

مجلة جامعة حمص

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 47 . العدد 8

1447 هـ - 2025 م

الأستاذ الدكتور طارق حسام الدين رئيس جامعة حمص

المدير المسؤول عن المجلة

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

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

تهدف المجلة إلى نشر البحوث العلمية الأصيلة، ويمكن للراغبين في طلبها
الاتصال بالعنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة جامعة حمص

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

. هاتف / فاكس : 2138071 31 963 ++

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

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

ISSN: 1022-467X

شروط النشر في مجلة جامعة حمص

الأوراق المطلوبة:

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

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

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

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

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

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

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

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

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

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

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

رسوم النشر في مجلة جامعة حمص

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

المحتوى

الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث
40-11	ريم سليم علي	أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق (دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)
80-41	بشرى حسن د.أسامة الفراج	تخطيط المسار الوظيفي وعلاقته بالتميز المؤسسي
112-81	علي الخنسه د.رامي محمد د.سومر ناصر	دراسة مدى توفر أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية (دراسة ميدانية)
136-113	عمار زيدان د.ريزان نصور د.أحمد السكري	دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية
170-137	محمد علي ميهوب	دراسة قياسية لأثر بعض المتغيرات الاقتصادية في أداء سوق دمشق للأوراق المالية

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق (دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

ريم سليم علي*

المستخلص

حاول هذا البحث تقديم أدلة حول أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات المتمثلة في استقلالية المدقق وكفاءته المهنية وبذل العناية الواجبة عند قيامه بعملية التدقيق في تعزيز ثقة المستثمرين، ولتحقيق أهداف البحث تم توزيع استبانة على 265 مدقق حسابات من جمعية المحاسبين القانونيين المزاولين للمهنة في سورية، وتم استرداد 205 قائمة صالحة للتحليل وبلغ عدد القوائم الصالحة للتحليل 194 استبانة أي بنسبة 73.2%، ومن ثمّ تجميع البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها. توصل البحث إلى أن قيام المدقق ببذل العناية المهنية الواجبة عند قيامه بعملية التدقيق وفقاً للقوانين والمعايير ذات الصلة والتقيد بقواعد السلوك الأخلاقي وأن يتمتع بالكفاءة المهنية المطلوبة وأن يحافظ على استقلاليته وموضوعيته جميعها عوامل تعزز ثقة المستثمرين في عمل مدقق الحسابات ومهنة التدقيق، وأوصى البحث بضرورة حفاظ المدقق على استقلاليته والفصل بين تقديم المدقق لخدمة التدقيق وخدمات التدقيق الأخرى لنفس العميل، وضرورة التعليم والتدريب المستمر للوصول إلى الكفاءة المطلوبة، وبذل العناية المهنية الواجبة والالتزام بقواعد وأخلاقيات المهنة عند القيام بعملية التدقيق.

الكلمات المفتاحية: استقلالية المدقق، الكفاءة المهنية، العناية المهنية الواجبة، ثقة المستثمرين.

The impact of the auditor's personal characteristics on enhancing investors' confidence in the auditing profession (A field study on audit offices in Syria)

Reem Salim Ali*

Abstract

This research attempted to provide evidence about the impact of the auditor's personal characteristics represented in the auditor's independence, professional competence, and exercising due professional care when performing the audit process in enhancing investor confidence. To achieve the objectives of the research, a questionnaire was distributed to 265 auditors from the Society of Certified Public Accountants practicing the profession in Syria. 205 lists suitable for analysis were retrieved, and the number of lists suitable for analysis reached 194 questionnaires, or 73.2%. The data

*ماجستير في المحاسبة، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، طرطوس - سورية.

* Master in Accounting, Faculty of Economics, Tartous University, Tartous – Syria.

was collected and analyzed using the statistical program SPSS to reach results that can be generalized.

The research concluded that the auditor exercising due professional care when conducting the audit in accordance with the relevant laws and standards, adhering to the rules of ethical conduct, having the required professional competence, and maintaining his independence and objectivity are all variables that enhance investors' confidence in the work of the auditor and the auditing profession. The research recommended the need for the auditor to maintain on its independence and the separation between the auditor's provision of auditing services and other auditing services for the same client, the necessity of continuous education and training to reach the required competence, exercising due professional care and adhering to professional rules and ethics when conducting the auditing process, and activating the role of professional organizations to monitor the profession and verify the extent to which auditors adhere to standards and applicable laws.

Keywords: Auditor independence, professional competence, professional due care, and investor confidence.

المقدمة:

توفر التقارير المالية المعلومات المختلفة اللازمة كوسيلة لاتخاذ القرار من قبل الأطراف الداخلية والخارجية للشركة، ووفقاً لمجلس معايير المحاسبة المالية (FASB) فإن أهم خاصيتين يجب أن تكونا موجودتين في التقارير المالية هما الملاءمة والموثوقية ومن الصعب للغاية قياس هاتين الخاصيتين [17]، لذلك يحتاج مستخدمو المعلومات إلى خدمات طرف ثالث وهو مدقق مستقل لتوفير ضمانات بأن التقارير المالية ذات صلة وموثوقة، وذلك لزيادة ثقة المستثمرين وجميع الأطراف التي لها مصلحة في الشركة [16].

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق (دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

الهدف الأساسي لمهنة التدقيق هو منح الثقة للقوائم المالية من خلال رأي فني محايد يبيده المدقق الخارجي مدى عدالة القوائم المالية، وبالتالي الثقة في الخدمات التي يقدمها المدقق هي الأساس التي تقوم عليه مهنة التدقيق [1]. حيث يكون المدقق مسؤولاً عن تخطيط وتنفيذ عملية التدقيق للحصول على تأكيد معقول حول ما إذا كانت القوائم المالية خالية من التحريفات الجوهرية سواء كانت ناجمة عن الاحتيال أو الخطأ، وأنها تتوافق مع مبادئ إعداد التقارير المالية المعمول بها، ويمكن الوثوق بصحتها لتكون بمثابة أساس لاتخاذ القرار [14].

في العصر الحالي الذي يتسم بالمنافسة الشديدة تواجه مهنة التدقيق تحديات صعبة، فمن ناحية يجب أن يكون المدقق مستقلاً في إبداء الرأي فيما يتعلق بعدالة القوائم المالية المتعلقة بمصالح العديد من الأطراف، ولكن من ناحية أخرى يجب أن يكون قادراً أيضاً على تلبية المتطلبات التي يرغب بها العملاء الذين يدفعون رسوماً مقابل الخدمات التي يقدمها حتى يكون هؤلاء العملاء راضين عن عمله ويستمررون في التعامل معه في المستقبل، وهذا ما يضع المدقق أمام مشكلة الاستقلالية في تنفيذ عملية التدقيق [17]. وبالإضافة إلى الاستقلالية، فإن السمات الأخرى التي يجب أن يتمتع بها مدقق الحسابات هي الكفاءة وبذل العناية المهنية الواجبة عند القيام بعملية التدقيق وذلك من خلال اتباع مجموعة من المعايير المهنية والأخلاقية [5].

واجهت مهنة التدقيق العديد من الانتقادات، وذلك لأن شركات التدقيق قد أعطت تقارير نظيفة حول أنشطة تلك الشركات وقوائمها المالية ثم أعلنت بعد ذلك إفلاسها. ففي هذه الحالة يدعي مستخدمو القوائم المالية أن المدقق لم يقم ببذل العناية المهنية الكافية وفقاً للأسس والمعايير المهنية والأخلاقية والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها [1]، مما أدى إلى انخفاض ثقة المستثمرين بمهنة التدقيق وكذلك الدور الذي يؤديه المدقق [12].

إذاً بناءً على ماسبق، وامتداداً للدراسات السابقة يسعى هذا البحث إلى دراسة أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات المتمثلة في الاستقلالية والكفاءة وبذل العناية المهنية الواجبة في تعزيز ثقة المستثمرين في سورية.

مشكلة البحث:

أظهرت العديد من الدراسات أن الشركات التي أعلنت إفلاسها تمّ تدقيق حساباتها من قبل مدققين خارجيين وأصدروا تقارير تدقيق نظيفة دون إعطاء أي إشارات تحذيرية حول الوضع الاقتصادي والمالي لهذه الشركات [8]، وقد أدى ذلك إلى تضرر العديد من المستثمرين والمساهمين المحتملين من الأضرار التي لحقت بإفلاس وانحيار العديد من الشركات [13]، وفي الواقع إن فجوة الثقة في مهنة التدقيق اتسعت بشكل حاد مع تزايد الأزمات المالية والاقتصادية مما أثار العديد من التساؤلات حول استقلالية وكفاءة المدققين الخارجيين وعنايتهم المهنية ومدى التزامهم بالمعايير والقوانين ذات الصلة وتأثير ذلك على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق وجودة تقرير المدقق [5]. لذلك تكون جميع العوامل السابقة مبرراً لدراسة أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين، وخاصةً في البيئة السورية لندرة الدراسات التي تناولت ثقة المستثمرين في السمات الشخصية للمدقق وذلك من خلال دراسة أثر الاستقلالية والكفاءة والعناية المهنية الواجبة لمدقق الحسابات عند القيام بعملية التدقيق في تعزيز ثقة المستثمرين.

وعليه تتمثل مشكلة البحث في طرح التساؤلات التالية:

- 1- هل تؤثر استقلالية مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق؟
- 2- هل تؤثر الكفاءة المهنية لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق؟
- 3- هل تؤثر العناية المهنية الواجبة لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق؟

أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في النواحي التالية:

1. **الناحية الأكاديمية:** تكمن أهمية البحث في ندرة الأبحاث العملية التي تناولت العلاقة بين السمات الشخصية لمدقق الحسابات وثقة المستثمرين في سورية؛ لذا تعد هذه الدراسة من الدراسات الإضافية في هذا المجال ومساهمة جديدة في الأدبيات العربية.

2. **الناحية العملية:** يستمد البحث أهميته العملية من:

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق (دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

أولاً: إن زيادة الاهتمام باستقلال وكفاءة مدقق الحسابات في سورية، ومدى التزامه ببذل العناية المهنية الواجبة عند قيامه بعملية التدقيق يؤدي إلى زيادة جودة الأداء المهني للمدقق ثم زيادة ثقة المستثمرين ورضاهم بالتقارير التي يقدمها المدقق وبمهنة التدقيق.

ثانياً: الأهمية القصوى للصفات الشخصية للمدقق الخارجي التي لطالما شكلت تساؤلاً بحثياً حول مدى محافظة مدقق الحسابات على استقلاليته وكفاءته وقيامه ببذل العناية المهنية الواجبة عند أداء عملية التدقيق.

ثالثاً: تقديم بعض المقترحات لضمان قدر أكبر من الثقة في عمل المدقق الخارجي ومهنة التدقيق.

أهداف البحث:

- 1- توضيح أثر استقلالية مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.
- 2- توضيح أثر الكفاءة المهنية لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.
- 3- توضيح أثر العناية المهنية الواجبة لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.

فرضيات البحث:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستقلالية مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.
- 2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.
- 3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعناية المهنية الواجبة لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق.

منهجية البحث:

تمّ الاطلاع على الأدبيات السابقة التي لها صلة بموضوع الدراسة، وذلك بهدف تكوين الإطار النظري للدراسة، وأيضاً لتطوير فرضيات الدراسة وإعادة اختبارها في البيئة السورية، وتمّ القيام بإجراء دراسة ميدانية لتغطية الجانب العملي، ومن ثمّ تجميع البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS24 للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها. وتمثلت أداة الدراسة بقائمة استبانة صُممت استناداً إلى دراسة (Musyoka, 2012) و (Bohlala, 2022)؛ تميزت بسهولة التطبيق ومرونة الأسئلة واعتمدت أسلوب الأسئلة المغلقة، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي بحيث تشير الدرجة (5) إلى قوة تأثير الخاصية في المبحوث، وتزداد الخاصية ضعفاً بشكل تنازلي باتجاه الدرجة (1).

تكوّن مجتمع الدراسة من المحاسبين القانونيين المزاويلين للمهنة في سورية والبالغ عددهم 867، أما العيّنة فكانت تمثيلية إذ تمّ أخذ عيّنة عشوائية بسيطة مكونة من 265 مدقق، وقد أرسلت الباحثة 265 قائمة استبانة إلى أعضاء جمعية المحاسبين القانونيين المزاويلين المهنة في سورية، وتمّ استرداد 205 قائمة وبلغ عدد القوائم الصالحة للتحليل 194 قائمة. تمّ تحليل استجابات أفراد العيّنة باستخدام النسب والتكرارات وتحديد الاتجاه العام لها بواسطة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتمّ الاعتماد على اختبار T لعينة واحدة (One-Sample Test) لمعرفة درجة الموافقة لأبعاد البحث عند قيمة ثابتة، بالإضافة لاستخدام الانحدار الخطي البسيط لاختبار صحة الفرضيات إحصائياً، ومن ثمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

حدود البحث:

الحدود المكانية للبحث: مكاتب وشركات التدقيق في سورية (تشمل جميع المحاسبين القانونيين المزاويلين لمهنة التدقيق في سورية).

الحدود الزمانية للبحث: تشمل الفترة الممتدة من 2023/12/7 ولغاية 2024/7/2.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (العازمي، 2012) بعنوان:

"أثر مدقق الحسابات الخارجي في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية في بيت الزكاة الكويتي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر مدقق الحسابات الخارجي في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بإعداد استبانة ومن ثم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من 83 مديراً مالياً ومحاسباً ومدققاً داخلياً من العاملين في بيت الزكاة الكويتي، وتم اعتماد 66 استبانة منها لغايات التحليل. واستخدمت الدراسة نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضيات، وتوصلت إلى وجود أثر لمدقق الحسابات الخارجي (كفاءة مدقق الحسابات، الاستقلالية والموضوعية، النزاهة والشفافية، الالتزام بقواعد السلوك المهني) في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية.

2. دراسة (حافظ، 2016):

"الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للتدقيق الخارجي وأثرها على مستخدمي التقارير المالية - دراسة تطبيقية لمستخدمي القوائم المالية".

هدفت الدراسة إلى بيان مدى تأثير الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للمدققين الخارجيين (المتملتة في مدى التزام المدققين بقواعد السلوك الأخلاقي ومعايير التدقيق المعمول بها عند إعداد التقارير المالية والكفاءة المهنية والنزاهة والسرية والاستقلال) على مستخدمي التقارير المالية في محافظة النجف وأهم العوامل التي تعزز من زيادة الثقة في القوائم المالية المدققة. تم جمع البيانات من خلال توزيع 100 استبانة على عينة مؤلفة من مجموعة من مستخدمي القوائم المالية (الهيئة العامة للضريبة والهيئات والمنظمات الحكومية والمقرضين والمصارف) وتم اعتماد 85 استبانة لأغراض التحليل. استخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية في التحليل المتمثلة بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وإيجاد معامل الارتباط بين فرضيات الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط موجب بنسبة 63.8% بين الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للمدقق الخارجي وبين الثقة في القوائم المالية المدققة.

3. دراسة (نشوان، 2019) بعنوان:

"الصفات الشخصية وتأثيرها على جودة الأحكام المهنية لمدقق الحسابات الخارجي - دراسة ميدانية".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الصفات الشخصية (الأمانة، الحيادية والاستقلال، الكفاءة المهنية والفنية، الكرامة الشخصية والمهنية، السرية التامة) على جودة الأحكام المهنية التي يتمتع بها مدقق الحسابات الخارجي، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بإعداد استبانة ومن ثم توزيعها على عينة مكونة من 130 مدقق بقطاع غزة، وتمّ اعتماد 114 استبانة منها لأغراض التحليل. واستخدمت الدراسة أكثر من معادلة من المعادلات الإحصائية لاختبار صحة الفرضيات (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومن ثمّ اختبار t-Test)، وتوصلت إلى أن أكثر الصفات قدرة في التأثير على جودة الأحكام المهنية لمدقق الحسابات هي صفة الكفاءة المهنية والفنية، تليها صفة الحيادية والاستقلال، ثم في المرتبة الثالثة جاءت صفة الأمانة، وفي المرتبة الرابعة جاءت صفة الكرامة الشخصية والمهنية، وجاءت في المرتبة الأخيرة صفة السرية التامة.

4. دراسة (Tonye & James, 2017) بعنوان:

"Corporate Governance Failure and Enhancing Public Confidence in Audit Reports".

"فشل حوكمة الشركات وتعزيز ثقة الجمهور في تقارير التدقيق".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة فيما إذا كانت جودة التدقيق تعتمد على الصفات الشخصية للمدقق (الاستقلالية والنزاهة والموضوعية)، وأيضاً لمعرفة إذا كان فقدان المصداقية والثقة في تقرير التدقيق ناجماً عن انهيار حوكمة الشركات. تمّ جمع البيانات من خلال توزيع 40 استبانة على عينة عشوائية مؤلفة 25 مدقق حسابات في شركات التدقيق، و15 من مستخدمي التقارير المالية في البنوك والشركات الأخرى في نيجيريا. استخدمت الدراسة مربع كاي البسيط لاختبار الفرضيات، وتوصلت إلى أن الصفات الشخصية للمدقق الخارجي لها تأثير مباشر على جودة عملية التدقيق ومصداقيتها، وأن تحسين مصداقية القوائم المالية يعزز ثقة المستثمرين في تقرير التدقيق، وأيضاً تمّ اكتشاف أن فقدان الثقة في تقرير التدقيق ناجم عن انهيار حوكمة الشركات.

5. دراسة (Sari & Tiara, 2020) بعنوان:

"The Influence of Professionalism, Accountability, Competence, Auditor Independence, and Due Professional Care on Audit Quality at Public Accounting Firms in Medan".

تأثير الاحتراف والمساءلة والكفاءة واستقلالية المدققين والعناية المهنية الواجبة على جودة التدقيق في شركات المحاسبة العامة في ميدان".

