامية والتقليدية على حد سواء، وذلك للأسباب التالية: (بونقاب، 2013)

- ✓ المحافظة على الأصول الموجودة لحماية أموال المودعين والدائنين والمستثمرين.
- ✓ إحكام الرقابة والسيطرة على المخاطر في الأنشطة أو الأعمال التي ترتبط أصولها بها كالقروض والسندات والتسهيلات الائتمانية.
- ✓ تحديد العلاج النوعي لكل نوع من أنواع المخاطر وعلى جميع المستويات.
- ✓ إعداد الدراسات قبل الخسائر أو بعد حدوثها وذلك بغرض منع حدوثها، أو تكرار مثل هذه المخاطر.
- ✓ حماية صورة المصرف وذلك من خلال توفير الثقة لدى المودعين والدائنين والمستثمرين، بحماية قدرتها الدائمة على توليد الأرباح رغم أي خسائر عارضة، والتي قد تؤدي إلى تقليص الأرباح أو عدم تحقيقها.

✓ العمل على الحد من الخسائر وتقليلها إلى أدنى حد ممكن، وتأمينها من خلال الرقابة الفورية، أو من خلال تحويلها إلى جهات خارجية.

✓ مساعدة المصرف على احتساب معدل كفاية رأس المال وفقاً لمقترحات لجنة بازل.

9- منهجية البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي من أجل تحديد متغيرات البحث وأبعاده بدقة، والذي ساعدها من صياغة فرضيات البحث، وكان ذلك من خلال الرجوع الى الدراسات والأبحاث العلمية المحكمة، والقيام بمراجعة أدبية للعديد من المصادر والمراجع والرسائل العلمية، والقيام بالمقابلات الشخصية، كما اعتمدت على أسلوب التحليل الإحصائي لتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة الموزعة على عينة البحث، مستخدمةً في ذلك برنامج الـ SPSS وعدداً من الأساليب الإحصائية الوصفية والقياسية.

أولاً: مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من جميع العاملين في الإدارات العليا والوسطى في المصارف الإسلامية العاملة في سورية (بنك البركة، بنك الشام، بنك سورية الدولي الإسلامي) وذلك خلال الفترة الممتدة من 2023/9/9 إلى 2024/1/5، حيث بلغ إجمالي عدد العاملين في الإدارات العليا والوسطى في المصارف المدروسة خلال فترة الدراسة 2025 عاملاً¹، والجدول التالي يبين توزيع العاملين على المصارف الثلاثة محل الدراسة:

¹ حيث تم الحصول على هذا العدد من خلال تصريح مديري المصارف المدروسة وذلك من خلال المقابلة التي تم إجرائها معهم بتاريخ 2023/9/18-17

الجدول رقم (1) مجتمع الدراسة

| عدد العاملين | اسم المصرف |
|--------------|---------------------------|
| 975 | بنك الشام |
| 375 | بنك البركة |
| 675 | بنك سورية الدولي الإسلامي |
| 2025 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على تقديرات مديري المصارف عند إجراء مقابلة معهم

-عينة البحث:

نظراً لصعوبة الوصول إلى كافة أفراد المجتمع فقد تم سحب عينة عشوائية منه، ولتحديد حجم العينة المناسب تم استخدام العلاقة الآتية (Krejcie and Morgan, 1970)

$$n = \frac{p * q}{\frac{p*q}{N} + \frac{E^2}{Z^2}}$$

حيث:

| | |
|-------------------------------------|------|
| Q | 0.5 |
| P | 0.5 |
| E | 0.05 |
| Z | 1.96 |
| N | 2025 |
| نسبة مئوية تتراوح بين الصفر والواحد | |
| نسبة الخطأ المسموح به | |
| الدرجة المعيارية عند معامل ثقة 95% | |
| حجم مجتمع البحث | |

وبالتعويض في القانون نجد حجم العينة يساوي 322 عامل، تم جمع البيانات من خلال توزيع 340 استبانة على العاملين بطريقة عشوائية، كما قامت الباحثة بتسليم الاستبانة لأفراد عينة الدراسة باليد، وذلك لضمان التفاهم المتبادل مع المستجيبين، والتوضيح لهم كيفية الإجابة على الأسئلة إذا لزم الأمر ولضمان إرجاعها، وبلغ عدد الاستبانات المستردة والصالحة للتحليل 322 استبانة.

ثانياً: أداة البحث: تم الاعتماد في دراستنا لموضوع بحثنا هذا على الاستبيان كأداة أساسية، بالإضافة إلى الاعتماد على المقابلات الشخصية، وذلك بهدف الحصول على أكبر قدر من البيانات والمعلومات التي ستساعدنا في تحليل وتفسير الإجابات على فقرات الاستبانة، كما تم الاعتماد أيضاً على الملاحظة وذلك من خلال تسجيل كل ما يتعلق بموضوع البحث.