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الاحتراف، والمساءلة، والكفاءة، واستقلالية المدققين، والعناية المهنية الواجبة على جودة التدقيق. تمّ جمع البيانات من خلال توزيع استبانة على عينة عشوائية مؤلفة من 109 مدقق حسابات في 18 شركة محاسبة عامة في ميدان، وتمّ اعتماد 66 استبانة منها لغايات التحليل. استخدمت الدراسة نموذج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات، وتوصلت إلى أن الاحترافية والمساءلة والكفاءة والعناية المهنية الواجبة لها تأثير كبير على جودة التدقيق في شركات المحاسبة العامة في ميدان، أما الاستقلالية ليس لها تأثير كبير على جودة التدقيق في هذه الشركات. كما توصلت إلى أنّه للعوامل الخمسة السابقة مجتمعةً في نفس الوقت تأثيراً كبيراً على جودة التدقيق في شركات المحاسبة العامة في ميدان.

6. دراسة (Bohlala, 2022) بعنوان:

"The Role of External Auditor in Enhancing Trust in the Accounting and Auditing Profession in Cyrenaica".

"دور المدقق الخارجي في تعزيز الثقة في مهنة المحاسبة والتدقيق في برقة".

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر دور المدقق الخارجي في دعم الثقة والمصداقية في المعلومات المحاسبية، ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث استبانة إلكترونية تمّ توزيعها على عينة مؤلفة من موظفي مصلحة الضرائب وموظفي قسم الائتمان في فروع بنك الوحدة، بالإضافة إلى المدققين وأساتذة المحاسبة في الجامعات في مدن برقة الكبرى (طبرق، ودرنة، والبيضاء، والمرج، وبنغازي، وأجدابيا). استخدمت الدراسة اختبار z-test لاختبار الفرضيات، وتوصلت إلى أن دور المدقق كان له أثر إيجابي في دعم الثقة في مهنة المحاسبة والتدقيق، إذ أن الرعاية المهنية للمدقق الخارجي كانت العامل الأكثر تأثيراً على

ثقة المستخدمين فيما يتعلق بمهنة المحاسبة والتدقيق، تليها كفاءة المدقق، أما استقلالية المدقق هي العامل الأقل تأثيراً على الثقة في مهنة المحاسبة والتدقيق.
التعقيب على الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة	أوجه الاختلاف مع الدراسة الحالية	أوجه التشابه مع الدراسة الحالية
دراسة (العازمي، 2012)	التعرف على أثر المدقق الخارجي في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية في بيت الزكاة الكويتي.	تم استخدام متغيرات هذه الدراسة المتمثلة في الكفاءة والاستقلالية كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين، مجتمع الدراسة (المدققين)، الأداة المستخدمة (الاستبانة).
دراسة (حافظ، 2016)	هدفت إلى التعرف على أثر الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للمدقق الخارجي على مستخدمي التقارير المالية، وأخذت عينة مكونة من مستخدمي القوائم المالية.	تم دراسة الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للمدقق الخارجي المتمثلة في الاستقلال والكفاءة المهنية كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين، الأداة المستخدمة (الاستبانة).
دراسة (النشوان، 2019)	هدفت إلى التعرف على أثر الصفات الشخصية لمدقق الحسابات الخارجي على جودة الأحكام المهنية.	تم استخدام متغيرات هذه الدراسة المتمثلة في الاستقلالية والكفاءة المهنية كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين، مجتمع الدراسة (المدققين)، الأداة المستخدمة (الاستبانة).
دراسة (Sari & Tiara, 2020)	هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على جودة التدقيق.	تم استخدام متغيرات هذه الدراسة المتمثلة في الاستقلالية والعناية المهنية الواجبة والكفاءة كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين،

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

مجتمع الدراسة (المدققين)، الأداة المستخدمة (الاستبانة).		
تمّ دراسة استقلال المدقق الخارجي كمتغير مستقل لدراسة أثره على ثقة المستثمرين، الأداة المستخدمة (الاستبانة).	هدفت إلى تعزيز ثقة المجتمع في تقارير التدقيق، وأخذت عينة مكونة من مجموعات مختلفة (المدققين ومستخدمي القوائم المالية).	دراسة (Tonye & James, 2017)
تمّ استخدام متغيرات هذه الدراسة المتمثلة في الكفاءة والاستقلالية والعناية المهنية الواجبة كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق، الأداة المستخدمة (الاستبانة).	تختلف هذه الدراسة في بيئة التطبيق، كما أخذت عينة مكونة من مجموعات مختلفة.	دراسة (Bohlala, 2022)

يتبين من مراجعة الدراسات السابقة أن هذه الدراسة تختلف عن بعض الدراسات السابقة بأن منها ما ركز على نوع محدد من المتغيرات أو متغيرين أو عدة متغيرات لدراسة أثرها سواء على جودة التدقيق أو مصداقية المعلومات المحاسبية، ومنها ما ركز على استعادة وتعزيز ثقة المجتمع بمهنة التدقيق. وتتشابه مع دراسة (Bohlala, 2022) في استخدام متغيرات هذه الدراسة كمتغيرات مستقلة لدراسة أثرها على ثقة المستثمرين وتختلف عنها في بيئة التطبيق وعينة البحث.

الإطار النظري للبحث:

1- مفهوم ثقة المستثمرين:

الثقة هي العامل الرئيس والعنصر الأساسي في عملية التدقيق الناجحة، إذ تضع الأسواق المالية والمستثمرون ثقتهم في تقارير المدققين على أساس استقلاليتهم. فإذا كانت هناك

شكوك حول استقلاليته، فسوف تتأثر موثوقية المعلومات المالية والمحاسبية. ويتمثل الهدف الرئيس للتدقيق المستقل في تزويد المستثمرين بتأكيد معقول يتجاوز تأكيدات الإدارة، بأن القوائم المالية معروضة عرضاً عادلاً وخالية من التحريفات الجوهرية ويمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الاستثمارية [6]. لذلك تكمن في صميم الثقة العلاقة بين شركات التدقيق والشركات التي يتم تدقيقها، إذ تعتبر العلاقة بين المدقق والشركة العملية أساسية للعديد من المخاوف بالنسبة إلى المستثمر، في حين أن المدقق يعتبر مستشاراً موثقاً لهذه الشركة إلا أن هذا يقلق المستثمرين، فيما إذا سيتحدى الإدارة ويبلغ عن مخاوفه في تقرير التدقيق. لذلك توجد الثقة عندما يكون المدققون مستقلين عن الشركات العميلة، ولديهم المهارات والكفاءة اللازمة لإجراء عملية التدقيق وفق القواعد والمبادئ ذات الصلة [7]، وأن المعلومات التي تدعم قراراتهم الاقتصادية دقيقة وشفافة ويحصلون عليها في نفس الوقت مثل أي شخص آخر [12]. وبناءً عليه فإن ثقة المستثمرين في عملية التدقيق وتقرير المدقق أمر مهم لأن أهمية المدقق واستدامته الاقتصادية تعتمدان على ثقة المستثمرين في عمله [21]. كما تؤدي ثقة المستثمرين دوراً مهماً في قبول وظائف التدقيق بوصفها خدمات ذات قيمة مضافة مما يضفي المصداقية على القوائم المالية المنشورة [13].

عرف Rezaee (2004) الثقة بأنها: "ضرورة شعور المستفيدين من خدمات التدقيق بوجود إطار عام للسلوك والأخلاق المهنية والمحاسبية المقدمة، وهي تشمل مجموعة من المبادئ والمعايير التي توفر الضمان والأمان والدقة في القوائم المالية التي تعدها الإدارة وتقدمها لمستخدميها".

2- السمات الشخصية لمدقق الحسابات الخارجي:

تتعلق المعايير العامة بالتكوين الشخصي للقائم بعملية التدقيق، والمقصود بهذه المعايير أن الخدمات المهنية يجب أن تقدم على درجة من الكفاءة المهنية بواسطة أشخاص مدربين، وتوصف هذه المعايير بأنها عامة لأنها تمثل مطالب أساسية نحتاج إليها لمقابلة معايير العمل الميداني وإعداد التقرير بصورة ملائمة، وتعتبر شخصية لأنها تنص على الصفات الشخصية التي يجب أن يتحلى بها المدقق الخارجي [3]. وبالتالي يمكن القول بأنه للحصول على تقرير يتضمن رأياً فنياً محايداً يجب على المدقق أن يتمتع بالاستقلالية وأن يكون على

درجة من الكفاءة، وأن يبذل العناية المهنية الواجبة ويتبع قواعد السلوك المهني المتعارف عليها عند القيام بعملية التدقيق [15].

استقلالية مدقق الحسابات الخارجي:

تعتبر استقلالية المدقق الخارجي ركيزة أساسية لمهنة التدقيق، وتتمثل في نزاهة واستقامة وموضوعية المدقق وعدم التعرض لأي ضغوط تمنعه من ممارسة عمله بنزاهة وأن يتمتع بكامل الحرية اتجاه الشركة محل التدقيق وألا يشاركهم في أعمالهم ويربطه مع الشركة محل التدقيق أي عقد عمل، وذلك حتى يتمكن من القيام بالتزاماته ومسؤولياته ويكتسب ثقة مستخدمي المعلومات المحاسبية [16].

فقد عرف مجلس مبادئ المحاسبة (APB) في عام 2010 الاستقلال بأنه " التحرر من المواقف والعلاقات التي تجعل من المحتمل أن يقوم طرف ثالث معقول ومستتير بأن يخلص إلى أن الموضوعية إما أن تكون قد تعرضت لانخفاض في القيمة أو يمكن إضعافها".

وقد صنفت قواعد السلوك الأخلاقي للمحاسبين القانونيين الصادرة عن الاتحاد الدولي للمحاسبين (IFAC, 2012) نطاق استقلال المدقق الخارجي إلى:

الاستقلال في العقل: يعني وجود حالة ذهنية تسمح بالتعبير عن استنتاج ما من دون أن تتأثر بالتهديدات التي تُعرض الحكم المهني للخطر، مما يتيح للفرد التصرف بنزاهة وممارسة الموضوعية والشك المهني.

الاستقلال في المظهر: يعني تجنب الوقائع والظروف ذات الأهمية الكبيرة بحيث من المرجح أن ينتهي طرف ثالث معقول ومستتير، مع مراعاة جميع الحقائق والظروف المحددة، إلى أن النزاهة والموضوعية أو الشكوك المهنية لمدقق الحسابات قد تعرضت للخطر.

كفاءة مدقق الحسابات الخارجي:

كفاءة المدقق هي المهارات الفنية المكتسبة في أثناء التدريب والتعليم الرسمي، والتقييم المهني والمشاركة في التدريب والندوات والمؤتمرات، وأيضاً تعني كفاءة المدقق أن المدقق لديه القدرة على العمل بفعالية وكفاءة، ونادراً ما يرتكب أخطاء، ولديه مهارة كبيرة في تنفيذ واجباته لدعم دقة المعلومات الواردة في تقرير التدقيق [15]. يجب أن يتمتع المدقق الخارجي بميزتين مهمتين -الاستقلالية والكفاءة- حيث إن لهما أثراً مهمّة على جودة التدقيق، وكلما

زادت كفاءة المدقق كانت جودة التدقيق أفضل [8]. وهذا يتطلب أن يكون لدى المدقق خبرة كافية ليتمكن من تنفيذ هذه الأنشطة والمهام وكذلك اكتشاف أي مخالفات في أداء الواجبات، بالإضافة إلى أن المدقق يجب أن يستمر في تعزيز معرفته وتطوير أدائه، كما يجب أن يكون على دراية بآخر التطورات في المهنة لتنمية تصوره ومعرفته، مما يسمح للمدققين بأداء مهام التدقيق بسهولة [18].

بذل العناية المهنية الواجبة:

يجب على المدقق ممارسة العناية المهنية المعقولة والضرورية عند إجراء عملية التدقيق والفحص بمراحلها المختلفة، بدءاً من مرحلة التخطيط وانتهاءً بإعداد التقرير، حتى يتحقق عنصر الثقة عند المستخدمين في عملية التدقيق. وذلك من خلال ما يلي: الالتزام بقواعد وأخلاقيات السلوك المهني، الالتزام بمعايير المحاسبة والتدقيق الصادرة عن المنظمات المهنية، الالتزام بنصوص القوانين، إسناد مهام التدقيق إلى المدققين المؤهلين علمياً وفنياً، وتحديد المجالات التي يجب أن تحظى باهتمام خاص [4]. وقد نشر مجلس معايير الأخلاقيات الدولية للمحاسبين (IESBA, 2021) متطلبات الكفاءة والعناية المهنية:

(أ) اكتساب المعرفة والمهارات المهنية والحفاظ عليها بالمستوى المطلوب لضمان حصول العميل أو المنظمة المستخدمة على خدمة مهنية مختصة، بناءً على المعايير الفنية والمهنية الحالية والتشريعات ذات الصلة.

(ب) التصرف بجدية ووفقاً للمعايير الفنية والمهنية المعمول بها.

الإطار العملي للبحث:

التحليل الوصفي Descriptive Analysis

لقد تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل بعد على حدة بحيث يشمل جميع المتغيرات فيه وتم ترتيب الفقرة ضمن المجموعة الواحدة والأهمية النسبية لها كما يلي:

القسم الأول من الاستبانة:

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

جدول رقم (1) بيانات الإحصاء الوصفي لعبارات كفاءة مدقق الحسابات

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	
			تكرار	تكرار	تكرار	تكرار	تكرار		
			%	%	%	%	%		
محايد	1.247	3.39	15	52	7	92	34	يجب أن يتمتع المدقق بالوعي والمعرفة ولديه المؤهلات الأكاديمية اللازمة.	1
			7.5	26	3.5	46	17		
أوافق	1.203	3.41	10	54	17	83	36	يجب أن يكون لدى المدقق سنوات من الخبرة المتعلقة بالعمل.	2
			5	27	8.5	41.5	18		
اوافق	0.880	3.41	3	34	51	102	10	نادراً ما يرتكب المدقق أخطاء عند تدقيق القوائم المالية.	3
			1.5	17	25,5	51	5		
أوافق	0.980	3.44	4	36	51	86	23	يجب أن يكون المدقق مختصاً في البرمجيات القائمة على التكنولوجيا.	4
			2	18	25.5	43	11.5		
أوافق	0.763	3.80	3	11	31	133	22	قدرة مدققي الحسابات على تحسين مهاراتهم وإتقانها.	5
			1.5	5.5	15.5	66.5	11		
أوافق	0.539	3.49	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للبعد الأول						

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

ولاختبار مقدار كفاءة مدقق الحسابات نختبر فرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة المدروسة ومتوسط المقياس (3)، باستخدام اختبار One-Sample t Test نجد ما يأتي:

الجدول (2) مخرجات اختبار One-Sample t Test

Test Value = 3							
المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة إحصائية T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig	الدالة إحصائية
كفاءة مدقق الحسابات	200	3.48	0.539	12.830	199	0.000	دالة إحصائية

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول (2) أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة (3.48) والانحراف المعياري (0.539)، وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من 0.05، إذاً نرفض فرضية العدم، ونجد دليلاً على فروق ذات معنوية إحصائية بين استجابات العينة المدروسة حول كفاءة مدقق الحسابات ومتوسط المقياس (3).

وبما أن المتوسط الحسابي (3.48) أكبر من متوسط الحياد (3)، فهو يدل على أن المدققين يؤيدون أنه يجب أن يتمتع المدقق بالكفاءة المهنية الكافية ليتمكن من القيام بمسؤولياته وواجباته كما هو مطلوب منه.

القسم الثاني من الاستبانة:

جدول رقم (3) بيانات الإحصاء الوصفي لعبارات استقلال مدقق الحسابات

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة	
			تكرار	تكرار	تكرار	تكرار	تكرار		
			%	%	%	%	%		
موافق	0.950	3.47	2	42	34	105	17	أن يكون المدقق عادل في تقديم المعلومات.	1
			1	21	17	52.5	8.5		
	1.050	3.40	7	44	33	95	21		2

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

محايد			3.5	22	16.5	47.5	10.5	المدقق قادر على مراعاة توازن المصالح بين جميع الأطراف.	
موافق بشدة	0.743	4.30	3	2	10	102	83	يتمتع المدقق باستقلالية فكرية في جميع الأمور المهنية.	3
موافق	1.012	3.53	6	38	21	114	21	بالإضافة إلى تقديم خدمات التدقيق، يمكن للمدقق تقديم خدمات محاسبية واستشارية لنفس العميل.	4
محايد	1.127	3.01	14	72	25	77	12	عدم تعرض المدقق لأي ضغط أو تدخل أثناء إعداد التقرير النهائي.	5
			موافق	0.453	3.54	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للبعد الثاني			

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

ولاختبار مقدار استقلالية مدقق الحسابات نختبر فرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة المدروسة ومتوسط المقياس (3)، باستخدام اختبار One-Sample t Test نجد ما يأتي:

الجدول (4) مخرجات اختبار One-Sample t Test

Test Value = 3							
المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة إحصائية T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig	الدالة
استقلال مدقق الحسابات	200	3.54	0.453	16.815	199	0.000	دالة إحصائية

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول (4) أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة (3.54) والانحراف المعياري (0.453)، وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من 0.05، إذًا نرفض فرضية العدم، ونجد دليلاً على فروق ذات معنوية إحصائية بين استجابات العينة المدروسة حول استقلال مدقق الحسابات ومتوسط القياس (3).

جدول رقم (5) بيانات الإحصاء الوصفي لعبارات العناية المهنية الواجبة للمدقق

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
تكرار	تكرار	تكرار	تكرار	تكرار	تكرار			
%	%	%	%	%	%			
51	92	25	30	2	3.80	1.017	أوافق	1
25.5	46	12.5	15	1				
37	117	21	24	1	3.82	0.888	أوافق	2
18.5	58.5	10.5	12	0.5				
54	119	15	10	2	4.06	0.796		3

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

أوافق			1	5	7.5	59.5	27	بذل العناية المهنية الواجبة عند التخطيط للعمل الميداني واختيار المساعدين والإشراف عليهم.	
أوافق	0.831	3.80	1	19	29	120	31	بذل العناية المهنية الواجبة في جمع الأدلة الكافية والمناسبة من الناحيتين الكمية والنوعية.	4
أوافق	0.515	4.16	0	1	10	145	44	بذل العناية المهنية الكافية عندما يقوم المدقق بإعداد التقرير وفقاً للمعايير.	5
أوافق	0.568	3.9	3	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للبعد الثالث					

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

وبما أن المتوسط الحسابي (3.54) أكبر من متوسط الحياد (3)، فهو يدل على أن المدققين يؤيدون أنه يجب أن يتمتع المدقق بالاستقلالية في العقل والمظهر وأن يتمتعوا بالموضوعية عند قيامهم بإعداد تقرير التدقيق.

القسم الثالث من الاستبانة:

ولاختبار مقدار العناية المهنية لمدقق الحسابات نختبر فرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة المدروسة ومتوسط المقياس (3)، باستخدام اختبار One-Sample t Test نجد ما يأتي:

الجدول (6) مخرجات اختبار One-Sample t Test

Test Value = 3							
المتغير	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة إحصائية T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية Sig	الدالة
العناية المهنية الواجبة	200	3.93	0.568	23.179	199	0.000	دالة إحصائية

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول (6) أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة (3.93) والانحراف المعياري (0.568)، وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من 0.05، إذاً نرفض فرضية العدم، ونجد دليلاً على فروق ذات معنوية إحصائية بين استجابات العينة المدروسة حول العناية المهنية الواجبة للمدقق ومتوسط المقياس (3).

وبما أن المتوسط الحسابي (3.93) أكبر من متوسط الحياد (3)، فهو يدل على أن المدققين يؤيدون أنه يجب أن يتمتع المدقق بالكفاءة المهنية الواجبة والالتزام بقواعد وأخلاقيات السلوك المهني والالتزام بمعايير المحاسبة والتدقيق الدولية.

القسم الرابع من الاستبانة:

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

جدول رقم (7) بيانات الإحصاء الوصفي لعبارات ثقة المستثمرين

الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات	
			تكرار	تكرار	تكرار	تكرار	تكرار		
			%	%	%	%	%		
أوافق	0.523	4.12	0	1	14	146	39	المعلومات الواردة في تقرير مدقق الحسابات سهلة الفهم وواضحة بالنسبة للمستثمرين.	1
			0	0.5	7	73	19.5		
أوافق	0.540	4.10	0	0	20	140	40	المعلومات الواردة في تقرير مدقق الحسابات كافية لاتخاذ القرارات الاقتصادية المناسبة.	2
			0	0	10	70	20		
أوافق	0.559	3.82	0	0	53	131	16	يمكن اعتماد المستثمرون على تقرير مدقق الحسابات لاتخاذ القرارات المناسبة.	3
			0	0	26,5	65.5	8		
أوافق	0.590	3.94	0	1	38	133	28	أدوات التدقيق التي يستخدمها	5
			0	0.5	19	66.5	14		

								مدقق الحسابات فعالة و مرضية بالنسبة للمستثمرين.	
			0	4	16	125	55	المعلومات الواردة في تقرير مدقق الحسابات تتسم بالموضوعية والحياد.	
أوافق	0.643	4.16	0	2	8	62.5	27.5		6
			أوافق	0.292	4.03	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للبعد الرابع			

ولاختبار مقدار ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق نختبر فرضية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات العينة المدروسة ومتوسط المقياس (3)، باستخدام اختبار One-Sample t Test نجد ما يأتي:

الجدول (8) مخرجات اختبار One-Sample t Test

Test Value = 3							
المتغير	الع دد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة إحصائية T	درجات الحرية Df	مستوى المعنوية sig	الدالة
ثقة المستثمري ن	20 0	4.03	0.292	49.661	199	0.000	دالة إحصائياً

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

نلاحظ من الجدول (8) أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة (4.03) والانحراف المعياري (0.292)، وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.000 وهي أقل من 0.05، إذاً نرفض فرضية العدم، ونجد دليلاً على فروق ذات معنوية إحصائية بين استجابات العينة المدروسة حول ثقة المستثمرين ومتوسط المقياس (3).

وبما أن المتوسط الحسابي (4.03) أكبر من متوسط الحياد (3)، فهو يدل على أن المدققين يؤيدون أنه يوجد ثقة لدى المستثمرين في تقرير مدقق الحسابات والمعلومات الواردة فيه.

اختبار فرضيات البحث:

لاختبار الفرضيات تم إجراء تحليل الانحدار البسيط:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستقلالية مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في سورية.

الجدول (9) النتائج الإحصائية باستخدام الانحدار الخطي للفرضية الأولى

المستويات			مؤشرات النموذج						ثقة المستثمرين
Sig	T	B	Durbin-Waston	Sig	F	df	R-Square	R	
0.000	27.715	3.714							(Constant)
0.020	2.349	0.089	2.304	0.020	5.517	199	0.027	0.165	كفاءة مدقق الحسابات

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على SPSS

نستنتج من الجدول أعلاه (9) أن القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار معنوية النموذج أصغر من مستوى دلالة 5%، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة المدقق على ثقة المستثمرين.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة مدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في سورية.

الجدول (10) النتائج الإحصائية باستخدام الانحدار الخطي للفرضية الثانية

المستويات			مؤشرات النموذج						ثقة المستثمري ن
Sig	T	B	Durbin- Waston	Sig	F	df	R- Square d	R	
0.000	23.22	3.767							(Constant)
0.110	1.605	0.073	2.349	0.110	2.577	199	0.013	0.113	استقلال المدقق

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على SPSS

نستنتج من الجدول أعلاه (10) أن القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار معنوية النموذج أكبر من مستوى دلالة 5%، وهذا يدل على عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستقلالية المدقق على ثقة المستثمرين.

الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعناية المهنية الواجبة لمدقق الحسابات على ثقة المستثمرين في سورية.

الجدول (11) النتائج الإحصائية باستخدام الانحدار الخطي للفرضية الثالثة

المستويات			مؤشرات النموذج						ثقة المستثمرين
Sig	t	B	Durbin- Waston	Sig	F	df	R- Squared	R	
0.000	25.061	3.519							(Constant)

أثر السمات الشخصية لمدقق الحسابات في تعزيز ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق
(دراسة ميدانية على مكاتب التدقيق في سورية)

العناية المهنية للمدقق	0.250	0.063	199	13.256	0.000	2.256	0.129	3.641	0.000
---------------------------	-------	-------	-----	--------	-------	-------	-------	-------	-------

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على SPSS

نستنتج من الجدول أعلاه (11) أن القيمة الاحتمالية لإحصائية اختبار معنوية النموذج أصغر من مستوى دلالة 5%، وهذا يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للعناية المهنية للمدقق على ثقة المستثمرين.

النتائج والتوصيات:

بناءً على الدراسة العملية تم التوصل إلى النتائج التالية:

1- وافق مدققو الحسابات على أنه يجب أن يتمتع المدقق بالكفاءة المهنية للقيام بالمهام المطلوبة منه وفقاً للقوانين والمعايير ذات الصلة، مما يزيد من ثقة المستثمرين في مهنة التدقيق وعمل المدقق الخارجي، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة المدقق على ثقة المستثمرين، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Bohlala (2022، دراسة (Sari & Tiara, 2020)، العازمي (2012)، نشوان (2019).

2- أدرك المدققون لأهمية استقلال المدقق تماماً عن عميل التدقيق، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستقلالية المدقق على ثقة المستثمرين، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة (Bohlala (2022، دراسة (Sari & Tiara, 2020).

3- أيد مدققو الحسابات أنه يجب على مدققي الحسابات التقيد بقواعد وأخلاقيات السلوك المهني والالتزام بمعايير المحاسبة والتدقيق الدولية، وأنه يجب على المدقق بذل العناية المهنية الواجبة عند قيامه بعمله بدءاً من مرحلة تخطيط العمل الميداني والإشراف عليه وانتهاءً بإعداد التقرير، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للعناية المهنية للمدقق على ثقة المستثمرين وتتفق هذه النتيجة مع نتائج

دراسة (Bohlala (2022)، الحافظ (2016)، دراسة (Sari & Tiara, 2020)،
العازمي (2012).

استناداً إلى ما تقدم يوصي هذا البحث بما يلي:

1- التأكيد على أن يحرص مدققو الحسابات على استقلالهم وحيادهم حفاظاً على كسبهم ثقة مستخدمي التقارير المالية وأصحاب المصلحة، والتشديد في تطبيق العقوبات على المدققين المخالفين لأداب وسلوك المهنة، وذلك من خلال الفصل بين تقديم المدقق لخدمة التدقيق والخدمات الأخرى لنفس العميل بحيث تخصص مكاتب التدقيق في سورية بجزء منها في مجال تقديم خدمات التدقيق والجزء الآخر في مجال الخدمات الأخرى، والتناوب الإلزامي لشركات التدقيق، وأيضاً تعيين المدقق وتحديد أتعابه من قبل لجان التدقيق.

2- التركيز على التعليم والتدريب المستمر من قبل الجهات التنظيمية للمهنة لضمان الوصول إلى الكفاءة المهنية اللازمة والمطلوبة عند القيام بعملية التدقيق والحفاظ عليها لمواكبة التحديثات في المهنة ومعاييرها، وذلك من خلال إقامة دورات تدريبية بشكل مستمر لتعزيز معرفة المدقق بكل التطورات التي تطرأ على المهنة ولتطوير أدائه خاصة فيما يتعلق بمجال التكنولوجيا.

المراجع المستخدمة باللغة العربية :

(1) الصبوح، محمد. (2015). دور معايير التدقيق الدولية في تقليل فجوة توقعات التدقيق (دراسة ميدانية في سورية). رسالة ماجستير، قسم المحاسبة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق: سورية.

(2) العازمي، وليد. (2012). أثر مدقق الحسابات الخارجي في تحسين مصداقية المعلومات المحاسبية في بيت الزكاة الكويتي. رسالة ماجستير، قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط: الأردن.

(3) نشوان، إسكندر. (2019). الصفات الشخصية وتأثيرها على جودة الأحكام المهنية لمدقق الحسابات الخارجي - دراسة ميدانية. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال. المجلد (15). العدد (3).

(4) حافظ، لآلى. (2016). الأبعاد الأخلاقية والاجتماعية للتدقيق الخارجي وأثرها على مستخدمي التقارير المالية - دراسة تطبيقية لمستخدمي القوائم المالية. مجلة الغزي للعلوم الاقتصادية والإدارية. المجلد (1). العدد (27).

المراجع المستخدمة باللغة الأجنبية:

5) Asmara, R 2019 Effect of Complexity, Due Proffesional Care and Auditor Ethics on Audit Quality at Public Accountant Offices in South Jakarta, EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) Peer Reviewed Journal. Vol.5, No. 12, pp. 18-25.

6) Bohlala, H 2022 **The Role of External Auditor in Enhancing Trust in the Accounting and Auditing Profession in Cyrenaica**. Doctoral dissertation, Business Administration. Alliant International University.

7) Centre for Audit Quality (CAQ). (2011). Guide to Public Company Auditing.

8) Financial Reporting Council (FRC). (2016). Enhancing Confidence in the Value of Audit, A Research Report Commissioned by the Financial Reporting Council.

9) Fossung, M; La Fortune, M 2019 External Audit and Quality of Accounting and Financial Information in Cameroonian Companies, European Journal of Accounting, Auditing and Finance Research. Vol. 7, No. 3, pp. 55-72.

10) International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA). (2021). Handbook of the International Code of Ethics for Professional Accountants. New York: International Federation of Accountants (IFAC).

- 11) International Federation of Accountants (IFAC), 2012,” Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountants”, Published Jul 30, p. 46-47, [read on 12.02.2013], Available at: <http://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/2012-IESBAHandbook.pdf>.
- 12) Law, P 2010 The Influence of The Types of NAS Provisions and Gifts Hospitality on Auditor Independence. International Journal of Accounting and Information Management. Vol. 18, No. 2, pp. 105-117.
- 13) Musyoka, A 2012 **The Effect of the Existence of Audit Exception Gap on Investor Confidence in the Nairobi Securities Exchange**. Master thesis, Business Administration. Nairobi University.
- 14) Rezaee, Z 2004 Restoring public trust in the accounting profession by developing anti-fraud education, programs, and auditing, Managerial Auditing Journal. Vol. 19, No. 1, pp. 134-148.
- 15) Sari, D; Tiara, S 2020 Pengaruh Profesionalisme, Akuntabilitas, Kompetensi, Independensi Auditor, dan Due Profesional Care Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik di Medan, Journal of Trends Economics and Accounting Research. Vol. 1, No. 1, pp. 18-22.
- 16) Sari, N; Susanto, A 2018 The Effect of Auditor Competency and Work Experience on Information System Audit Quality and Supply Chain (Case Study: Indonesian Bank), International Journal of Supply Chain Management. Vol.7, No. 5, pp. 747-750.
- 17) Salehi, M; Mansoury, A and Azary, Z 2009 Audit Independence and Expectation Gap: Empirical Evidences from Iran, International Journal of Economics and Finance. Vol. 1, No. 1, pp. 165-174.
- 18) Singgih, E; Bawono, I 2010 Pengaruh Independensi, Pengalaman, Due Professional Care and Akuntabilitas Terhadap Kualitas Audit (Studi pada Auditor di KAP “Big Four” di Indonesia), Journal of Trends Economics and Accounting Research. Vol. 1, No. 1, pp. 1-24.

- 19) Sugiarmini, N; Datrini, L 2017 Pengaruh Skeptisme Professional, Independensi, Kompetensi, Etika, dan Role Stress Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor BPK RI Perwakilan Provinsi Bali, Journal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi. Vol. 9, No. 1, pp. 1-14.
- 20) The Auditing Practices Board (APB) (2011). APB Ethical Standard. London: FRC.
- 21) Tonye, O; James, O. 2017 Corporate Governance Failure and Enhancing Public Confidence in Audit Reports, International Journal of Innovative Finance and Economics Research. Vol. 5, No. 4, pp. 23-39.
- 22) Zakari, Y; Emmanuel, O 2021 Enhancing Public Confidence in Audit Report of Listed Companies in Nigeria through Forensic Audit, Journal of Forensic Accounting and Fraud Investigation (JFAFI). Vol. 6, No. 1, pp. 83-103.

تخطيط المسار الوظيفي وعلاقته بالتميز المؤسسي

"دراسة ميدانية على عينة من أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص"

إشراف : أ . د . أسامة نايف الفراج

إعداد : بشرى محمد حسن

الملخص

هدف البحث إلى تحديد مستوى تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي والعلاقة بينهما، كما هدف إلى تعرّف الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة على استبانتي تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي تبعاً لمتغيري البحث: المرتبة العلمية ونوع الكلية (التطبيقية والنظرية). وتكونت العينة من (195) عضواً من أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص تم اختيارهم بطريقة طبقية عشوائية. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وصممت استبانتان لجمع البيانات، الأولى: من أجل معرفة واقع تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص وتكونت من (29) بنداً. أما الثانية: لمعرفة مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص وتكونت من (30) بنداً. وأظهر البحث النتائج التالية: أنّ قيمة المتوسط الحسابي كانت بدرجة متوسطة بالنسبة لإجابات أعضاء الهيئة الفنية فيما يخص بنود استبانة تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي. كما أنه يوجد علاقة ارتباطية بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي. وعدم وجود فروق في إجابات الهيئة الفنية بالنسبة لتخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي تبعاً لمتغيرات البحث: المرتبة العلمية والكلية (التطبيقية، النظرية).

الكلمات المفتاحية: تخطيط المسار الوظيفي، التميز المؤسسي.

«Career path planning and its relationship to institutional excellence:

A field study on a sample of members of the technical staff in the colleges of Homs University»

Abstract

The research aimed to determine the level of career path planning and institutional excellence and the relationship between them. It also aimed to identify the differences between the averages of the sample members' estimates on the career path planning and institutional excellence questionnaires according to the two research variables: academic rank and type of college (applied and theoretical). The sample consisted of (195) members of the technical staff in Faculties of Homs University. To achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive analytical method and designed two questionnaires to collect data. The first: in order to know the reality of career path planning in the colleges of Homs University, and it consisted of (29) items. The second: to determine the level of institutional excellence in the colleges of Homs University, and it consisted of (30) items.

The study showed the following results:

The research showed the following results: The arithmetic mean value was moderate for the answers of the technical staff members regarding the items of the career path planning and institutional excellence questionnaire. There is also a correlation between career path planning and institutional excellence. There were no differences in the answers of the technical staff regarding career path planning and institutional excellence according to the research variables: academic and college rank (applied, theoretical).

Keywords: career path planning, institutional excellence.

مقدمة البحث

تُعدّ الجامعات مركزاً مهماً ورئيسياً للمعلومات والمعرفة بمختلف أنواعها وهي قمة هرم المؤسسات التربوية والتعليمية في جميع أنحاء العالم، وفي الجامعة يتبلور فكر المتعلمين ويوظف إنتاجهم تبعاً لتخصصاتهم المختلفة، ومن نتائج هذه المؤسسة تتأثر بقية الصروح الأخرى التعليمية وغير التعليمية، كما يعتمد نجاح أي تعليم جامعي على مدى ما يتوفر من عناصر جيدة من أعضاء الهيئة التعليمية، فجودة التعليم الذي تقدمه الجامعة يرتبط بشكل مباشر بأعضاء الهيئة الفنية ومستوى أدائهم لعملهم. لذا فإن عضو الهيئة الفنية الكفاء يعد أحد الركائز الأساسية للجامعات باعتباره واحد من أهم العناصر القادرة على إحداث التغيير والتطوير.

كفاءة عضو الهيئة الفنية وحماسه للعمل تعتمد على كفاءة الجامعة وتميزها في تحقيق أهدافه وتلبية طموحاته المهنية، لقد أصبح المورد البشري أساس عملية التطوير والتميز في أي مؤسسة، كما أصبح تخطيط المسار الوظيفي سمة مرتبطة بتحقيق الطموحات الوظيفية، وبالتقدم والنمو لكل من الموارد البشرية العاملة والمؤسسات التعليمية. لذلك أصبحت عملية تخطيط المسار الوظيفي مطلباً حيوياً لتحقيق أهداف كل منها، حيث أن اهتمام المؤسسات وخاصة الجامعية منها بتخطيط المسار الوظيفي وتوفير فرص التقدم الوظيفي لموظفيها يؤدي إلى تكوين قوى عاملة بشرية منتجة، ويساهم في تحفيزهم من خلال تعريفهم بالفرص الوظيفية المتاحة في المؤسسة مستقبلاً مما يعزز الاستقرار الوظيفي (شبلي ومحضر، 2022، 98)

كل ما سبق يسهم بشكل حتمي بالارتقاء بالجامعات والوصول بها إلى التميز الذي أصبح ضرورة ملحة في عصر المعرفة والانفتاح، والذي لم يعد يقبل بموارد بشرية نمطية وروتينية وإنما يعتمد على العناصر التي تتسم بالتميز والتطور المستمر، لذا أصبح التوجه الحديث للجامعات اليوم ليس البحث عن التفوق والتميز فقط، بل في كيفية المحافظة عليه لفترات طويلة في جميع أركان المؤسسة من ثقافة، واستراتيجية، وقيادة، وموارد بشرية عاملة ذات كفاءة وطموحات وظيفية، وبذلك أصبحت عمليات إدارة وتنمية الموارد البشرية ولا سيما تخطيط المسار الوظيفي لأعضاء الهيئة الفنية تلعب الدور الفاعل في التميز المؤسسي

للجامعات وبلوغ غاياتها والوصول إلى مكانة علمية متميزة بين الجامعات من خلال ما يقوم به الأعضاء من مهام بأعلى مستوى من الكفاءة والفعالية. وهذا ما اهتمت به الباحثة في هذه الدراسة التي تحاول معرفة العلاقة بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي لدى أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص في مدينة حمص.