وقد تم تصميم الاستبانة من خلال الرجوع إلى الإطار النظري والدراسات السابقة التي تدور حول موضوع البحث، وقد تم اختبار الاستبانة مع 50 عاملاً في المستويات الإدارية العليا والوسطى حيث طُلب منهم الإجابة عن الأسئلة وإبداء ملاحظاتهم، كما تم إجراء مقابلة شخصية مع بعضهم وتم أخذ جميع الملاحظات بالحسبان عند إعداد الاستبانة النهائية، وتكونت الاستبانة من ثلاثة أقسام رئيسية: الأول يتعلق بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة مثل: الجنس، العمر، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، المركز الوظيفي، التخصص العلمي، والقسم الثاني يتكون من عبارات تقيس خصائص نظم المعلومات المالية وهي (سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، وصول المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها)، والقسم الثالث يتكون من عبارات تقيس إدارة المخاطر في المصارف المدروسة.

واعتمدت الباحثة على مقياس لايكرت الخماسي، حيث تم اعتماد التدرجات وفق الشكل الآتي:

| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة |
|------------|-------|-------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| | | | 5 |

ولتحديد طول كل بعد من أبعاد مقياس لايكرت الخماسي -الحدود الدنيا والعليا- المستخدم في محاور الدراسة، وقد تم حساب المدى (أعلى درجة (غير موافق بشدة) - أدنى درجة

(موافق بشدة// عدد المستويات)، وذلك لتحديد اتجاههم نحو كل عبارة، هل هم موافقين بدرجة مرتفعة جداً، مرتفعة، متوسطة، منخفضة، منخفضة جداً. (أمانى، 2013، ص49)

تحديد طول الفئة باستخدام المدى حيث: $0.8=5/(1-5)$

الجدول رقم (2): يبين مجالات المتوسط الحسابي

| درجة الموافقة | مقياس ليكرت | مجال المتوسط الحسابي |
|------------------|----------------|-----------------------|
| درجة مرتفعة جداً | موافق بشدة | من 1 إلى 1.80 درجة |
| درجة مرتفعة | موافق | من 1.81 إلى 2.60 درجة |
| درجة متوسطة | محايد | من 2.61 إلى 3.40 درجة |
| درجة منخفضة | غير موافق | من 3.41 إلى 4.20 درجة |
| درجة منخفضة جداً | غير موافق بشدة | من 4.21 إلى 5 درجة |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الاستبانة

-ثبات المقياس:

اعتمدت الباحثة على معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات المقياس وكانت النتائج وفق الجدول:

الجدول رقم (3): قيمة معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبانة

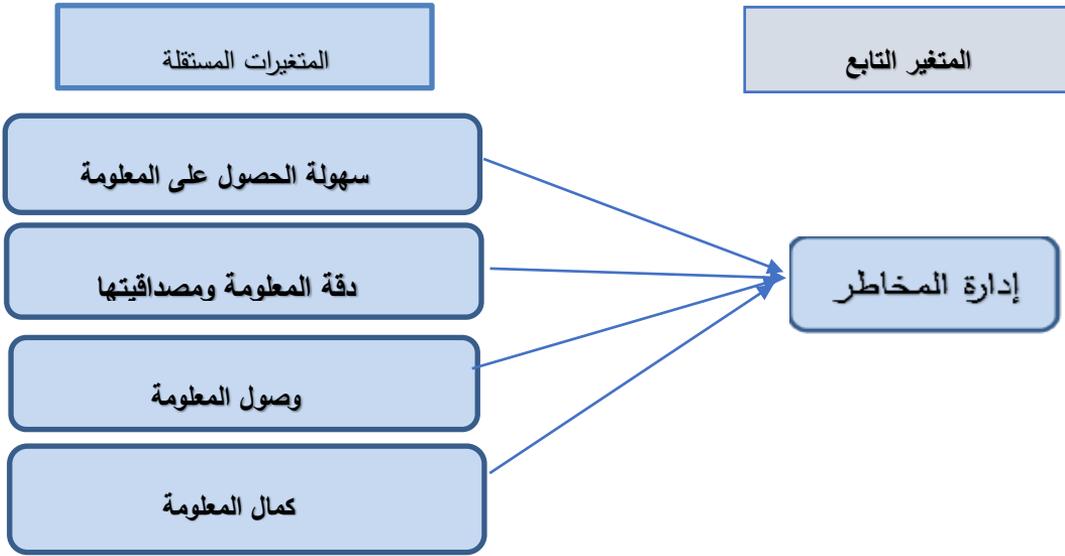
| قيمة معامل ألفا كرونباخ | عدد العبارات | المتغير |
|-------------------------|--------------|------------------------------------|
| 0.617 | 5 | سهولة الحصول على المعلومة |
| 0.609 | 4 | دقة المعلومة ومصداقيتها |
| 0.605 | 3 | وصول المعلومة |
| 0.640 | 2 | كمال المعلومة وشمولييتها |
| 0.650 | 10 | إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية |
| 0.696 | 24 | جميع فقرات الاستبانة |

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

من الجدول رقم (2) كانت قيمة ألفا كرونباخ التي تخص كل محور من محاور الاستبانة، بالإضافة إلى قيمة ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة أكبر من 0.6 مما يدل على ثبات المقياس وعدم الحاجة إلى حذف أي عبارة من عبارات المقياس.

ثالثاً: متغيرات البحث (نموذج الدراسة):

ويمكن تمثيل متغيرات البحث (نموذج الدراسة) بالشكل التالي:



10- تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

1- الدراسة الإحصائية الوصفية:

تم الاعتماد على الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات، وذلك باستخدام المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، ومعاملات الاختلاف في تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، وكذلك تم الاعتماد على اختبار (T) بعد التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

-اختبار التوزيع الطبيعي: لاختبار الأدوات الإحصائية المناسبة من أجل تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة واختبار صحة الفرضيات، يجب أولاً أن نتعرف على طبيعة توزيع البيانات، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات حيث توجد أدوات إحصائية معلمية وغير معلمية. لذلك قمنا بإجراء اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف - سمرنوف)، وذلك من أجل معرفة ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.

الجدول رقم (4): يبين القيمة الإحصائية لاختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف - سمرنوف)

| مستوى المعنوية Sig | القيمة الإحصائية | محاور المقياس |
|-----------------------|---------------------|---|
| .000 | 0.091 | المحور الأول: خصائص نظم المعلومات المالية |
| .000 | 0.157 | المحور الثاني: إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية |

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الاستبانة بواسطة برنامج SPSS-22

يظهر الجدول السابق نتائج اختبار التوزيع الطبيعي عن طريق اختبار:

(Kolmogorov-Smirnov): نجد أن مستوى المعنوية أصغر من 0.05 وبالتالي البيانات تتبع

التوزيع الطبيعي، ومن ثم سنستخدم الأدوات الإحصائية المعلمية لاختبار الفرضيات.

-التوصيف الإحصائي للبيانات: قامت الباحثة بتوصيف البيانات التي تم الحصول عليها بواسطة الاستبانة، وذلك بحسب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية، وحساب الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي، الانحراف المعياري) لكل عبارة من عبارات الاستبانة ولكل محور من محاورها.

-التوصيفات الإحصائية لفقرات المحور الأول: (خصائص نظم المعلومات المالية)

أولاً: التوصيف الإحصائي للخاصية الأولى: سهولة الحصول على المعلومة

الجدول رقم (5): التوصيفات الإحصائية لفقرات (سهولة الحصول على المعلومة)

| Descriptive Statistics | | | | | | | |
|------------------------|---------------|----------|----------------|-------------------|---------|------------|--|
| درجة الموافقة | مستوى الدلالة | قيمة (T) | الخطأ المعياري | الانحراف المعياري | المتوسط | حجم العينة | |
| مرتفع | 0.000 | 50.36 | 0.029 | 0.517 | 1.55 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 38.18 | 0.035 | 0.635 | 1.65 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 29.64 | 0.042 | 0.759 | 1.75 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 36.76 | 0.037 | 0.667 | 1.63 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 40.20 | 0.032 | 0.574 | 1.71 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 60.26 | 0.022 | 0.399 | 1.65 | 322 | |

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

يوضح الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود خاصة سهولة الحصول على المعلومة، حيث تشير نتائج الجدول إلى ما يلي:

1-احتلت العبارة (3) المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.75) وانحراف معياري (0.759)، مما يدل على أن إدارة المصرف تزود العاملين بالمعلومات الحديثة والمطورة.

2-احتلت العبارة (5) المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.71) وانحراف معياري (0.574)، مما يدل على أن المعلومات المقدمة من قبل إدارة المصرف خالية من الغموض ويسهل فهمها.

3-احتلت العبارة (2) المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.65) وانحراف معياري (0.635)، مما يدل على أن إدارة المصرف تزود العاملين بالمعلومات وتنتشرها بشكل دوري.

4-احتلت العبارة (4) المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.63) وانحراف معياري (0.667)، مما يدل على أن إدارة المصرف تستخدم أساليب تقنية للتواصل مع العاملين وتزويدهم بالمعلومات.

5-احتلت العبارة (1) المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.55) وانحراف معياري (0.517)، مما يدل على أن العاملين يحصلون على المعلومات المالية بسهولة ويسر.

ومن خلال قراءة الجدول السابق يمكن ملاحظة أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد الأول بلغ (1.65)، بانحراف معياري (0.399)، وبلغت قيمة T المحسوبة (60.26)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (2.58) وذلك عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على تقييمهم لهذه العبارات.

ثانياً: التوصيف الإحصائي للخاصية الثانية: دقة المعلومة ومصداقيتها

الجدول رقم (6): التوصيفات الإحصائية لفقرات (دقة المعلومة ومصداقيتها)

| Descriptive Statistics | | | | | | | |
|---|------------|---------|-------------------|----------------|----------|---------------|---------------|
| | حجم العينة | المتوسط | الانحراف المعياري | الخطأ المعياري | قيمة (T) | مستوى الدلالة | درجة الموافقة |
| المعلومات التي تقدمها إدارة المصرف تطابق الواقع شكلاً ومضموناً | 322 | 1.78 | 0.761 | 0.042 | 28.85 | 0.000 | مرتفع |
| تتسم المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المالي في المصرف بالشفافية والدقة والموثوقية من قبل العاملين المستخدمين لها | 322 | 1.97 | 0.915 | 0.051 | 20.28 | 0.000 | مرتفع |
| دقة المعلومات تقلل من التكلفة وهدر الوقت | 322 | 1.91 | 0.875 | 0.049 | 22.30 | 0.000 | مرتفع |
| دقة المعلومة تجنب العاملين القرارات الخاطئة | 322 | 1.73 | 0.816 | 0.045 | 27.94 | 0.000 | مرتفع |
| جميع فقرات البعد الثاني | 322 | 1.84 | 0.572 | 0.031 | 36.17 | 0.000 | مرتفع |

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

يوضح الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود خاصية دقة المعلومة ومصداقيتها، حيث تشير نتائج الجدول إلى ما يلي:

1-احتلت العبارة (2) المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.97) وانحراف معياري (0.915)، مما يدل على أن المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المالي في المصرف تتسم بالشفافية والدقة والموثوقية من قبل العاملين المستخدمين لها.