مشكلة البحث

تتضح مشكلة البحث من خلال النقاط التالية:

- الملاحظة الشخصية للباحثة التي تعمل كعضو هيئة فنية في جامعة حمص، حيث تبين لها من خلال عملها أن واقع التخطيط للمسار الوظيفي في الجامعة لم يبلغ الطموحات المأمولة، ولا يزال أعضاء الهيئة الفنية في الجامعة يعانون قصوراً في فرص الترقى والنمو الوظيفي بسبب الصعوبات التي تحكم ترفيعات هذه الفئة من العاملين بالجامعة من (عدم وجود شواغر في الجامعة؛ عدم وجود اعتماد مالي للترفيع؛ عدم احتساب بعض المؤهلات العلمية أو الدورات التدريبية للعضو في الترفيعات).
- وعلى الرغم من البرامج المتنوعة التي تقدمها الجامعة لتطوير وتنمية قدرات أعضاء الهيئة الفنية مثل (استخدام التكنولوجيا في التدريس؛ نظام الامتحانات وتقويم الطلاب؛ معايير الجودة في العملية التعليمية؛ النشر الدولي والبحوث العلمية؛ أخلاقيات البحث العلمي وغيرها) إلا أنّ هذه البرامج تبقى بمعزل الربط بين طموحات وتطلعات أعضاء الهيئة الفنية واحتياجات الجامعة وأهدافها، وبما يؤدي إلى المواءمة الحقيقية بين الفرد والوظيفة والجامعة، وفي الوقت ذاته بين الأهداف الفردية والتنظيمية، كما لا يزال مستوى ممارسة تخطيط المسار الوظيفي يتم بصورة متوسطة وهذا ما أكدته نتائج دراسات (الغامدي، 2013)، واللذان أكدتا على ضرورة الارتقاء بتخطيط المسار الوظيفي للعاملين في مؤسسات التعليم العالي، وعلى زيادة مستوى دعم تطبيقه؛ لأهميته في إعداد الكفاءات المؤهلة والمتفوقة ومن ثم المحافظة عليها. وحيث أكد (مهدي، 2011) أن معاناة الموارد البشرية

بسبب سوء تخطيط مسارهم الوظيفي تؤثر سلباً على جودة ومستوى أدائهم الوظيفي، وتزداد الإشكالية في الجامعات لتعدد الجهات المسؤولة عن وظائف الموارد البشرية التي تعمل بمعزل عن بعضها البعض، وما يواجه الموظفون من مشاكل في مسارهم الوظيفي كعدم تطابق التسمية الوظيفية مع المهام الوظيفية، وعدم احتساب بعض الدورات التدريبية في الترقيات الوظيفية، وممارسة الدوران الوظيفي دون تخطيط لدعم المسار الوظيفي للموظف.

• قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية في الفصل الأول من العام الدراسي 2023-2024 على عينة من أعضاء الهيئة الفنية في جامعة حمص للتعرف على المشكلات التي تواجههم في كلياتهم ولاسيما المتعلقة منها بمسارهم الوظيفي، وكانت من أهم هذه المشكلات التي تم تحديدها بعد الدراسة: صعوبة التنسيق بين متطلبات العمل ومتطلبات البحث العلمي؛ قلة المعرفة بالمهام والحقوق الخاصة بوظائفهم؛ ضعف القدرة على إنجاز المهام المطلوبة خلال المدة المحددة؛ انعدام البرامج التوجيهية لتعريفهم بمهامهم عند البدء بالعمل؛ عدم القدرة على الحصول على المؤهلات العلمية المطلوبة للترقية في الوقت المحدد بسبب الضغوط الوظيفية.

ويتضح مما سبق أن معظم المشكلات المذكورة ناتجة عن غياب التخطيط للمسار الوظيفي من قبل أعضاء الهيئة الفنية من جهة ومن قبل الجامعة من جهة أخرى، الأمر الذي قد ينعكس سلباً على مستوى التميز المؤسسي. من خلال ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث بالسؤال الرئيس التالي:

«ما علاقة تخطيط المسار الوظيفي بالتميز المؤسسي من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في جامعة حمص؟».

ومن خلال السؤال الرئيس لمشكلة البحث يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما مستوى تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية؟

2. ما مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية؟

3. هل توجد علاقة ارتباطية بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي لدى أعضاء الهيئة الفنية؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفقاً لمتغيرات الرتبة العلمية والكلية (التطبيقية والنظرية)؟

5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على استبانة التميز المؤسسي وفقاً لمتغيرات الرتبة العلمية والكلية (التطبيقية والنظرية)؟

أهمية البحث

لهذا البحث أهمية نظرية وأهمية تطبيقية، حيث تكمن الأهمية النظرية في الجوانب الآتية:

الأهمية النظرية

- أهمية تخطيط المسار الوظيفي كأحد أساليب إدارة وتنمية الموارد البشرية في المؤسسات، والذي يسهم في تحقيق أهداف كل من المؤسسة التعليمية الجامعية والموارد البشرية العاملة بها.

- أهمية التميز المؤسسي الذي يُعدّ واحداً من الأهداف الاستراتيجية التي تسهم في جودة وتميز الأداء والتي تسعى المؤسسات الحكومية والتعليمية لتحقيقه، وهو يمثل ضرورة حيوية للجامعات التي تسعى إلى التقدم في التصنيفات العالمية، وتعزيز الميزة التنافسية، وتحقيق الاعتماد الأكاديمي.

- إثراء المعرفة العلمية لهذا النوع من الدراسات في مجال العلوم الإدارية بصفة عامة ومجال إدارة الموارد البشرية بصفة خاصة، وفتح مجالات البحث العلمي في هذا الموضوع وفقاً لنتائج الدراسة.

أما الأهمية التطبيقية فتتجلى من خلال ما يأتي:

• الأهمية التطبيقية

- قد تسهم نتائج البحث في مساعدة أصحاب القرار في الجامعات السورية بصورة عامة، وجامعة حمص خاصة، باتخاذ الإجراءات اللازمة لتخطيط المسار الوظيفي لأعضاء الهيئة الفنية باعتبارهم أساتذة المستقبل والذين يقع عليهم العبء الكبير في تطوير التعليم الجامعي.
- يتناول البحث في جانبه التطبيقي مجتمعاً بحثياً قلما يتم تناوله في الأبحاث العلمية وهم أعضاء الهيئة الفنية في الجامعات على الرغم من دورهم الفعال في العملية التعليمية والعلمية.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى ما يلي:

1. تحديد مستوى تخطيط المسار الوظيفي لدى أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص.
2. تحديد مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية.
3. تعرّف العلاقة بين تخطيط المسار الوظيفي ببعديه المدخل الفردي (وضوح مفهوم المسار الوظيفي- الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي) والمدخل التنظيمي (استراتيجيات الإدارة الممارسة- البيئة التنظيمية الإدارية) والتميز المؤسسي بمحاوره (القيادة، الموارد البشرية، العمليات) من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص.
4. الكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات أفراد العينة على أداتي البحث: تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي تعزى لمتغيري: (نوع الكلية-المرتبة العلمية).

فرضيات البحث: تم التحقق من الفرضيات عند مستوى الدلالة (0.05).

1. لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي لدى أعضاء الهيئة الفنية.

2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفق متغير المرتبة العلمية.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي وفق متغير المرتبة العلمية.
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية).
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية).

منهج البحث

استخدم في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي لكونه المنهج المناسب لأهداف البحث. ويعرفه (عبيدات، 2003) بأنه: "نمط البحث الذي يسهم بتزويدنا بالمعلومات اللازمة لتقدير وضع الظاهرة المدروسة تقديراً موضوعياً، ومن ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها للوصول إلى النتائج التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف البحث المرجوة".

مجتمع البحث وعينه

تكون مجتمع البحث من جميع أعضاء الهيئة الفنية في كليات جامعة حمص خلال الفصل الثاني من العام الدراسي 2023-2024، والبالغ عددهم (393) عضواً.

عينة البحث: تم تطبيق البحث على عينة مكونة من (195) عضواً تم اختيارهم بطريقة طبقية عشوائية من كليات جامعة حمص وبنسبة تتفق مع نسبتهم في المجتمع الأصلي. وتم الاعتماد في تحديد حجم العينة على معادلة ستيفن ثامبسون. كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (1) توزيع مجتمع البحث وعينه حسب متغيري البحث

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة
المجتمع	المرتبة العلمية	34	8.7%
	مدير أعمال		

%33.8	133	مشرف أعمال		
%57.5	226	قائم بالأعمال		
%100	393	المجموع		
%89.8	353	تطبيقية	الكلية	
%10.2	40	نظرية		
%100	393	المجموع		
%8.7	17	مدير أعمال	المرتبة العلمية	العينة
%33.8	66	مشرف أعمال		
%57.5	112	قائم بالأعمال		
%100	195	المجموع		
%89.8	175	تطبيقية	الكلية	
%10.2	20	نظرية		
%100	195	المجموع		

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

حدود البحث

1. الحدود البشرية: اقتصر البحث على أعضاء الهيئة الفنية (مديري أعمال- مشرفين على الأعمال-القائمين بالأعمال)القائمين على رأس عملهم في كليات جامعة حمص خلال العام الدراسي 2023-2024م.
2. الحدود المكانية:تم تطبيق البحث في كليات جامعة حمص النظرية والتطبيقية.
3. الحدود الزمانية:تم تطبيق البحث خلال الفصل الدراسي الثاني للعام 2023-2024م.
4. الحدود الموضوعية: حيث تتلخص بمعرفة علاقة تخطيط المسار الوظيفي لأعضاء الهيئة الفنية في جامعة حمص من خلال محاوره (وضوح المسار الوظيفي-الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي- استراتيجيات الادارة الممارسة- البيئة التنظيمية الإدارية) في تحقيق التميز المؤسسي من خلال محاوره (القيادة، الموارد البشرية، العمليات).

أدوات البحث

صدق استبانة كل من تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي وثباتهما

صدق الاستبانة: تمت دراسة الصدق من خلال:

• صدق المحتوى:

للتأكد من صدق المحتوى للاستبانة قامت الباحثة بعرضها في صورتها الأولية على مجموعة من السادة أعضاء الهيئة التعليمية في كلية التربية بجامعة حمص، من أجل تحكيمها، وطلبت منهم إبداء الرأي حول:

- وضوح بنود الاستبانة.
 - جودة الصياغة اللغوية.
 - مدى ارتباط كل بند بالمحور الرئيسي المحدد لها.
 - تعديل أو حذف بعض البنود، وإضافة ما يرويه مناسباً.
- أخذت الباحثة بآراء السادة المحكمين التي تتناسب مع أهداف الدراسة، والتي تجلت في معظمها بـ:
- تعديل صفحة البيانات الأساسية، واختصار ما ورد فيها من شرح مفصل لمضمون الاستبانة.
 - حذف بعض البنود غير الواضحة.
 - تعديل الصياغة اللغوية لبعض البنود لتكون أكثر إيجابية.
- وبعد إجراء التعديلات المقترحة، تم التوصل إلى استبانة مؤلفة من (29) بنداً موزعة على أربعة محاور فيما يتعلق بتخطيط المسار الوظيفي، واستبانة مؤلفة من (30) بند موزعة على ثلاثة محاور فيما يتعلق بالتميز المؤسسي.
- الصدق البنوي:** قامت الباحثة بتوزيع الاستبانتين على عينة استطلاعية مؤلفة من (32) عضو هيئة فنية من خارج حدود عينة الدراسة الأساسية في جامعة حمص، وتم التحقق من الصدق البنوي لكل من الاستبانتين من خلال حساب معامل ارتباط كل بند من بنود الاستبانتين بالدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه. والجدول (2) يوضح معاملات الارتباط الناتجة:

جدول (2) معاملات ارتباط كل بند من بنود الاستبانة بالدرجة الكلية للبُعد الذي ينتمي

إليه

المتغير	محاور الاستبانة	حدود معاملات الارتباط	Sig.	النتيجة
تخطيط المسار الوظيفي	وضوح مفهوم المسار الوظيفي	(-0.527) (0.861)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
	الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي	(-0.492) (0.917)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
	استراتيجيات الإدارة الممارسة	(-0.617) (0.864)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
	البيئة التنظيمية الإدارية	(-0.566) (0.967)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
التميز المؤسسي	القيادة	(-0.583) (0.874)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
	الموارد البشرية	(-0.618) (0.934)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01
	العمليات	(-0.637) (0.968)	.000	جميع البنود ذات اتساق معنوي عند مستوى دلالة 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يُلاحظ من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط البنود بالدرجة الكلية لمحور تخطيط المسار الوظيفي الذي تنتمي إليه تراوحت ما بين (0.967 - 0.492) وهي معاملات ارتباط جيدة ودالة إحصائياً عند (0.01) مما يدل على أن كل بند من بنود الاستبانة متسق مع المحور الذي تنتمي إليه. وبالتالي فإن الاستبانة تتصف بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، ما يدل على صدقها البنوي.

كما يُلاحظ من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط البنود بالدرجة الكلية لمحور التميز المؤسسي الذي تنتمي إليه تراوحت ما بين (0.583-0.968) وهي معاملات ارتباط جيدة ودالة إحصائياً عند (0.01) مما يدل على أن كل بند من بنود الاستبانة متسق مع المحور الذي تنتمي إليه. وبالتالي فإن الاستبانة تتصف بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، ما يدل على صدقها البنوي.

- ثبات الاستبانة: قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبانة بالطرائق الآتية:

- طريقة التجزئة النصفية:

لحساب ثبات الاستبانة بهذه الطريقة قامت الباحثة بتقسيم بنودها إلى نصفين، يضم النصف الأول البنود ذوات الأرقام الفردية، ويضم النصف الثاني البنود ذوات الأرقام الزوجية، ثم حُسب معامل الارتباط بيرسون بين النصفين الأول والثاني، وبما أن الثبات بهذه الطريقة يمثل ثبات نصف الاستبانة لذلك صحح بمعادلة سبيرمان براون، والجدول (3) يوضح معاملات الثبات بهذه الطريقة.

- طريقة الفاكرونباخ:

حُسب معامل الثبات باستخدام طريقة الاتساق الداخلي بين بنود الاستبانة، والجدول (3) يوضح معاملات الثبات بهذه الطريقة.

الجدول (3) نتائج معاملات ثبات الاستبانة

المتغير	محاور الاستبانة	عدد البنود	معادلة ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية
تخطيط المسار الوظيفي	وضوح مفهوم المسار الوظيفي	7	0.824	0.758
	الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي	5	0.936	0.859
	استراتيجيات الإدارة الممارسة	10	0.914	0.923

0.771	0.869	7	البيئة التنظيمية الإدارية	التميز المؤسسي
0.927	0.965	29	الدرجة الكلية	
0.721	0.796	10	القيادة	
0.769	0.835	10	الموارد البشرية	
0.813	0.873	10	العمليات	
0.885	0.942	30	الدرجة الكلية	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يُلاحظ من الجدول السابق أن استبانة تخطيط المسار الوظيفي تتصف بمعاملات ثبات جيدة، حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ ما بين $(-0.824 - 0.965)$ ، وتراوحت بطريقة التجزئة النصفية ما بين $(-0.758 - 0.927)$ ، وجميعها قيم عالية إحصائياً، وتشير إلى أن الاستبانة تتصف بدرجة عالية من الثبات، وبذلك تصبح الاستبانة جاهزة للتطبيق على عينة البحث.

كما يُلاحظ من الجدول السابق أن استبانة التميز المؤسسي تتصف بمعاملات ثبات جيدة، حيث تراوحت قيم معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ ما بين $(-0.796 - 0.942)$ ، وتراوحت بطريقة التجزئة النصفية ما بين $(-0.721 - 0.885)$ ، وجميعها قيم عالية إحصائياً، وتشير إلى أن الاستبانة تتصف بدرجة عالية من الثبات، وبذلك تصبح الاستبانة جاهزة للتطبيق على عينة البحث.

نموذج البحث

تم وضع نموذج البحث انطلاقاً من الاطلاع على الدراسات السابقة وعنوان البحث المتمثل في علاقة تخطيط المسار الوظيفي بالتميز المؤسسي من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في جامعة حمص، وقد اشتمل النموذج على المتغيرات التالية:

- 1- **المتغير المستقل:** ويتمثل في تخطيط المسار الوظيفي ويتضمن مدخلين هما المدخل الفردي والمدخل التنظيمي في تخطيط المسار الوظيفي، فالمدخل الفردي يتضمن بعدين هما وضوح مفهوم المسار الوظيفي والإعداد لتخطيط المسار الوظيفي أما المدخل التنظيمي فيضم بعدين هما استراتيجيات الإدارة الممارسة والبيئة التنظيمية الادارية.
- 2- **المتغير التابع:** ويتمثل في التميز المؤسسي بمحاوره (القيادة، الموارد البشرية، العمليات).

التعريفات الاصطلاحية والاجرائية:

يعرّف **تخطيط المسار الوظيفي** اصطلاحياً بأنه: عملية مشتركة بين الفرد والمنظمة تتضمن إعداد وتهيئة العامل للانتقال عبر مراحل سير متصاعدة، وتنتقل به من وظيفة إلى أخرى مماثلة أو أعلى منها بحسب قدراته ورغباته وحسب احتياجات المنظمة مع تحديد احتياجات كل مرحلة من هذه المراحل، والتوقيت الزمني المتوقع لها (المغربي والعنقري، 2015، 210).