2-احتلت العبارة (3) المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.91) وانحراف معياري (0.875)، مما يدل على أن دقة المعلومة تقلل من التكلفة وهدر الوقت.

3-احتلت العبارة (1) المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.78) وبانحراف معياري (0.761)، مما يدل على أن المعلومات التي تقدمها إدارة المصرف تطابق الواقع شكلاً ومضموناً.

4-احتلت العبارة (4) المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.73) وبانحراف معياري (0.816)، مما يدل على أن دقة المعلومة تجنب العاملين القرارات الخاطئة.

ومن خلال قراءة الجدول السابق يمكن ملاحظة أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد الأول بلغ (1.84)، بانحراف معياري (0.572)، وبلغت قيمة T المحسوبة (36.17)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (2.58) وذلك عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على تقييمهم لهذه العبارات.

ثالثاً: التوصيف الإحصائي للخاصية الثالثة: وصول المعلومة

الجدول رقم (7): التوصيفات الإحصائية لفقرات (وصول المعلومة)

| Descriptive Statistics | | | | | | | |
|------------------------|---------------|----------|----------------|-------------------|---------|------------|--|
| درجة الموافقة | مستوى الدلالة | قيمة (T) | الخطأ المعياري | الانحراف المعياري | المتوسط | حجم العينة | |
| مرتفع | 0.000 | 26.24 | 0.046 | 0.826 | 1.79 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 21.12 | 0.048 | 0.863 | 1.98 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 22.94 | 0.051 | 0.911 | 1.84 | 322 | |
| مرتفع | 0.000 | 31.25 | 0.036 | 0.648 | 1.87 | 322 | |

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

يوضح الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود خاصية وصول المعلومة، حيث تشير نتائج الجدول إلى ما يلي:

1-احتلت العبارة (2) المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.98) وانحراف معياري (0.863)، مما يدل على أن إدارة المصرف تنشر المعلومات للعاملين في الوقت الذي يحتاجونه.

2-احتلت العبارة (3) المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.84) وانحراف معياري (0.911)، مما يدل على أن وصول المعلومات إلى العاملين في الوقت المناسب يمكنهم من إنجاز أعمالهم بالسرعة المطلوبة.

3-احتلت العبارة (1) المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.79) وانحراف معياري (0.826)، مما يدل على أن العاملين يحصلون على المعلومات في الوقت المناسب من خلال قنوات الاتصال المناسبة.

ومن خلال قراءة الجدول السابق يمكن ملاحظة أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد الأول بلغ (1.87)، بانحراف معياري (0.648)، وبلغت قيمة T المحسوبة (31.25)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (2.58) وذلك عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على تقييمهم لهذه العبارات.

رابعاً: التوصيف الإحصائي للخاصية الرابعة: كمال المعلومة وشموليتها

الجدول رقم (8): التوصيفات الإحصائية لفقرات (كمال المعلومة وشموليتها)

| Descriptive Statistics | | | | | | | |
|------------------------|---------------|----------|----------------|-------------------|---------|------------|--|
| درجة الموافقة | مستوى الدلالة | قيمة (T) | الخطأ المعياري | الانحراف المعياري | المتوسط | حجم العينة | |
| مرتفع | 0.000 | 30.01 | 0.043 | 0.769 | 1.71 | 322 | المعلومات التي يقدمها نظام المعلومات المالية في المصرف تفصيلية وشاملة |
| مرتفع | 0.000 | 35.05 | 0.036 | 0.649 | 1.73 | 322 | المعلومات التي يقدمها نظام المعلومات المالية في المصرف تفصيلية وشاملة بحيث يمكن استخدامها من قبل جميع العاملين في المصرف |
| مرتفع | 0.000 | 37.55 | 0.033 | 0.609 | 1.72 | 322 | جميع فقرات البعد الرابع |

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

يوضح الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبنود خاصية كمال المعلومة وشموليتها، حيث تشير نتائج الجدول إلى ما يلي:

1- احتلت العبارة (2) المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.73) وانحراف معياري (0.649)، مما يدل على أن المعلومات التي يقدمها نظام المعلومات المالية في المصرف تفصيلية وشاملة بحيث يمكن استخدامها من قبل جميع العاملين في المصرف.

2-احتلت العبارة (1) المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.71) وبانحراف معياري (0.769)، مما يدل على أن المعلومات التي يقدمها نظام المعلومات المالية في المصرف تفصيلية وشاملة.

ومن خلال قراءة الجدول السابق يمكن ملاحظة أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد الأول بلغ (1.72)، بانحراف معياري (0.609)، وبلغت قيمة T المحسوبة (37.55)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (2.58) وذلك عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على تقييمهم لهذه العبارات.