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه: خطة مدروسة من قبل الفرد يحدد من خلالها الفرص والاختيارات المتاحة بالإضافة للمعوقات وما هي أهم أهدافه المرتبطة بمساره الوظيفي، ليضع فيما بعد تصوراً للخبرات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف.

ويعرّف **التميز المؤسسي:** هي حالة من حالات الإبداع الإداري والتفوق التنظيمي تحقق مستويات عالية غير عادية من الأداء والتنفيذ للعمليات الإنتاجية والتسويقية والمالية وغيرها في المنظمة، بما ينتج عنه نتائج وإنجازات تتفوق على ما يحققه المنافسون، ويرضى عنه العملاء وكل أصحاب المصلحة في المنظمة (السلمي، 2002، 108).

وتعرفه الباحثة إجرائياً بأنه: أحد أنواع التفوق الإداري بهدف تحقيق مستويات عالية في أداء إدارات جامعة حمص في مجالات (القيادة، الموارد البشرية، العمليات) بما يسهم بالوصول إلى إنجازات عالية ترضي الطلبة والعاملين في الجامعة.

دراسات السابقة

أولاً: الدراسات المتعلقة بتخطيط المسار الوظيفي

1. دراسة أمير محمد علي المؤمن (2015) بعنوان: أثر تخطيط المسار الوظيفي في رفع كفاءة الأداء، دراسة حالة جامعة دنقلا، رسالة دكتوراه.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر تخطيط المسار الوظيفي في رفع كفاءة أداء العاملين، وللتعرف على هذا الأثر عمد الباحث إلى جمع معلوماته باستخدام كل من المقابلة والاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخطيط المسار الوظيفي وكفاءة أداء العاملين بجامعة دنقلا. ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة النقل والترقية وكفاءة الأداء للعاملين بجامعة دنقلا.

2. دراسة وادي وماضي (2007) بعنوان: تخطيط المسار الوظيفي للمدراء في الجامعة الإسلامية بغزة.

هدفت الدراسة إلى تعرّف عملية تخطيط المسار الوظيفي في الجامعة، والعناصر المؤثرة في اختيار المدير لوظيفته، كما هدفت لتحديد المشاكل التي تقف في طريق تخطيط المسار الوظيفي والعمل على حلها.

وأهم النتائج للدراسة وجود مفهوم واضح لتخطيط المسار الوظيفي لدى المديرين في الجامعة الإسلامية، وأن المدير ليس له حرية في اختيار وظيفته وهذا يخضع بطبيعة الحال إلى عناصر أخرى، وأن أهم المعوقات التي تحول دون نجاح تخطيط المسار الوظيفي هي قلة البرامج التأهيلية والاعتماد على الأقدمية في الترقية للمناصب الأعلى وجمود بعض الأنظمة واللوائح.

3. دراسة أوزاميتاف وكايالا Ozamutaf and Kayala (2009).

بعنوان: أثر تخطيط المسار الوظيفي على الرضا الوظيفي: دراسة مقارنة لكل من الأكاديميين والإداريين.

The Effect of Planning Individual Career on Job Satisfaction: A Comparative Study on Academic and Administrative Staff.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر تخطيط المسار الوظيفي على الرضا الوظيفي لكل من الأكاديميين والإداريين بجامعة سليمان ديميريل وجامعة إيجي في أزمير واسبرطة، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحث بتطبيق استبانة على 122 من الأكاديميين و54 من الإداريين. وأهم النتائج للدراسة أن تخطيط المسار الوظيفي للأكاديميين كان أكثر وضوحاً حيث يفرض المسار الأكاديمي على الأعضاء التطوير المهني عن طريق الأبحاث والترقيات وقد انعكس ذلك على ارتفاع مستوى الرضا الوظيفي لديهم، كما يؤثر ذلك بصورة مباشرة على الإنتاجية والدافعية والولاء، كما لم تكن هناك علاقة بين تخطيط المسار الوظيفي والرضا الوظيفي. **ثانياً: الدراسات المتعلقة بالتميز المؤسسي:**

دراسة (أبو رحمة، 2021): دور البراعة التنظيمية في تحقيق التميز المؤسسي. هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف دور البراعة التنظيمية في تحقيق التميز المؤسسي من خلال دراسة تطبيقية على العاملين في جامعة غزة، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة بين البراعة التنظيمية والتميز المؤسسي لدى جامعة غزة، وأن البراعة التنظيمية تؤثر على تحقيق التميز المؤسسي لدى الجامعات.

دراسة (حزر الله، وأبو لبد، 2020) بعنوان: "أثر رأس المال الفكري في تحقيق التميز المؤسسي في جامعة القدس.

هدفت الدراسة إلى تعرّف رأس المال الفكري في تحقيق التميز المؤسسي لدى جامعة القدس، حيث تناولت الدراسة محاور رأس المال الفكري ومحاور التميز المؤسسي، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، وتم تصميم استبانة وتم تطبيقها على عينة عشوائية طبقية بلغت (213) عضو هيئة أكاديمية. وخرجت الدراسة بنتائج أهمها: أن واقع رأس المال الفكري في جامعة القدس جاء بدرجة متوسطة، كما أظهرت الدراسة أن مستوى التميز المؤسسي في جامعة القدس جاء بدرجة متوسطة أيضاً، حيث إن التميز القيادي يسهم بدرجة أكبر في التميز المؤسسي يليه التميز البشري ثم التميز الخدماتي، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على التميز المؤسسي في جامعة القدس.

دراسة (Abu naser & Shobaki, 2017) بعنوان: "التميز المؤسسي ومدى وضوحه في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس" Organizational Excellence and the Extent of Its Clarity in the Palestinian Universities from the perspective of Academic Staff هدفت الدراسة إلى معرفة التميز المؤسسي ومدى وضوحه في الجامعات الفلسطينية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي والتحليلي واستخدما الاستبيان لجمع البيانات وتوزيعه على أعضاء هيئة التدريس في الجامعات واستخدم الباحثون طريقة العينة الطبقية العشوائية من قبل الجامعة. حيث بلغ إجمالي عدد أعضاء هيئة التدريس (1114) وقد تم توزيع (235) استبانة لتحديد مجتمع الدراسة. تم استرجاع (166) استبانة بمعدل (10%). وقد تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لإدخال البيانات ومعالجتها وتحليلها. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ما يلي: كان هناك إجماع بين أعضاء هيئة التدريس في الجامعات حول أهمية "التميز القيادي" و "التميز في الخدمة" باعتبارهم عناصر للتميز المؤسسي، وأكد أعضاء هيئة التدريس بالجامعات حول أهمية "التفوق التنظيمي".

الإطار النظري للدراسة

تخطيط المسار الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات

تميزت الحياة الوظيفية في الماضي القريب بالبساطة والسهولة، ونظراً للتطورات الجديدة في بيئة العمل، كالمتغيرات التكنولوجية، وإعادة الهيكلة التي أدت إلى تعقدها، أصبح موضوع المسار الوظيفي يحتل أهمية كبيرة لدى كل من العاملين والمؤسسة، فتطلب الأمر على كليهما التخطيط الجيد للمسار الوظيفي حتى يحقق كلاهما هدفه.

مفهوم تخطيط المسار الوظيفي

يُعرف تخطيط المسار الوظيفي بأنه: "مسئولية الفرد في تنمية مساره الوظيفي من خلال ما يخططه بنفسه لحياته الوظيفية ومساره المهني في صياغة أهداف واقعية وقابلة للتحقيق

في إطار تقييمه لقدراته واهتماماته وميوله نحو الفرص الوظيفية المتاحة التي تحقق نموه المهني". (عبدالباقي، 2002، 286).

وعرفها بوبكر (2008، 200) بأنه نشاط منظم تضعه المنظمة لأفرادها بهدف إثراء المعلومات وصقل الخبرات وتنمية المهارات التي تؤثر على مستقبلهم الوظيفي نوعاً واتجهاً. كما يُعرّف بأنه عملية مستمرة للاكتشاف، حيث يطور الفرد مفهومه الوظيفي كنتيجة للمهارات والقدرات والاحتياجات والدوافع والطموحات المرتبطة بنظام القيمة الخاص به (Eliza, 2010, 14). ومن خلال التعريفات السابقة يمكن استنتاج البيانات الآتية وفقاً لـ (كفافي، 2017): إن مسؤولية تخطيط المسار الوظيفي مسؤولية مشتركة بين كل من الفرد والمؤسسة.

إن عملية تخطيط المسار الوظيفي تساعد الفرد على تحقيق أهدافه وطموحاته، وبالتالي تساعد على تحقيق الرضا الوظيفي.

إن عملية تخطيط المسار الوظيفي تعد الفرد لمراحل سير وظيفي متصاعدة وتحدد المهارات المطلوبة من تعلم وتدريب وإرشاد.

أهمية تخطيط المسار الوظيفي

إن عملية تخطيط المسار الوظيفي لها أهمية بالغة للفرد وللمؤسسة نظراً للنتائج الإيجابية التي يمكن تحقيقها من خلال التخطيط الجيد لتنمية المسار الوظيفي، ومن أهم هذه النواحي الإيجابية مايلي: (Ritesh, 2014, 113-114):

الاستخدام الأمثل لإمكانات العاملين: يرغب كل فرد في تحقيق تقدم في عمله وشغل أعلى المناصب المتاحة، وعندما تتاح له الفرص المناسبة للنمو والإنجاز، فإنه يسعى لتحقيق أهدافه ويستخدم كل طاقاته وإمكاناته في العمل.

تعزيز دافعية العاملين: تستطيع المؤسسة من خلال تخطيط المسار الوظيفي أن تعتني بموظفيها وتوضح لهم المسار الوظيفي الذي يمكنهم من تحقيق طموحاتهم الشخصية وفي الوقت ذاته تحقيق أهداف المنظمة، ولأن لكل موظف أهدافه الشخصية، فعندما تتحقق هذه الأهداف تزداد دافعية العاملين.

توفر الكفاءات المتميزة: يساعد تخطيط المسار الوظيفي المنظمة على تقديم برامج تدريب وتنمية للعاملين يتم من خلالها تحسين مهارات وقدرات العاملين، وبالتالي يزيد الإنتاج، كما تساعد برامج تنمية العاملين على توفر المهارات والقدرات التي تحتاج إليها المنظمة لتحقيق أهدافها.

نمو العاملين يحدث نمو للعاملين: من خلال تخطيط المسار الوظيفي الجيد، حيث يؤدي تخطيط المسار الوظيفي إلى تشجيع العاملين على تحقيق النمو الشخصي، والعمل بكامل طاقتهم لتحقيق أهدافهم الشخصية والتنظيمية.

تحقيق الأهداف والغايات: عندما يخطط الفرد مساره الوظيفي يصبح قادراً على تحقيق أهدافه الشخصية والتنظيمية.

المساعدة على تغيير الوظيفة: يحتوي تخطيط المسار الجيد على جميع العناصر والمواقف التي تساعد الفرد على تغيير وظيفته، كما تساعد المنظمة على إعداد العاملين لوظائف أهم. **زيادة الإنتاجية:** يساعد تخطيط المسار الوظيفي على زيادة الإنتاجية في العمل، وهذا هدف تسعى إليه جميع المنظمات.

تحقيق الرضا الوظيفي: يؤدي تخطيط المسار الوظيفي إلى رفع مستوى رضا العاملين، عن طريق إتاحة الفرص المناسبة في الوظائف التي تحقق أهدافهم وخططهم. ونظراً لأهمية المسار الوظيفي ودوره في التطور الوظيفي وتحقيق أهداف الفرد وأهداف المنظمة يوجد عدة مداخل لتخطيط المسار الوظيفي.

ثانياً: التميز المؤسسي

مفهوم إدارة التميز "Excellence Management": يُشير معنى كلمة التميز في المعجم الوسيط بأنه تَمَيُّز الشيء: أي امتاز، ويقال: تَمَيَّزَ وفي معجم اللغة العربية المعاصر تَمَيَّز الشيء امتاز، أي اختلف عن سواه بعلامة وتَمَيَّزَ كذا، وتُشير كلمة تميز في اللغة الإنجليزية إلى " Excellence " وهي تعني جيد بدرجة عالية جداً وذا جودة عالية جداً. وهناك أكثر من مصطلح للتميز (في الفكر الإداري)، حيث يوجد Business Excellence ويمكن ترجمته بالتميز المؤسسي، Excellent Organization ويمكن ترجمته بالتميز التنظيمي الشامل، وقد تناول العديد من العلماء والباحثين إدارة التميز بالتعريف فنجد (المؤسسة الأوروبية لإدارة

الجودة) تُعرّف إدارة التميز بأنها "الممارسة الباهرة في إدارة المؤسسة وتحقيق النتائج المرغوبة، والمؤسسة المتميزة هي التي تكافح من أجل إشباع حاجات أصحاب المصالح من خلال معرفة ماذاستتجز؟ وكيف تستحوذ على ثقة العملاء؟".

خصائص إدارة التميز المؤسسي

إن الإطار الفكري لإدارة التميز يتضمن مجموعة من السمات من أهمها (السلمي، 2002، 123):

-لها أهداف وغايات واضحة ودقيقة تلك الأهداف أساس التخطيط والتوجيه في كافة مجالات النشاط بالمؤسسة، وفي ضوءها يتم التعرف على مستوى الإنجاز وتقييم النتائج. القيادة الإدارية والإستراتيجية ذات القدرات المعرفية المتطورة من أهم مقومات إدارة التميز.

-تعتمد على منهجية إدارية متفوقة الإدارة الإستراتيجية Strategic Management التي تربط عناصر المؤسسة بأدائها.

-ربط المدخلات Inputs بالمخرجات outputs وفق أسس واضحة وقابلة للقياس، وتحكم على كفاءة العمل ومستويات الإنتاجية بالقياس إلى المعايير المحددة في خطط وبرامج الأداء والأهداف والنتائج المخططة.

-أداء العمل وفق المواصفات، وبالمستوى الذي يرضي العميل أو المستفيد سواء كان من عملاء المنظمة الخارجيين External Customers أو من العاملين بها Internal Customers .

-تعتمد إدارة التميز على المعلومات والحقائق التي تصف كل ما يجري داخل المؤسسة وخارجها من خلال تتبع المؤشرات لدالة على تقدم الأداء.

-تمثل الموارد البشرية من العاملين ذوي المعرفة Knowledge Workers الأداة الحقيقية والقوة الفاعلة في تحقيق غايات وأهداف المؤسسة، فهي في الأساس إدارة متميزة للموارد البشرية.

-القياس Measurement أساس تفوق إدارة التميز التي تعمل وفق مبدأ (مالايمن قياسه لا يمكن إدارته والسيطرة عليه).

عرض نتائج البحث:

بعد تطبيق الاستبانة على أعضاء الهيئة الفنية، جمعت الاستبانات وأفرغت بياناتها ثم عولجت باستخدام البرنامج الإحصائي (spss-21) وكانت النتائج على النحو التالي:
السؤال الأول: ما واقع تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية؟

للإجابة عن هذا السؤال، أعطيت كل درجة من درجات واقع تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في الاستبانة الموجهة لهم قيمةً متدرجة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، وحددت فئات قيم المتوسط الحسابي لكل درجة باستخدام القانون التالي:

$$0.66 = \frac{1 - 3}{3} = \frac{1 - \text{عدد مستويات ليكرت}}{\text{عدد المستويات}}$$

واستناداً إلى قاعدة التقريب الرياضي، يمكن التعامل مع متوسطات الدرجات على النحو التالي:

الجدول (4): درجاتواقع تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية والقيم الموافقة لها

الدرجة	القيم المعطاة للدرجة	فئات قيم المتوسط الحسابي لكل درجة
(دائماً) كبيرة	3	3 - 2.34
(أحياناً) متوسطة	2	2.33 - 1.67
(أبداً) ضعيفة	1	1.66 - 1

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

وفي ضوء هذا الجدول يمكن تحديد واقع تخطيط المسار الوظيفي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في كل محور من محاور الاستبانة وبشكل عام، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (5) الإحصاء الوصفي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية حول واقع تخطيط المسار الوظيفي

في كليات جامعة حمص في كل محور من محاور الاستبانة وبشكل عام

م	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الواقع	الترتبة
1	وضوح مفهوم المسار الوظيفي	2.25	.724	متوسطة	2
2	الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي	2.29	.735	متوسطة	1
	المدخل الفردي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	2.27	.720	متوسطة	
3	استراتيجيات الإدارة الممارسة	2.18	.706	متوسطة	2
4	البيئة التنظيمية الإدارية	2.26	.796	متوسطة	1
	المدخل التنظيمي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	2.22	.709	متوسطة	
	استبانة تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	2.24	.692	متوسطة	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على محور المدخل الفردي لتخطيط المسار الوظيفي بحسب البعدين ما بين (2.29) كحد أعلى لُبُعد الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي وهو بدرجة متوسطة، وبين (2.25) كحد أدنى لُبُعد وضوح مفهوم المسار الوظيفي وهو بدرجة متوسطة. وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية

على محور المدخل الفردي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام (2.27) وهي بدرجة متوسطة.

وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على محور المدخل التنظيمي لتخطيط المسار الوظيفي بحساب البعدين ما بين (2.26) كحد أعلى لبُعد البيئة التنظيمية الإدارية وهو بدرجة متوسطة، وبين (2.18) كحد أدنى لبُعد استراتيجيات الإدارة الممارسة وهو بدرجة متوسطة. وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على محور المدخل التنظيمي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام (2.22) وهي بدرجة متوسطة، وقد جاء في المرتبة الثانية بعد محور المدخل الفردي الذي جاء بمتوسط قدره (2.26)، فيما بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على محور استبانة تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام (2.24) وهي بدرجة متوسطة

تُفسر الباحثة نتيجة السؤال الأول بأن واقع التخطيط للمسار الوظيفي في الجامعة لم يبلغ كثيراً الطموحات المرجوة. ومستوى ممارسة تخطيط المسار الوظيفي يتم بصورة متوسطة وهذا يتفق مع دراسة (الغامدي، 2013). إنَّ الاهتمام بعملية تخطيط المسار الوظيفي تبدأ بتعرف الأفراد على تطلعاتهم وقدراتهم ومهاراتهم الأكاديمية من خلال عملية التقييم والإرشاد ليحددوا احتياجاتهم التدريبية ويعملوا على تطويرها. وهذا يعني تعرّف الجامعة على احتياجاتها وفرصها المتاحة لتسمح بالتخطيط لموظفيها، وبالتالي تؤكد على أنها تقدم لأعضاء الهيئة الفنية في حرمها المعلومات الضرورية والتدريبات المناسبة لتطوير مساهم الوظيفي.