-التوصيفات الإحصائية لفقرات المحور الثاني: (إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية)

الجدول رقم (9): التوصيفات الإحصائية لفقرات المحور الثاني (إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية)

| Descriptive Statistics | | | | | | | |
|------------------------|---------------|----------|----------------|-------------------|-----------------|------------|---|
| درجة الموافقة | مستوى الدلالة | قيمة (T) | الخطأ المعياري | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | حجم العينة | |
| مرتفع | 0.000 | 40.61 | 0.034 | 0.602 | 1.64 | 322 | لدى المصرف خطة واضحة ومكتوبة لإدارة مخاطره |
| مرتفع | 0.000 | 36.68 | 0.038 | 0.681 | 1.61 | 322 | أهداف المصرف واضحة ودقيقة بما يتعلق بإدارة مخاطره |
| مرتفع | 0.000 | 39.97 | 0.034 | 0.613 | 1.63 | 322 | يضع المصرف كافة الترتيبات الداخلية اللازمة لإدارة مخاطره |
| مرتفع | 0.000 | 32.57 | 0.040 | 0.712 | 1.71 | 322 | يتخذ المصرف كافة التدابير الاحتياطية لإدارة مخاطر أنشطته المتعددة |

خصائص نظم المعلومات المالية وأثرها في إدارة مخاطر المصارف الإسلامية العاملة في سورية

| | | | | | | | |
|--|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| يقوم المصرف بتحليل موارده المالية وإمكانياته بصورة دورية بهدف تقليل مخاطره | 322 | 1.70 | 0.690 | 0.038 | 33.66 | 0.000 | مرتفع |
| يقوم المصرف بتقييم موارده المالية بشكل دوري لإدارة مخاطره | 322 | 1.62 | 0.610 | 0.034 | 40.45 | 0.000 | مرتفع |
| يعتمد المصرف على النماذج والتقنيات الكمية في إدارة مخاطره | 322 | 1.51 | 0.647 | 0.036 | 41.41 | 0.000 | مرتفع |
| يعتمد المصرف على موارد بشرية ذات كفاءة عالية في إدارة مخاطره | 322 | 1.62 | 0.579 | 0.032 | 42.65 | 0.000 | مرتفع |
| يقوم المصرف بتخصيص موارده المالية على جميع أنشطته بشكل مدرّوس بهدف تقليل المخاطر المحتملة الوقوع | 322 | 1.57 | 0.532 | 0.030 | 48.18 | 0.000 | مرتفع |
| يقوم المصرف بتقييم خطته ومتابعتها لتقليل المخاطر المحتملة | 322 | 1.61 | 0.587 | 0.033 | 42.51 | 0.000 | مرتفع |
| جميع فقرات المحور الثاني | 322 | 1.62 | 0.308 | 0.017 | 80.17 | 0.000 | مرتفع |

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (spss 22)

يوضح الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبندود المحور الثاني، حيث تشير نتائج الجدول إلى ما يلي:

1-احتلت العبارة (4) المرتبة الأولى حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.71) وانحراف معياري (0.712)، مما يدل على أن المصرف يتخذ كافة التدابير الاحتياطية لإدارة مخاطر أنشطته المتعددة.

2-احتلت العبارة (5) المرتبة الثانية حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.70) وانحراف معياري (0.690)، مما يدل على أن المصرف يقوم بتحليل موارده المالية وإمكانياته بصورة دورية بهدف تقليل مخاطره.

3-احتلت العبارة (1) المرتبة الثالثة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.64) وانحراف معياري (0.602)، مما يدل على أن المصرف لديه خطة واضحة ومكتوبة لإدارة مخاطره

4-احتلت العبارة (3) المرتبة الرابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.63) وانحراف معياري (0.613)، مما يدل على أن المصرف يقوم بوضع كافة الترتيبات الداخلية اللازمة لإدارة مخاطره.

5-احتلت العبارة (6) المرتبة الخامسة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.62) وانحراف معياري (0.610)، مما يدل على أن المصرف يقوم بتقييم موارده المالية بشكل دوري لإدارة مخاطره.

6-احتلت العبارة (8) المرتبة السادسة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.62) وانحراف معياري (0.579)، مما يدل على أن المصرف يعتمد على موارد بشرية ذات كفاءة عالية في إدارة مخاطره.

7- احتلت العبارة (2) المرتبة السابعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.61) وبانحراف معياري (0.681)، مما يدل على أن أهداف المصرف واضحة ودقيقة بما يتعلق بإدارة مخاطره.

8- احتلت العبارة (10) المرتبة الثامنة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.61) وبانحراف معياري (0.587)، مما يدل على أن المصرف يقوم بتقييم خطته ومتابعتها لتقليل المخاطر المحتملة.

9- احتلت العبارة (9) المرتبة التاسعة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.57) وبانحراف معياري (0.532)، مما يدل على أن المصرف يقوم بتخصيص موارده المالية على جميع أنشطته بشكل مدروس بهدف تقليل المخاطر المحتملة الوقوع.

10- احتلت العبارة (7) المرتبة العاشرة حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.51) وبانحراف معياري (0.647)، مما يدل على أن المصرف يعتمد على النماذج والتقنيات الكمية في إدارة مخاطره.

ومن خلال قراءة الجدول السابق يمكن ملاحظة ان المتوسط الحسابي لجميع فقرات المحور الثاني بلغ (1.62)، بانحراف معياري (0.308)، وبلغت قيمة T المحسوبة (80.17)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (2.58) وذلك عند مستوى دلالة (0.000)، وهذا يدل على أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على تقييمهم لهذه العبارات.

2- اختبار الفرضيات:

الفرضية العدم H_0 : لا تؤثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف محلّ الدّراسة.

الفرضية البديلة H_1 : تؤثر خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة مخاطر المصارف محلّ الدّراسة.

لاختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، والذي من خلاله سيتم اختبار أثر المتغيرات المستقلة والمتمثلة بخصائص نظم المعلومات المالية في المصارف الاسلامية المدروسة وهي: (سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها) في المتغير التابع والمتمثل بإدارة المخاطر، ولكن قبل تطبيق تحليل الانحدار، قامت الباحثة بإجراء بعض الاختبارات، وذلك من أجل ضمان ملاءمة البيانات لإجراء تحليل الانحدار عليها (افتراضات نموذج الانحدار)، على النحو التالي:

1- اختبار الاستقلالية الخطية للمتغيرات المستقلة:

تظهر هذه المشكلة عندما يكون هناك ارتباط قوي بين متغيرين أو أكثر من المتغيرات المستقلة، وبالتالي يصعب فصل تأثير كل منهما عن تأثير الآخر في المتغير التابع، ويؤدي ذلك إلى تقديرات غير معنوية إحصائياً للمعاملات، أو ظهور بعض المعاملات بإشارة مخالفة للفرضية الاقتصادية، على الرغم من أن R^2 قد تكون مرتفعة (العباسي، 2012)

ومن أجل اختبار الاستقلالية الخطية بين المتغيرات، تم استخدام اختبار معامل تضخم التباين (VIF) (Variance Inflation Factory) واختبار درجة التساهل (Tolerance)، وذلك وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (10): اختبار معامل تضخم البيانات والتباين المسموح به لمتغيرات الدراسة المستقلة

| البعد (المتغير المستقل) | التباين المسموح به (Tolerance) | معامل تضخم البيانات (VIF) |
|---------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| سهولة الحصول على المعلومة | 0.935 | 1.069 |
| دقة المعلومة ومصداقيتها | 0.947 | 1.056 |
| توقيت المعلومة | 0.979 | 1.022 |
| كمال المعلومة وشموليتها | 0.957 | 1.045 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الاستبانة بواسطة برنامج SPSS-22

من خلال قراءة الجدول السابق يتبين أن قيمة معامل تضخم البيانات (VIF) للمتغيرات جميعها أقل من (10)، وتتراوح بين (1.022) و (1.069)، كما أن قيمة التباين المسموح به (Tolerance) لجميع متغيرات الدراسة أكبر من (0.05)، وبالتالي يمكننا القول بأنه لا يوجد ارتباط قوي بين المتغيرات المستقلة. (العشعوش والعريبي، 2015)، (العرود وآخرون، 2011).

2- التوزيع الطبيعي للبيانات:

للوصول إلى مدى توزع أفراد عينة الدراسة بالاستناد إلى منحني التوزيع، تم حساب بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت كالتوسط والانحراف، وحساب الالتواءات وذلك على النحو المبين في الجدول:

الجدول رقم (11): نتائج تحليل معامل الالتواء لمتغيرات الدراسة

| البعد (المتغير) | العينة | الالتواء (Skewness) |
|------------------------------------|--------|---------------------|
| سهولة الحصول على المعلومة | 322 | 0.992 |
| دقة المعلومة ومصداقيتها | 322 | 1.003 |
| توقيت المعلومة | 322 | 0.902 |
| كمال المعلومة وشموليتها | 322 | 1.315 |
| إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية | 322 | 0.913 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الاستبانة بواسطة برنامج SPSS-22 ومن الجدول (11) يتبين أن معاملات الالتواء تراوحت بين (-1،+1) (العرود وآخرون، 2011)، وبالتالي نستنتج أن إجابات أفراد عينة الدراسة تتوزع قريباً من التوزيع الطبيعي وذلك بالنسبة لكل بعد من أبعاد خصائص نظم المعلومات المالية في المصارف الإسلامية

(المتغيرات المستقلة)، وكذلك الأمر بالنسبة لإجاباتهم حول إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية (المتغير التابع)

3- التأكد من خطية النموذج:

للولوصول إلى أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد خصائص نظم المعلومات المالية ككل على إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية، وللتأكد من صلاحية النموذج الخطي لتمثيل العلاقة، تم الاعتماد على قيمة (F) والمعنوية (Sig) على النحو المبين في الجدول:

الجدول رقم (12): تحليل التباين للعلاقة بين خصائص نظم المعلومات المالية ككل وإدارة المخاطر في المصارف الإسلامية

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F المحسوبة | مستوى الدلالة | R | R ² | Adj R ² |
|--------------|----------------|--------------|----------------|-----------------|---------------|-------|----------------|--------------------|
| الانحدار | 2.775 | 4 | 0.694 | 7.931 | 0.000 | 0.302 | 0.091 | 0.079 |
| الخطأ | 27.730 | 317 | 0.087 | | | | | |
| الكلية | 30.505 | 321 | | | | | | |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الاستبانة بواسطة برنامج SPSS-22

من معطيات الجدول السابق يتبين أن قيمة F المحسوبة قد بلغت والبالغة (7.931)، كما أن مستوى الدلالة جاء أصغر من 0.05 عند درجات حرية (1,320) وبالتالي يمكن القول بأنه يوجد علاقة خطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد خصائص نظم المعلومات المالية.