السؤال الثاني: ما مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية؟

للإجابة عن هذا السؤال، أعطيت كل درجة من درجات مستوى التميز المؤسسي من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية في الاستبانة الموجهة لهم قيماً متدرجة وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، وحددت فئات قيم المتوسط الحسابي لكل درجة بحسب الجدول (4)، وفي ضوء هذا الجدول يمكن تحديد مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر

أعضاء الهيئة الفنية في كل محور من محاور الاستبانة وبشكل عام، كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول (6) الإحصاء الوصفي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية حول مستوى التميز المؤسسي في كليات جامعة حمص في كل محور من محاور الاستبانة وبشكل عام

م	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الواقع	الرتبة
1	القيادة	2.12	.650	متوسطة	3
2	الموارد البشرية	2.18	.594	متوسطة	2
3	العمليات	2.26	.584	متوسطة	1
	استبانة التميز المؤسسي بشكل عام	2.19	.577	متوسطة	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21. يلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

تراوحت المتوسطات الحسابية لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي بحسب محاور الاستبانة ما بين (2.26) كحد أعلى لبُعد العمليات وهو بدرجة متوسطة، وبين (2.12) كحد أدنى لبُعد القيادة وهو بدرجة متوسطة. وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي بشكل عام (2.19) وهي بدرجة متوسطة.

تبين نتائج الجدول أعلاه أن استبانة التميز المؤسسي بشكل عام قد بلغت درجة متوسطة من إجابات أفراد العينة عليها. في إطار هذا الوضع فإن الباحثة تفسر ذلك من خلال أن الجامعة تواجه تحديات قد تتجلى بانخفاض الدعم المالي وعدم توفر إمكانيات كافية مع غياب سياسة واضحة لإدارة نظام الجامعة وعملياتها وفق المتاح من إمكانيات. وبالتالي يفرض عليها ضرورة وضع تصورات مستقبلية للإدارة الجامعية يكون أساسها التميز والإبداع واستشراف المستقبل. أيضاً قد تكون هناك عوامل مؤثرة كنقص التدريب في المؤسسات لأن التدريب في النهاية يؤدي إلى اكتساب مهارات يتمتع بها أعضاء الهيئة الفنية تمنحهم القدرة

على مواجهة المشكلات وتقديم حلول سريعة ذات جودة عالية تسعى بالمؤسسة إلى تحقيق الميزة التنافسية والتميز المؤسسي.

وعليه فإن نتائج هذا السؤال تتفق إلى حد ما مع نتيجة دراسة (أبو رحمة، 2021) التي تدور حول وجود علاقة بين البراعة التنظيمية والتميز المؤسسي في جامعة غزة وأن البراعة التنظيمية تؤثر حتماً على تحقيق التميز المؤسسي لدى الجامعات. وكذلك تتشابه مع دراسة (حزر الله وأبو لبد، 2020) التي هدفت لتعزيز التميز القيادي والذي أكدت على أن له أثراً مهماً على تحقيق التميز المؤسسي.

وعليه يمكن القول إن امتلاك مقومات التميز المؤسسي هو السبيل الوحيد لبقاء المؤسسات واستمرارها في عالم اليوم القائم على الحركة السريعة والتطور المستمر. فقد أصبح تبني استراتيجية حديثة كإدارة التميز أمراً حيوياً وجوهرياً لتمييز أداء المؤسسات بشكل عام والجامعات بشكل خاص لتستطيع المنافسة بسوق العمل (مصطفى، ومنصور، 2019). مما يعنى أن الجامعة في حاجة ماسة لتطوير أدائها وفق معايير إدارة التميز لما لها من أهمية كبيرة في تميز الأداء الجامعي.

ثانياً: فرضيات البحث: تمّ التحقّق من صحّة الفرضيات عند مستوى الدلالة (0.05)

نتائج دراسة الفرضية الأولى ومناقشتها:

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي لدى أعضاء الهيئة الفنية".

للتحقّق من صحة الفرضية تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي ودرجاتهم على استبانة التميز المؤسسي، والجدول الآتي يوضح تلك المعاملات:

جدول (7) معامل الارتباط بيرسون بين درجات أعضاء الهيئة الفنية على
استبانة تخطيط المسار الوظيفي
ودرجاتهم على استبانة التميز المؤسسي

استبانة التميز المؤسسي				استبانة تخطيط المسار الوظيفي	
الدرجة الكلية	العمليات	الموارد البشرية	القيادة	المحاور الفرعية	المحاور الرئيسية
.680**	.619**	.603**	.701**	وضوح مفهوم المسار الوظيفي	المدخل الفردي
.663**	.609**	.591**	.677**	الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي	لتخطيط المسار
.680**	.622**	.604**	.697**	الدرجة الكلية	الوظيفي
.683**	.606**	.612**	.714**	استراتيجيات الإدارة الممارسة	المدخل التنظيمي
.689**	.631**	.616**	.702**	البيئة التنظيمية الإدارية	لتخطيط المسار
.727**	.656**	.651**	.749**	الدرجة الكلية	الوظيفي
.726**	.660**	.648**	.747**	تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يلاحظ من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي ودرجاتهم على استبانة التميز المؤسسي وهي علاقة ارتباطية قوية أي كلما ارتفع مستوى تخطيط المسار الوظيفي لدى أعضاء الهيئة الفنية زاد لديهم التميز المؤسسي.

تفسر الباحثة هذه النتيجة بالقول إن عملية تخطيط المسار الوظيفي تساعد الفرد على تحديد أهدافه والوصول إليها، وهو ما تحتاج إليه الهيئة الفنية أي إلى هذا النوع من التخطيط. كما أكدت بعض الدراسات السابقة على وجود علاقة بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي، منها: دراسة (Al Hilaa et al., 2017) التي أثبتت أن إدارات الجامعات تجمع على وجود تميز قيادي وتميز في القطاعات الخدمية، بالإضافة إلى وجود نقطة ضعف تتمثل بعدم متابعة إدارات الجامعة لخريجها من حيث مستقبلهم الوظيفي. ودراسة (Mc Donald and Kok., 2017) التي أشارت لوجود ثمانية عناصر تساهم في تحقيق التميز في الأقسام الأكاديمية كالتحفيز، المكافآت، التوظيف، إدارة التغيير، البحث، التعلم، القيادة، التواصل، الاتجاهات، القيم، والثقافة الإدارية.

لذا نجد أن للتميز المؤسسي أهداف وغايات واضحة ودقيقة تلك الأهداف أساس للتخطيط والتوجيه في مجالات النشاط بالمؤسسة الجامعية، وفي ضوءها يتم التعرف على مستويات الإنجاز وتقويم النتائج كافة. إن تخطيط المسار الوظيفي يُسهم في تحقيق التميز الإداري والمؤسسي، من خلال تأثيره المباشر على قيادة المؤسسة والثقافة التنظيمية وهيكل المؤسسة ومواردها، ومن الناحية الأخرى مقابلة متطلبات سوق العمل واحتياجات أعضاء الهيئة الفنية، والتركيز عليهم يُعد أحد أهم مبادئ التميز الإداري والأدائي للمؤسسة الجامعية. إن المؤسسات الجامعية التي تسعى إلى التميز المؤسسي يجب عليها تطبيق تخطيط المسار الوظيفي، وهذا بدوره ينعكس بشكل مباشر على تحسين التميز المؤسسي. أي أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين هذين المتغيرين (تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي) أي كلما ارتفع مستوى تخطيط المسار الوظيفي لدى أعضاء الهيئة الفنية زاد لديهم التميز المؤسسي، والذي بدوره يعزز من أداء الجامعة.

نتائج دراسة الفرضية الثانية ومناقشتها:

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفق متغير المرتبة العلمية".

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفق متغير المرتبة العلمية، كما يوضح ذلك الجدول (8):

جدول (8) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفق متغير المرتبة العلمية

المحاور	المرتبة العلمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	القيمة الاحتمالية
وضوح مفهوم المسار الوظيفي	مدير أعمال	17	2.11	.788	بين المجموعات	1.085	2	.543	1.035	.357
	مشرف على الأعمال	66	2.18	.751	داخل المجموعات	100.632	192	.524		
	قائم بالأعمال	112	2.31	.698	المجموع	101.717	194			
الإعداد لتخطيط المسار الوظيفي	مدير أعمال	17	2.19	.845	بين المجموعات	.418	2	.209	.385	.681
	مشرف على الأعمال	66	2.26	.755	داخل المجموعات	104.244	192	.543		
	قائم بالأعمال	112	2.33	.709	المجموع	104.662	194			
المدخل الفردي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	مدير أعمال	17	2.15	.810	بين المجموعات	.709	2	.355	.681	.507
	مشرف على الأعمال	66	2.22	.741	داخل المجموعات	99.994	192	.521		
	قائم بالأعمال	112	2.32	.696	المجموع	100.703	194			
استراتيجيات الإدارة الممارسة	مدير أعمال	17	1.98	.679	بين المجموعات	.896	2	.448	.897	.409
	مشرف على الأعمال	66	2.15	.737	داخل المجموعات	95.834	192	.499		
	قائم بالأعمال	112	2.22	.692	المجموع	96.730	194			
	مدير أعمال	17	2.17	.872	بين المجموعات	.146	2	.073	.114	.893

		640.	192	122.838	داخل المجموعات	.774	2.28	66	مشرف على الأعمال	البيئة التنظيمية الإدارية
			194	122.984	المجموع	.804	2.27	112	قائم بالأعمال	
.670	.402	.203	2	.407	بين المجموعات	.760	2.08	17	مدير أعمال	المدخل التنظيمي لتخطيط المسار الوظيفي بشكل عام
		.506	192	97.148	داخل المجموعات	.704	2.21	66	مشرف على الأعمال	
			194	97.554	المجموع	.708	2.24	112	قائم بالأعمال	
.594	.522	.251	2	.502	بين المجموعات	.777	2.11	17	مدير أعمال	تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام
		.481	192	92.354	داخل المجموعات	.702	2.22	66	مشرف على الأعمال	
			194	92.856	المجموع	.675	2.28	112	قائم بالأعمال	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21. يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) غير دالة إحصائياً في جميع محاور الاستبانة والدرجة الكلية حيث كانت القيم الاحتمالية أكبر من مستوى الدلالة (0.05) المعتمد في البحث وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية أي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي وفق متغير المرتبة العلمية.

في الحقيقة يمكن تفسير هذه النتيجة بالقول إن أعضاء الهيئة الفنية ممثلون بمدير الأعمال والمشرف على الأعمال والقائم بالأعمال لديهم إجماع حقيقي بأهمية تخطيط المسار الوظيفي في الجامعة. فهو يعني مسئولية عضو الهيئة الفنية في تنمية مساره الوظيفي من خلال ما يخططه بنفسه لحياته الوظيفية ومساره المهني في صياغة أهداف واقعية وقابلة للتحقيق في إطار تقييمه لقدراته واهتماماته وميوله نحو الفرص الوظيفية المتاحة التي تحقق نموه المهني. فهو مسئولية مشتركة بين كل من عضو الهيئة الفنية والمؤسسة الجامعية التي

ينتمي إليها. في الواقع، نستنتج أن عملية تخطيط المسار الوظيفي تساعد عضو الهيئة الفنية على تحقيق أهدافه وطموحاته، وبالتالي تُسهم في تحقيق الرضا الوظيفي.

تتشابه نتيجة الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Abu naser & Shobaki, 2017) التي بينت أن هناك إجماع بين أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات حول أهمية التميز القيادي والتميز في الخدمة باعتبارهم عناصر التميز المؤسسي وقد أكد جميع الأعضاء على أهمية التفوق التنظيمي.

كما أظهرت نتائج دراسة (Ozamutaf and Kayala, 2009) انعكاس أثر تخطيط المسار الوظيفي على الرضا الوظيفي للتميز المؤسسي. كما أن تخطيط المسار الوظيفي للأكاديميين كان أكثر وضوحاً حيث يفرض المسار الأكاديمي على الأعضاء التطوير المهني عن طريق الأبحاث والترقيات. وأظهرت نتائج دراسة (المؤمن، 2015) عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخطيط المسار الوظيفي وكفاءة أداء العاملين بجامعة دنقلا. وكذلك عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة النقل والترقية وكفاءة الأداء للعاملين بجامعة دنقلا. إذًا، إنَّ عملية تخطيط المسار الوظيفي تُعد عضو الهيئة الفنية لمراحل سير وظيفي متصاعدة وتحدد المهارات المطلوبة من تعلم وتدريب وإرشاد. وهي عملية تعود بالنفع على كل من الفرد والمؤسسة في آنٍ واحد.

نتائج دراسة الفرضية الثالثة ومناقشتها:

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي وفق متغير المرتبة العلمية".

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لقياس الفروق المعنوية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي وفق متغير المرتبة العلمية، كما يوضح ذلك الجدول (9):

جدول (9) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي وفق متغير المرتبة العلمية

المحاور	المرتبة العلمية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	القيمة الاحتمالية
القيادة	مدير أعمال	17	1.90	.635	بين المجموعات	.931	2	.465	1.103	.334
	مشرف على الأعمال	66	2.13	.649	داخل المجموعات	81.050	192	.422		
	قائم بالأعمال	112	2.15	.652	المجموع	81.981	194			
الموارد البشرية	مدير أعمال	17	2.00	.563	بين المجموعات	.614	2	.307	.870	.421
	مشرف على الأعمال	66	2.19	.607	داخل المجموعات	67.818	192	.353		
	قائم بالأعمال	112	2.20	.591	المجموع	68.433	194			
العمليات	مدير أعمال	17	2.22	.602	بين المجموعات	.101	2	.051	.147	.863
	مشرف على الأعمال	66	2.24	.588	داخل المجموعات	66.049	192	.344		
	قائم بالأعمال	112	2.28	.583	المجموع	66.150	194			
التميز المؤسسي بشكل عام	مدير أعمال	17	2.04	.555	بين المجموعات	.430	2	.215	.645	.526
	مشرف على الأعمال	66	2.19	.595	داخل المجموعات	64.058	192	.334		
	قائم بالأعمال	112	2.21	.570	المجموع	64.488	194			

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (F) غير دالة إحصائياً في جميع محاور الاستبانة والدرجة الكلية حيث كانت القيم الاحتمالية أكبر من مستوى الدلالة (0.05) المعتمد في البحث وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية أي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي وفق متغير المرتبة العلمية.

إن الباحثة تفسر هذه النتيجة بالقول إن متغير المرتبة العلمية يؤكد أهمية التميز المؤسسي، وترى الباحثة أن التميز المؤسسي يعتمد بدرجة أساسية على رأس المال الفكري الذي تمتلكه الموارد البشرية ونوع المعرفة المتولدة لديهم والابتكارات التي تؤثر بشكل إيجابي في تميز الأداء المؤسسي وإضفاء طابع الميزة التنافسية لها، وتستند الباحثة في ذلك إلى أنا الإبداع والتميز هم موارد استراتيجية يمكن أن تمتلكها المؤسسة الجامعية المتميزة. فضلاً عن قدرة المؤسسة على تحقيق التنافسية في بيئة العمل من خلال استغلال الإمكانيات التي تحقق لها النتائج المرغوبة وفق أهدافها وبالتالي أصبح من مستلزمات القدرة على البقاء والمنافسة هو التحسين والتطوير المستمر والدائم.

تتوافق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة كل من (أبو رحمة، 2021) ودراسة (حزر الله وأبو لبة، 2020) الذين اهتموا بشكل أساسي بموضوع التميز المؤسسي ودوره الفعال في تحقيق نقلة نوعية للمؤسسة من حيث الميزة التنافسية ودور أعضاء الهيئة التعليمية بشكل عام على تحسين جودة التعليم وتصنيف الجامعة عالمياً.

وتتفق الباحثة مع تلك الدراسات وترى أن تلازم وجود تحسين وتطوير مستمر في المؤسسات الجامعية التي تُطبق فكرة التميز المؤسسي ومبدأ التحسين والتطوير الدائم والمستمر من أهم المبادئ التي تقوم عليها إدارة الجودة الشاملة، كما أن العلاقة التي تربط إدارة الجودة الشاملة بالتميز المؤسسي تتمثل في كون الأولى هي أحد معايير تقييم التميز.

نتائج دراسة الفرضية الرابعة ومناقشتها:

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية)".

للتحقق من صحة الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغير الكلية، وتم استخدام اختبار (t-test) لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (10) نتائج اختبار (t-test) للدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية

على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغير الكلية

المحاور الفرعية	الكلية	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
وضوح مفهوم المسار الوظيفي	تطبيقية	175	2.24	.724	0.4	193	0.632	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.32	.737	80			
الإعدادات لتخطيط المسار الوظيفي	تطبيقية	175	2.28	.731	0.7	193	0.450	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.41	.771	57			
الدرجة الكلية	تطبيقية	175	2.26	.719	0.6	193	0.531	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.37	.746	27			
استراتيجيات الإدارة الممارسة	تطبيقية	175	2.16	.706	0.8	193	0.405	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.30	.714	34			
البيئة التنظيمية الإدارية	تطبيقية	175	2.25	.792	0.5	193	0.605	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.35	.845	18			
الدرجة الكلية	تطبيقية	175	2.21	.704	0.7	193	0.481	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.33	.762	06			

تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام	تطبيقية	175	2.23	.687	0.6	193	0.492	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.35	.742	89			

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21. يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T) غيردالة إحصائياً في جميع محاور الاستبانة والدرجة الكلية حيث كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى الدلالة (0.05) المعتمد في البحث وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية أي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية).