وكما أن معامل الارتباط قد بلغ (0.302) وهذا يدل على قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (أبعاد خصائص نظم المعلومات المالية) والمتغير التابع (إدارة المخاطر في المصارف الإسلامية)، كما أن معامل التحديد يساوي (0.091)، وكما أن معامل التحديد

المعدل الذي يأخذ بالاعتبار عدد المتغيرات المستقلة قد بلغ (0.079) مما يشير إلى صلاحية النموذج الخطي، والجدول التالي (13) يوضح تقديرات معاملات نموذج انحدار أبعاد خصائص نظم المعلومات المالية

الجدول رقم (13): نموذج انحدار خصائص نظم المعلومات المالية على إدارة المخاطر

| المعاملات المستقلة | B | الخطأ المعياري | قيمة (β) | قيمة T المحسوبة | مستوى الدلالة |
|---------------------------|-------|----------------|----------|-----------------|---------------|
| (constant) | 1.171 | 0.095 | | 12.377 | 0.000 |
| سهولة الحصول على المعلومة | 0.057 | 0.043 | 0.074 | 1.329 | 0.185 |
| دقة المعلومة ومصداقيتها | 0.035 | 0.030 | 0.065 | 1.181 | 0.238 |
| توقيت المعلومة | 0.052 | 0.026 | 0.110 | 2.034 | 0.043 |
| كمال المعلومة وشموليتها | 0.113 | 0.028 | 0.224 | 4.092 | 0.000 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الاستبانة بواسطة برنامج SPSS-22

نلاحظ من الجدول السابق وجود أثر للمتغيرات المستقلة لخصائص نظم المعلومات المالية (توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها) في إدارة المخاطر في المصارف المدروسة، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.043، 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وذلك لمعاملات (β) عند كل من خاصية توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها، كما جاءت قيمة (T) المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (2.58) عند مستوى (0.01)، وكذلك فإن قيمة الميل (B) معنوية وتساوي (0.052) لخاصية توقيت المعلومة، (0.113) لخاصية كمال المعلومة وشموليتها، أما بالنسبة لكل من خاصية

(سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها) ليس لهم أثر معنوي، وذلك لأن مستوى الدلالة أكبر من (0.05).

ويمكن صياغة معادلة الانحدار وذلك بكتابة النموذج على النحو التالي حيث (Y) هي القيمة المتوقعة

$$Y_j = 1.171 + 0.057 X_1 + 0.035 X_2 + 0.052 X_3 + 0.113 X_4$$

X_1 : المتغير المستقل الأول: سهولة الحصول على المعلومة.

X_2 : المتغير المستقل الثاني: دقة المعلومة ومصداقيتها.

X_3 : المتغير المستقل الثالث: توقيت المعلومة.

X_4 : المتغير المستقل الرابع: كمال المعلومة وشموليتها.

وهذه النتيجة تتوافق مع ما تم التوصل إليه من خلال التحليل الوصفي للبيانات.

13- الاستنتاجات والتوصيات:

بعد اختبار الفرضية والتأكد من صحتها، يمكن ذكر أهم ما توصل إليه البحث من نتائج:

1- تتمتع نظم المعلومات المالية في المصارف الإسلامية المدروسة بالخصائص التالية: (سهولة الحصول على المعلومة، دقة المعلومة ومصداقيتها، توقيت المعلومة، كمال المعلومة وشموليتها)، وقد جاء أعلى المتوسطات على خاصية توقيت المعلومة بمتوسط حسابي (1.87)، أما خاصية دقة المعلومة ومصداقيتها فهي في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (1.84)، يليه خاصية كمال المعلومة وشموليتها بمتوسط حسابي (1.72)، أما خاصية سهولة الحصول على المعلومة فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.65).

2- أظهرت الدراسة وجود أثر لكل من (توقيت المعلومة، وكمالها وشموليتها) في إدارة المخاطر في المصارف المدروسة، أما الخصائص الأخرى (دقة المعلومة، وسهولة الحصول عليها) لم يكن لها أثر معنوي يذكر حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة لهما على التوالي (0.185، 0.238).

التوصيات:

1. يجب على المصارف الإسلامية العاملة في سورية الاستمرار في مواكبة التطورات الحاصلة والعمل على الاستفادة من التطور في التكنولوجيا، وذلك لأنها مست جميع مجالات الحياة دون استثناء، وخاصة أن العالم اليوم يتجه إلى عالم اقتصادي رقمي قائم على الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات.
2. ضرورة زيادة اهتمام المصارف الإسلامية العاملة في سورية بخصائص نظم المعلومات المالية وبالأخص خاصية كمال المعلومة وشموليتها، وذلك لما لها من دور هام في إدارة المخاطر في المصارف محل الدراسة.
3. توصي الباحثة بضرورة الانطلاق من حيث توصل الباحثون الآخرون في مجال خصائص نظم المعلومات المالية، والقيام بإجراء دراسات تتعلق بنظم المعلومات المالية وإدارة المخاطر المصرفية، مثل دور خصائص نظم المعلومات المالية في إدارة المخاطر في المصارف التقليدية، خصائص نظم المعلومات المالية وأثرها في إدارة المخاطر المصرفية (دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والتقليدية)

14 - قائمة المراجع والمصادر:

- ARRFIN, N, KASSIM, S 2014 Risk Management Practices Of Selected Islamic Banks In Malaysia, Vol. 3, No.1, P 26-36.
- AMANI, J 2013 Financial Information System and their impact on achieving each other (applied to aselected group of special elements in Syria), Master's thesis, University of Aleppo. (المراجع in Arabic)
- AL- ASHAOSHE, A, AL-ARBEED, A 2015- slandered economy. Tishreen University Publications, Syria. (Arabic in المراجع)
- AL- Aroud, Sh, Al-Khatatna,W , Al-Shurafa, A 2011 The impact of auditors applying methods methods Information Technology completed the electronic auditing process in Jordan, Journal of Accounting, Management and Insurance, Vol 78, p1-28. (Arabic in المراجع)
- BELAJOUZ, H 2009 The accounting Information System and its role in making productive decisions, University culture foundation, first edition. (Arabic in المراجع)
- BOUNQAP, M 2016 The role of Islamic financial engineering in management the risks of Islamic financing formals, Algerian journal of economic development, No.5, p.3. (Arabic in المراجع)

- DEEB, H 2012- The Effectiveness of Banking Information Systems in Managing Credit Failure Cases. Master Thesis, Qasdi Merbah University – Ouargla, Algeria .(Arabic in المراجع)
- DAOUD, M 2017- The role of computerized accounting information systems in risk management (A field study on the Sudanese French Bank)- Master’s thesis, Al-Nilein University, Sudan. (Arabic in المراجع)
- DOUM, A2016- Activating financial and accounting information systems for risk management in business organizations (a field study on a sample of business organizations in the state of M’sila) – Master’s thesis, Mohamed Boudiaf University in M’sila, p41. (Arabic in المراجع)
- ESBER, L 2009- a proposed approach to raise banking efficiency and effectiveness from the perspective of Total Quality Management (Field Study on Governmental Banks in the Syrian Arab Republic)- Master Thesis, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria .(Arabic in المراجع)
- Eliwa, Maryam, Kirwan, Maryam, banking risk management in commercial banks – a case study of the Algerian Foreign Bank – Jijel Agency –, 2019, pp. 41-42.

- HILALI, H 2007, Banking Information System and Decision Support, Comprehensive Banking Services Symposium, Egypt, Cairo.(Arabic in المراجع)
- HASHLAF, I, BAGHDALI, F 2019 Risk management in Islamic Banks (case study of AL-Baraka Bank of Algeria, oran agency), Master's thesis, Faculty of Economics, Commercial and management Sciences, khaldone University. (Arabic in المراجع)
- AL-HASSAN, S 2015 Towards enhancing the role of management Information System in Supporting the decision making process, published Master's thesis, institute for sustainable development, AL-Quds, Palestine. (Arabic in المراجع)
- IMAN, B 2021 Management Information System and their impact on strategic decision making, published Master's thesis, Faculty of Economics, Commercial and management Sciences, Mohamed Boudiaf University in M'sila. (Arabic in المراجع)
- KREJCIE, R 1970 Determining Sample size for Research Activities, Vol. 30, p 607-610.
- MOURAD, M 2010- The Importance of Management Information Systems as a Tool for Environmental Analysis in Algerian Small and Medium Enterprises- Master Thesis, Ferhat Abbas University - Setif, Algeria. (Arabic in المراجع)

-MONA, S 2017 The impact of the use of Information Systems on the effectiveness of employee performance in Algerian commercial banks, published Doctoral thesis, Faculty of Economics, Commercial and management Sciences, Mohamed Boudiaf University in M'sila.(Arabic in المراجع)

-Al NAJJAR, F, MALKAWI, N, 2010 information systems and their impact on levels of creativity, a field study in Jordanian insurance companies, Vol. 26, NO. 2.(Arabic in المراجع)

-OTHMAN, M 2013-Credit Analysis and Risk Management. Dar Al-Fikr Publishers and Distributors, first edition, Amman, Jordan. (Arabic in المراجع)

-Al SARAN, R 2007- The Globalization of the Quality of Banking Services. Dar Al-Warraaq, Amman, Jordan. (Arabic in المراجع)

-TUFFAHA, H 2021 The role of banking information systems in improving banking performance – a field study on real estate banks on the Syrian coast, Vol. 43, No.2. (Arabic in المراجع)

لعروء، شابر الختانتنة، وحيد الشرفاء، أمجد (2011). تأثير تطبيق مدققى الحسابات
الساليب تكنولوجيا المعمومات عمى إتمام عممية التدقيق اللكترونى فى الأردن.
، (جامعة القاهرة) 78. مجمة المحاسبة والإدارة والتأمين