تفسر الباحثة هذه النتيجة من خلال الربط بين الأهداف المرجوة الواحدة التي يسعى إليها أعضاء الهيئة الفنية في الكليات التطبيقية والنظرية فالهدف واحد والغاية واحدة وهي تحقيق نقلة ذات جودة عالية في خطط واستراتيجيات تسهم بقوة في تحقيق الوجود الفعال لأعضاء الهيئة الفنية وإثبات قدراتهم. لذا فإن تخطيط المسار الوظيفي يربط بين احتياجات وتطلعات الفرد واحتياجات وفرص الجامعة. في هذا السياق، تنطلق الباحثة من أهمية مفادها أن كل عضو هيئة فنية يرغب في تحقيق تقدم في عمله وشغل أعلى المناصب المتاحة، وعندما تتاح له الفرص المناسبة للنمو والإنجاز، فإنه يسعى لتحقيق أهداف هو يستخدم كل طاقاته وإمكاناته في العمل سواء كان من ناحية عملية أو نظرية.

تتشابه هذه الدراسة مع دراسة كل من (وادي ووماضي، 2007) التي توصلت إلى وجود مفهوم واضح لتخطيط المسار الوظيفي لدى المديرين في الجامعة الإسلامية، وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تخطيط المسار الوظيفي وكفاءة أداء العاملين بجامعة دنقلا حسب دراسة (المؤمن، 2015) ودراسة (Ozamutaf and Kayala, 2009) الذي يحدد انعكاس تخطيط المسار الوظيفي على الرضا الوظيفي. نستنتج أن الجامعة تستطيع من خلال تخطيط المسار الوظيفي أن تعتني بموظفيها بشكل عام وتوضح لهم المسار الوظيفي الذي يمكنهم من تحقيق طموحاتهم الشخصية وفي الوقت ذاته تحقيق أهدافها وتنميتها للوصول إلى الجودة الحقيقية، ولأن لكل موظف أهدافه الشخصية، فعندما تتحقق هذه الأهداف

تزداد دافعية العاملين ولاسيما أعضاء الهيئة الفنية في الكليات التطبيقية والنظرية. وهذا بدوره يساعد على زيادة الإنتاجية في العمل، وهذا هدف تسعى إليه جميع المؤسسات التعليمية بدون استثناء.

نتائج دراسة الفرضية الخامسة ومناقشتها:

تنص هذه الفرضية على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية)". للتحقق من صحة الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغير الكلية، وتم استخدام اختبار (t-test) لعينتين مستقلتين، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (11) نتائج اختبار (t-test) للدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطات درجات

أعضاء الهيئة الفنية

على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغير الكلية

المحاور الفرعية	الكلية	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة	القرار
القيادة	تطبيقية	175	2.12	.655	0.199	193	0.843	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.15	.624				
الموارد البشرية	تطبيقية	175	2.17	.596	0.643	193	0.521	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.26	.582				
العمليات	تطبيقية	175	2.26	.583	0.238	193	0.812	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.23	.604				
الدرجة الكلية	تطبيقية	175	2.19	.576	0.215	193	0.830	غير دال إحصائياً
	نظرية	20	2.21	.592				

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS) نسخة 21.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (T) غيردالة إحصائياً في جميع محاور الاستبانة والدرجة الكلية حيث كانت القيمة الاحتمالية أكبر من مستوى الدلالة (0.05) المعتمد في البحث وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية أي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية).

مما لا شك فيه أن الوصول إلى هذه النتيجة بين كل من الكليات التطبيقية والنظرية يعطي حقيقة واضحة للتفكير العقلاني السليم والمنطقي لأهمية التميز المؤسسي عند أعضاء الهيئة الفنية والذي يتم تحقيقه عبر أبناء المؤسسة الذين يعملون ضمن أسرة واحدة متكافلة ومتعاونة من أجل الوصول إلى رقيها وازدهارها. وأفكار أعضاء الهيئة الفنية حول هذه النقطة يعكس الوعي والانفتاح الفكري والتقدم الاستراتيجي في العمل الذين يرغبون بالوصول إليه من خلال مواجهة التحديات والصعوبات لبلوغ أعلى درجات الميزة التنافسية التي تحقق الجودة الشاملة لكل أرجاء المؤسسة وفق مفهوم العمل الواحد بدون أي استثناء.

أعضاء الهيئة الفنية المتميزون هم الذين يشاركون في صياغة وتطوير رؤية ورسالة الجامعة وتسهيل تحقيقها على أرض الواقع، كما يقومون بتبني القيم المؤسسية الجامعية لضبط السلوك نحو تحقيق النجاح، ويشير ذلك إلى معيار في تنمية وتيسير الأداء لتحقيق رؤيتها ورسالتها المستقبلية، وأهدافها على المدى البعيد. لقد اتفقت نتائج هذه الدراسة مع كل من الدراسات التي اهتمت بتغيير التميز المؤسسي، دراسة (Ozamutaf and Kayala, 2009) من حيث التركيز على التميز المؤسسي وعلاقته بزيادة الإنتاجية سواء في الكليات التطبيقية والنظرية ودراسة (حزر الله وأبو لبدة، 2020) ومع نتائج دراسة (Abu naser & 2017) التي أكدت على توافق جميع آراء أعضاء الهيئة التدريسية على أهمية التفوق التنظيمي ودعم عنصر التميز المؤسسي.

استنتاجات عامة للبحث

1. بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي بشكل عام (2.24) وهي بدرجة متوسطة. كما بلغت على استبانة التميز المؤسسي بشكل عام (2.19) وهي بدرجة متوسطة.
2. وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تخطيط المسار الوظيفي والتميز المؤسسي في كليات جامعة حمص من وجهة نظر أعضاء الهيئة الفنية.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة تخطيط المسار الوظيفي تبعاً لمتغيري البحث: المرتبة العلمية، الكلية (تطبيقية، نظرية).
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أعضاء الهيئة الفنية على استبانة التميز المؤسسي تبعاً لمتغيري البحث: المرتبة العلمية، الكلية (تطبيقية، نظرية).

توصيات البحث

انطلاقاً من نتائج البحث، ونظراً لأهمية تخطيط المسار الوظيفي ودوره في تحقيق التميز المؤسسي، توصي الباحثة بما يأتي:

- 1- ضرورة وضع تصورات مستقبلية للإدارة الجامعية يكون أساسها التميز والإبداع واستشراف المستقبل.
- 2- تصميم مسارات الترقى لكل وظيفة أو مجموعة وظيفية وإعداد دليل لها يتضمن مسارات واضحة للترقية، والمقترحات اللازمة لذلك، مع مراعاة وضوح المعلومات ودقتها وشفافيتها، وتوفير لشاغلي كل مجموعة الفرص المناسبة للترقى مع الأخذ في الحسبان أن الوظيفة الأعلى تتضمن مهارات ومسؤوليات إضافية عن الوظيفة السابقة.
- 3- اعتماد استراتيجية متعلقة بنوعية الدورات التدريبية لأعضاء الهيئة الفنية وذات مستويات عالية تناسب التنقل في المسار الوظيفي.

4- ضرورة تبني تخطيط المسار الوظيفي من أجل تطوير وتحسين أداء الهيئة الفنية بكليات جامعة حمص إذ أنّ ذلك يعد نقلة نوعية للجامعة من خلال تحديد مسار عملها وتنظيم التقدم الهيكلي للوظائف.

5- العمل على تحديد خطط استراتيجية من قبل الجامعة، تحدد فيها الجامعة أهم النقاط التي تود الوصول إليها وذلك من أجل تعزيز نقاط القوة وتحسينها ومعالجة نقاط الضعف التي تحول دون نجاح تخطيط المسار الوظيفي.

6- العمل على إيجاد جو تنظيمي تسوده الثقة التنظيمية بين أعضاء الهيئة الفنية وتوفير الإمكانيات اللازمة لتطوير مهاراتهم وخبراتهم المعرفية والوصول بالجامعة إلى ذروة التميز المؤسسي.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

أبو بكر، مصطفى محمود (2008). *الموارد البشرية: مدخل لتحقيق الميزة التنافسية*. الدار الجامعية للنشر والتوزيع.

إبراهيم، أحمد أبو رحمة. (2021). دور البراعة التنظيمية في تحقيق التميز المؤسسي دراسة تطبيقية على جامعة غزة. *مجلة جامعة الإسراء للعلوم الإنسانية*، العدد 10 (31 يناير/كانون الثاني 2021)، 443-477.

أبو رحمة، إبراهيم أحمد. (2021). دور البراعة التنظيمية في تحقيق التميز المؤسسي : دراسة تطبيقية على جامعة غزة. *مجلة جامعة الإسراء للعلوم الإنسانية*، 2021 (10)، 443-477.

حرز الله، أحمد محمد، و أبو لبدة، صابرين عماد. (2020). أثر رأس المال الفكري في تحقيق التميز المؤسسي في جامعة القدس. *Journal of the Association of Arab Universities for Higher Education Research*، 40(2).

السلمي، علي. (2002). إدارة التميز، نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة- دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

عبد الباقي، صلاح محمد. (2002). السلوك والفعال/المنظمات. دارالجامعة الجديدة للنشر. الغامدي، فوزية علي خضر (2013). تصور مستقبلي لتطوير وتنمية المسار الوظيفي لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي السعودي [رسالة دكتوراه غير منشورة]، قسم الإدارة التربوية والتخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.

كفافي، إيمان مصطفى. (2017) تخطيط المسار الوظيفي للهيئة المعاونة لأعضاء هيئة التدريس بكلية الدراسات الإنسانية بجامعة الأزهر: دراسة تحليلية. مجلة الإدارة/التربوية، العدد(12)، 381-321.

مصطفى، إيمان محفوظ، ومنصور، ابراهيم. (2019). متطلبات تفعيل إدارة التميز بالجامعات المصرية: جامعة مدينة السادات نموذجاً. جامعة مدينة السادات، كلية التربية، قسم التربية.

المغربي، عبد الحميد والعنقري، عبد العزيز. (2015). إدارة الموارد البشرية لمواجهة تحديات وبناء استراتيجيات القرن الواحد والعشرون. دار المريخ للنشر والتوزيع. مهدي، محمد بشير حسن. (2011). معوقات تطوير المسار الوظيفي للعاملين الإداريين في مؤسسات التعليم العالي [رسالة ماجستير غير منشورة]. تخصص إدارة أعمال، جامعة الأزهر، غزة.

المؤمن، أمير محمد علي. (2015). أثر تخطيط المسار الوظيفي على رفع كفاءات الأداء- دراسة حالة جامعة دنقلا [رسالة دكتوراه غير منشورة]. تخصص ادارة الأعمال، السودان.

وادي، رشدي عبد اللطيف وماضي، كامل. (2007). تخطيط المسار الوظيفي للمدراء في الجامعة الإسلامية بغزة. مجلة الجامعة لإسلامية 15، 817-779.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Al Hilaa, A. A., Al Shobakib, M. J., Abu Amuna, Y. M., & Abu Naser, S. S. (2017). Organisational Excellence in Palestinian Universities of Gaza Strip. *International Journal of Information Technology and Electrical Engineering*, 6(4), 20–30.
- Eliza, Antoniu (2010). Career Planning Process and its Role in Human Resource Development. *Economics*, 10 (2) ,13-22.
- Kayalar M.,and Ozmutaf ,N.M. (2009). The Effect of Individual Career Planning on Job Satisfaction: A Comparative Study on Academic and Administrative Staff. Suleyman Demirel University. *Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences* 14 (1), 239-254.
- Kok, S. K., & McDonald, C. (2017). Underpinning excellence in higher education—an investigation into the leadership, governance and management behaviours of high-performing academic departments. *Studies in higher education*, 42(2), 210-231.
- Naser, S. S. A., & Al Shobaki, M. J. (2017). Organizational excellence and the extent of its clarity in the Palestinian universities from the perspective of academic staff. *International Journal of Information Technology and Electrical Engineering*, 6(2), 47-59.
- Ritesh, J. (2014). Career Planning is Essential Process and Element for Employees and Organizational Development. *International Journal of interdisciplinary Studies*. 1(8), 112-115.

دراسة مدى توفر أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية (دراسة ميدانية)

¹ رامي محمد ² سومر ناصر ³ علي سمير الخنسه

المخلص

يهدف البحث بشكل رئيس إلى إظهار مدى توفر مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم التطرق في الإطار النظري إلى مفهوم مربع التسويق الذهبي، وإلى أبعاده المتمثلة ب(الصورة الذهنية، تثبيت الصورة الذهنية، ولاء الزبائن، رضا الزبائن)، وفي الإطار العملي تم تصميم استبانة مؤلفة من (22) عبارة وذلك من أجل جمع البيانات المطلوبة وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS23) وذلك من أجل الوصول إلى النتائج، حيث توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها وجود فرق إيجابي ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد(3)، مما يدل على وجود توفر جيد لمربع التسويق الذهبي كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة.

¹ استاذ مساعد، عضو هيئة تدريسية قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية. اللاذقية، سورية.

² استاذ مساعد، عضو هيئة تدريسية قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية، اللاذقية، سورية.

³ طالب دكتوراه، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية، اللاذقية، سورية

الكلمات المفتاحية: مربع التسويق الذهبي - الصورة الذهنية - تثبيت الصورة الذهنية -
ولاء الزبائن - رضا الزبائن.

Studying The availability of the Dimensions of the Golden Marketing Square in private Commercial Banks operating in Lattakia Governorate (field study)

Ali Samir Al-

⁵Dr. Soumer Nasser

⁴Dr.Rami Muhammad

⁶Khansa

Abstract

The research aims mainly to show the availability of the golden marketing square in private commercial banks operating in Lattakia Governorate. The researcher relied on the descriptive analytical approach, where the theoretical framework addressed the concept of the golden marketing square, and its dimensions represented by (mental image, fixing the mental image, customer

⁴ Assistant Professor, Faculty Member, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Lattakia University, Lattakia, Syria.

⁵. Assistant Professor, Faculty Member, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Lattakia University, Lattakia, Syria.

⁶ PhD Student, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Lattakia University, Lattakia, Syria.

loyalty, customer satisfaction). In the practical framework, a questionnaire consisting of (22) statements was designed in order to collect the required data and analyze it using the (SPSS23) program in order to reach the results. The research reached several results, the most important of which is the presence of a positive difference with statistical significance between the average responses of the research sample regarding the golden marketing square and the average neutrality (3), which indicates the presence of a good availability of the golden marketing square as one of the dimensions of the golden marketing square in the banks under study

Keywords: Golden Marketing Square- Mental Image- Mental Image

Keywords: Golden Marketing Square, Mental Image, Mental Image Fixation, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

المقدمة:

تسعى مختلف شركات العالم سواء كانت انتاجية أو خدمية إلى ترك انطباع إيجابي في ذهن الزبون، وذلك من خلال العديد من الوسائل، لذلك يعتبر مربع التسويق الذهبي المتمثل بالأبعاد الأربعة (الصورة الذهنية، تثبيت الصورة الذهنية، ولاء الزبائن، رضا الزبائن) ذو أهمية كبيرة لدى شركات العالم وذلك من أجل التأثير قدر الإمكان على سلوك المستهلك وجعل المنتج أو الخدمة من الأولويات التي قد تخطر إلى تفكير الزبون. فكان لابد من اعتماد مربع التسويق الذهبي للترويج للأنشطة والفعاليات والخدمات للمؤسسات المالية، وفي هذا الصدد شرع بعض المسوقين استخدام الوسائل الجديدة عالية

الاستهداف لمجموعات محددة من المستهلكين بشكل متزايد خلال الآونة الأخيرة ومنها ما يشار إليه بالتسويق الذهبي حيث تستمر الحركة الدائمة للمؤسسات الرائدة في النجاح التسويقي وفق مربع التسويق الذهبي IPSL من خلال رسم صورة ذهنية إيجابية تصل لإدراك العملاء والجمهور المستهدف وتسعى تلك المؤسسات في تثبيت مكانة سوقية بين الصور الذهنية الأخرى المنافسة مع السعي الدائم في تحسين تلك المكانة بخطط مدروسة ورقابة دقيقة على الأداء، ومن ثم تستهدف تلك المؤسسات رضا العملاء والجمهور المستهدف بشكل يمثل العمود الفقري لنجاحها والتمثل في رضا العملاء، ومن المتوقع والمنطقي لمثل تلك المحاولات المدروسة والمنهجية السليمة أن تحقق للمؤسسات ولاء العملاء والجمهور المستهدف كما تحرص معظم المؤسسات أن تتمتع بالسمعة والصورة الحسنة عنها للحصول على ولاء العملاء والمتعاملين معها من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تتناسب مع توقعات العميل أو تفوق توقعاته، وتقدر تكاليف جذب مستهلك جديد بما يعادل ستة أضعاف تكلفة الحفاظ على مستهلك واحد، كما أن الولاء يقلل من حاجة الشركة إلى الترويج ويزيد من صعوبة دخول منافسين جدد إلى السوق، بالإضافة لما يتيح من تحمل العملاء لأسعار أعلى، المربع الذهبي في التسويق أو ما يمكن أن نرمز إليه (IPSL) وهذه الحروف الإنجليزية الأربعة ترمز لأهم أربع كلمات يعتمد عليها المسوق الناجح في الدخول إلى عقل العميل والتعامل معه في منظومة التسويق الحديث (الصورة الذهنية، تثبيت الصورة الذهنية، رضا العملاء، ولاء العملاء). وجاءت أهمية اعتماد مربع التسويق الذهبي، لما يتيح لمستخدميه من تفاعل متبادل كالذي ينتجه لهم الاتصال الشخصي، ويمكنهم التحادث، والتراسل في موضوعات مختلفة، وجمع العديد من المعلومات تصب في اهتماماتهم، وفي الوقت نفسه يساعد المؤسسات المالية في التسويق للخدمات التي تقدمها. انطلاقاً مما سبق البحث الحالي إلى بيان مدى توفر أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية.

الدراسات السابقة العربية:

(1) دراسة (سارة، 2022). أهمية تطبيق المربع الذهبي للتسويق في المؤسسات الخدمية من وجهة نظر الزبائن "دراسة ميدانية المؤسسة الحمامات المعدنية بزلقانة"

هدف البحث: هدف البحث بشكل رئيس إلى إظهار دور المربع الذهبي للخدمات في مؤسسة العمومية للحمامات المعدنية بزلقانة ومحاولة تكوين إطار نظري يغطي كل مفاهيم المربع الذهبي والوصول إلى نتائج ونصائح تطبق المربع الذهبي في تسويق الخدمات من وجهة نظر الزبائن

منهج البحث: تم استعمال المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على الجمع بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية .

نتائج البحث: توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها أن تطبيق المربع الذهبي في المؤسسات الحمامات المعدنية بزلقانة لديها مرتفع وفقاً لمقياس الدراسة.

(2) دراسة (سليمان، 2022). تأثير المربع الذهبي للتسويق في العلاقة بين الكلمة المنطوقة إلكترونياً (EWOM) ونية إعادة الشراء "دراسة ميدانية على عملاء شركات الطيران الخاصة"

هدف البحث: هدف البحث إلى التحقق من وجود تأثير للكلمة المنطوقة إلكترونياً على المربع الذهبي للتسويق من منظور عملاء شركات الطيران الخاصة، وكذلك التعرف على تأثير المربع الذهبي للتسويق على نيتهم في إعادة الشراء خدمات النقل الجوي منها بالإضافة إلى الكشف عن تأثير الكلمة المنطوقة إلكترونياً على نية إعادة الشراء

منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي

نتائج البحث: توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تأثير للكلمة المنطوقة إلكترونياً على أبعاد المربع الذهبي للتسويق المتمثلة في الصورة الذهنية ، وتثبيت الصورة الذهنية ، ورضا العملاء، وأيضاً وجود تأثير لنفس الأبعاد على نية إعادة الشراء ، وكذلك تأثير للكلمة المنطوقة إلكترونياً على نية إعادة الشراء لخدمات النقل الجوي من شركات

الطيران الخاصة عند توسيط أبعاد الصورة الذهنية ،وتثبيت الصورة الذهنية ورضا العملاء كأبعاد للمربع الذهبي للتسويق.

3) دراسة (صبح، 2022). دور إدارة علاقات الزبون في تحسين الصورة الذهنية للشركة (دراسة حالة شركة ميلك مان الغذائية)

هدف الدراسة : هدف البحث إلى تحديد مفهوم إدارة علاقات الزبائن في مجال تقييم الخدمة وأهميته، وتحديد مفهوم الصورة الذهنية وأبعادها، وتحديد آلية تقديم من قبل شركة ميلك مان، وتحديد تأثير إدارة علاقات الزبائن في شركة ميلك مان في بناء الصورة الذهنية

منهج الدراسة: المنهج الوصفي التحليلي

نتائج الدراسة: توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها وجود علاقة بين إدارة علاقات الزبون المبنية على التكنولوجيا وبين تحسين الصورة الذهنية في الشركة محل الدراسة

4) دراسة (أمينة وشافية، 2021) إستراتيجية المربع الذهبي للتسويق بين المقاربات النظرية والممارسات التطبيقية "دراسة حالة عمر بن عمر للعجائن"

هدف الدراسة: التعريف بمفهوم المربع الذهبي للتسويق كمفهوم جديد يعمل على تكوين الصورة الذهنية الايجابية للمؤسسة والمنتج، باعتبارها الموجه والمؤثر الأول في سلوك الزبائن والدافع الاساسي لتحقيق رضا وولاء المستهلكين لها، وتحديد الاستراتيجيات المستخدمة من طرف المؤسسة لتحقيق الصورة الذهنية الايجابية عنها في ذهن الزبون، والكشف عن الاستراتيجيات المستخدمة من طرف المؤسسة لتحقيق تموقع مميز لعروضها ومنتجاتها

منهج الدراسة: منهج وصفي تحليلي ' حيث تم تقسيم الدراسة إلى إطار نظري يتضمن محورين ،محور خاص بالمربع الذهبي للتسويق، ومحور خاص بالاستراتيجية التسويقية ، وإطار تطبيقي يتضمن محورين محور خاص بالتعريف عن المؤسسة ومجمع عمر بن عمر للعجائن ومحور خاص بدراسة حالة مؤسسة "عمر بن عمر"

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن مؤسسة عمر بن عمر للعجائن تعتمد على في استراتيجيتها التسويقية على استراتيجيتها : الجودة والابتكار مع المحافظة على التقاليد في المطبخ الجزائري، ولا تستخدم مؤسسة عمر بن عمر للعجائن إستراتيجية المربع الذهبي للتسويق بصفة مباشرة لأنها لا تعتمد على استراتيجيتها الصورة الذهنية والتموقع التسويقي لتحقيق رضا ولاء الزبائن لها بل تستخدم استراتيجيات الجودة والابتكار لتحقيق رضا ولاء الزبائن.

(5) دراسة (محمد، 2017) بعنوان:(استخدام نموذج المربع الذهبي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية)

هدف الدراسة: هدفت الدراسة الى: بيان تأثير استخدام المربع الذهبي في تحقيق الميزة التنافسية لبنوك القطاع العام التجارية المصرية، وإعداد إطار نظري للمرتكزات الفكرية، والأساسيات المعرفية لنموذج المربع الذهبي والشراكة بين المنظمة والعملاء، وبيان مفهوم المربع الذهبي وتحديد مكوناته الرئيسة، قياس معنوية الفروق بين استجابات مفردات عينة البحث من عملاء البنوك فيما يتعلق بأبعاد نموذج المربع الذهبي وبناء شراكة بين البنوك التجارية والعملاء، بيان آلية لإدارة المربع الذهبي بما يسهم في تنمية القدرات التنافسية للبنوك التجارية.

منهجية الدراسة: استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، واستخدم قائمة الاستقصاء كأداة رئيسة لجمع البيانات وتم توزيع (384) قائمة استقصاء على عينة الدراسة المكونة من العملاء المترددين على البنوك التجارية محل البحث وتم الاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (20) spss لمعالجة وتحليل البيانات.

أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان منها:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرضا العملاء على بناء الشراكة بين المنظمة والعملاء،

ووجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لولاء العملاء على بناء الشراكة بين المنظمة والعملاء،
ووجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لمكانة البنك على بناء الشراكة بين المنظمة والعملاء،
كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصورة الذهنية على بناء الشراكة بين المنظمة والعملاء،
كما يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لمحاور نموذج المربع الذهبي (مكانة البنك، رضا
العملاء، الصورة الذهنية، ولاء العملاء) على بناء الشراكة بين المنظمة والعملاء.

(6) دراسة (شقوب وآخرون، 2016) بعنوان: (أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مربع

التسويق الذهبي (IPSL)

هدف الدراسة: هدفت الدراسة الى تحديد أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مربع
التسويق الذهبي، وتحديد العلاقة بين أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي والصورة الذهنية
والتمركز، وبيان العلاقة بين أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي والرضا، وبيان العلاقة
بين أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي والولاء.

منهجية الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما تمثلت عينة الدراسة في
213 عميل من عملاء وكالات السفر والسياحة الذين يستخدمون وسائل التواصل
الاجتماعي فير ولاية الخرطوم، كما تم استخدام برنامج ((Amos, v 20 في تحليل
البيانات.

أهم نتائج الدراسة: توصلت النتائج الى ان الذكور أكثر استخداماً لوسائل التواصل
الاجتماعي في التعامل مع الوكالات من الاناث، كما يوجد علاقة قوية بين التفاعل من
ابعاد نشاطات وسائل التواصل الاجتماعي وابعاد المربع الذهبي (الصورة الذهنية وتنشيطها
والرضا والولاء)، وعدم وجود علاقة بين مسابقة الموضوعة وابعاد مربع التسويق الذهبي، وتم
استبعاد التخصص كأحد ابعاد نشاطات وسائل التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة الأجنبية:

(1) دراسة (Benabid&Maroua, 2024) **The Impact of Digital Marketing on the Golden Marketing Square for the Banking**

Customer: Case Study of a Sample of Customers from the External Bank of Algeria

**تأثير التسويق الرقمي على مربع التسويق الذهبي لدى العميل المصرفي: دراسة حالة
لعينة من الزبائن من المصرف الخارجي الجزائري**
هدف البحث: هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير التسويق الرقمي على المربع
الذهبي للتسويق لدى العميل المصرفي
منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع استبانة لعينة البحث المكونة من
70 فرد من عملاء المصرف الخارجي الجزائري
نتائج البحث: أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للتسويق الرقمي
على المربع التسويقي الذهبي المكون من صورة العلامة التجارية، ولاء العملاء، رضا
العملاء

2) دراسة (Hammad&Mohammad,2020) The Mediating Role of Golden Square of Marketing between Effective Product packaging Elements and Customer Patronage:An Empirical Study on Cosmetics and Beauty Care Products in Egypt

هدف البحث: هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير المربع الذهبي للتسويق كمتغير وسيط
للعلاقة بين عناصر تعبئة المنتج ورعاية العملاء، حيث تشمل عناصر تعبئة المنتج على
خمسة عوامل وهي لون الغلاف (العبوة)، ومواد التعبئة والتغليف، وتصميم الغلاف (العبوة)،
والمعلومات المطبوعة، والتعبئة الإبداعية، أما مربع التسويق الذهبي يشمل المكونات
الآتية: الصورة، تثبيت الصورة، الرضا، الولاء
منهج البحث: المنهج الوصفي التحليلي
نتائج البحث: كشفت الدراسة عن تأثير مربع التسويق الذهبي كمتغير وسيط على العلاقة
بين عناصر تعبئة المنتج ورعاية العملاء، وكما بينت الدراسة أن عناصر تعبئة المنتج لها
علاقة هامة مع مربع التسويق الذهبي ورعاية العملاء
التعقيب على الدراسات السابقة:

تتشابه الدراسات السابقة (ماعداد دراسة (صبح، 2022)) مع الدراسة الحالية في التطرق لموضوع مربع التسويق الذهبي، أما بالنسبة لدراسة (صبح، 2022) تشابهت مع الدراسة الحالية في تطرقها لموضوع الصورة الذهنية التي تعتبر أحد أبعاد مربع التسويق الذهبي، وتختلف جميع الدراسات السابقة باستثناء دراسة (أمينه وشافية، 2021) ودراسة (سارة، 2022) بأنها تطرقت لموضوع مربع التسويق الذهبي ودراسة علاقته مع متغيرات أخرى بالإضافة إلى الاختلاف في بيئة التطبيق، أما دراستي (أمينه وشافية، 2021) ودراسة (سارة، 2022) فتختلف مع الدراسة الحالية في بيئة التطبيق.

مشكلة البحث:

يعتبر تلبية حاجات ورغبات الزبائن أحد التحديات الأساسية لأي مؤسسة ، لذلك لقد زاد اهتمام إدارات هذه المؤسسات بمربع التسويق الذهبي الذي يعتبر آلية جديدة لتوجيه سلوك المستهلك نحو الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المؤسسات، وذلك من خلال بناء صورة إيجابية وتنشيتها في ذهن الزبون وتحقيق رضا الزبائن وولائهم

ومن خلال ما سبق تظهر مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي:

ما مدى توفر مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية :

ما مدى توفر الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية؟

مدى توفر تثبيت الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية؟

ما مدى توفر ولاء العميل كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية؟

ما مدى توفر رضا العميل كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية؟

أهداف البحث:

يهدف البحث بشكل رئيس إلى إظهار مدى توفر مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية:

إظهار مدى توفر الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية
إظهار مدى توفر تثبيت الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية
إظهار مدى توفر ولاء العميل كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية
إظهار مدى توفر رضا العميل كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية

أهمية البحث:

الأهمية النظرية:

أهمية أبعاد مربع التسويق الذهبي في زيادة فرص المصارف في البقاء والنجاح والتقدم، كما أنها تنمي قدرة المصارف على المنافسة والتفوق على منافسيها، والاستفادة من قنوات التفاعل والتواصل والمشاركة عبر المواقع الالكترونية، ووسائل الاتصال الحديثة وبناء صورة ذهنية متميزة قائمة على التكنولوجيا الحديثة موجهة بالأساس الى العملاء ومحاولة تحسين رضا العملاء وفق رؤية وتوجهات الإدارة مما يتيح تحقيق أهدافها الاستراتيجية بالشكل الأمثل.

إعداد مربع تسويق ذهبي تنافسي مناسب يهدف الى الوصول الى استراتيجيات تسويقية مهمة تؤثر على أداء المصارف، تمكنها من الاستمرارية والنمو والازدهار.

الأهمية العملية:

قد تسهم نتائج الدراسة في فهم أوسع لأبعاد مربع التسويق الذهبي، ونسبة تواجد هذه الأبعاد في المصارف العاملة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية، والتي

يمكنها المساعدة في النهوض بواقع الاستراتيجيات التسويقية بما يعزز قدرة هذه المصارف التنافسية.

يمكن أن تساعد هذه الدراسة المصارف على مخاطبة العملاء وفهم احتياجاتهم ورغباتهم في الخدمات المصرفية، والوقوف على بناء مربع التسويق الذهبي فيما يتعلق بمجالات تحسين الاستراتيجيات التسويقية.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسة للبحث تنص على : لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3) ويتفرع عنها عدة فرضيات فرعية :

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول تثبيت الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول ولاء الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)
الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول رضا الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم التطرق في الإطار النظري إلى مفهوم مربع التسويق الذهبي، وإلى أبعاده المتمثلة ب(الصورة الذهنية، تثبيت الصورة

الذهنية، ولاء الزبائن، رضا الزبائن) ، وفي الإطار العملي تم تصميم استبانة مؤلفة من (22) عبارة وذلك من أجل جمع البيانات المطلوبة وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS23) وذلك من الوصول إلى النتائج.

وأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث: معامل الثبات، الإحصاءات الوصفية،

اختبار One-Sample Statistics

مجتمع البحث:

يتجسد مجتمع البحث بجميع زبائن المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية (مصرف سوريا والمهجر، المصرف العربي -سورية، مصرف بيمو السعودي الفرنسي، مصرف بيبيلوس-سورية، مصرف عودة سورية، المصرف الدولي للتجارة والتمويل) حيث تم أخذ عينة عشوائية ميسرة من زبائن هذه المصارف وبلغ حجمها (132) زبون.

حدود البحث:

الحدود المكانية: محافظة اللاذقية

الحدود الزمانية: العام 2024

الحدود الموضوعية: أبعاد مربع التسويق الذهبي (الصورة الذهنية، تثبيت الصورة الذهنية، ولاء العملاء، رضا العملاء).

الإطار النظري:

مفهوم مربع التسويق الذهبي:

هو عبارة عن مجموعة من التجارب والخبرات المتراكمة والمعارف التي تتكون في ذهن الزبائن وترسم انطباعاً معيناً من خلال العديد من وسائل الاتصال التي تؤثر في سلوكهم وعواطفهم تجاه الشركة، وكما عرف بأنه مجموعة من الأبعاد المتمثلة بالصورة الذهنية

والتموضع والولاء والرضا تستطيع من خلالها تثبيت صورة ذهنية للشركة الناجحة لدى
الزبون (كلور وآخرون، 2024، ص90).

أبعاد مربع التسويق الذهبي:

1. الصورة الذهنية :

تشير الصورة الذهنية إلى أنها واحدة من الأصول الاستراتيجية التي تقود إلى إيجاد ميزة
تنافسية وظروف مشجعة للبقاء ولتطوير المنظمة، فضلاً عن أنها تسهم في تحسين
السلوك والمواقف الفردية عند الزبائن (لفتة، 2019، ص678)

مكونات الصورة الذهنية: (Al-Rhaimi, 2015, p78)

المكون المعرفي: وهي المعلومات والمعارف التي يكتسبها الفرد في موضوع ما من البيئة
المحيطة به

المكون العاطفي: الاتجاهات والعواطف والانفعالات تجاه موضوع معين حسب الفرح
والحزن والغضب

المكون السلوكي: التصرفات التي تعكس اتجاهات الفرد في شؤون حياته المختلفة لإشباع
حاجاته ورغباته

ويرى الباحث ان الصورة الذهنية تعتمد على ثلاثة مكونات هي البعد المعرفي الذي يعتمد
على المعلومات التي يدركها الفرد من جانب معين، والبعد الوجداني الذي يتم من خلاله
الميل بالإيجاب او السلبية نحو جانب معين والبعد السلوكي الي يعتمد على التنبؤ بسلوك
الأفراد من اجل تكوين صورة ذهنية محددة.

انواع الصورة الذهنية:

هناك عدة أنواع للصورة الذهنية (إيهاب، 2024، ص8) :

الصورة المرأة: ويقصد بها انعكاس الصورة في أذهان جمهور المؤسسة نفسه وخاصة
قاداتها، وتكون بداية للانطباع الذي يتخذه الجمهور الخارجي عن المؤسسة فيما بعد
الصورة المتعددة: وتكون عندما يتعرض الجمهور النموذجين مختلفين للمؤسسة ويعطي
كل منها انطباعاً مختلفاً عنها ومن الطبيعي ألا يستمر هذ التباين في الانطباعات، فإما

يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية ، أو أن تجمع بين الجانبين في صورة موحدة تضم العناصر الايجابية والسلبية معاً لشدة تأثير كل منهما على أفراد الجمهور الصورة المثلى: وهي تلك الصورة التي تنتج عن التكامل بين ما تقدمه المؤسسة من خدمات ومنتجات وبين المعلومات التي تقدمها لجمهورها بحيث يتحقق التوافق بين أقوال المؤسسة وأفعالها

الصورة المتكاملة: ويقصد بها صورة المؤسسة ذاتها بغض النظر عما تنتجه من سلع وخدمات وتتكون تلك الصورة من عناصر عدة ويشترك في تكوينها، تاريخ المؤسسة المكانة الاقتصادية، السمعة الطيبة، القدرة على الاضطلاع بالمسؤولية الاجتماعية والعلاقة مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة

أهمية الصورة الذهنية:

إن أبرز العوائد والفوائد التي تجنيها الصورة الذهنية ما يلي:(شكي وبواري،2022)

- زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة
 - جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسات وزيادة تمويل برامجها وأنشطتها
 - استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطة المؤسسة
 - توليد الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة في نفوس أعضاء المؤسسين والعاملين
 - زيادة اهتمام قادة الرأي العام ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع
- يمكن القول أن الصورة الذهنية تعتبر أهم العناصر التي تستند عليها المؤسسة في الاتصال مع الجماهير، وإيصال الرسالة المناسبة لهم، إن لم نقل أساساً لا يمكن الاستغناء عنه لتحقيق شرعيتها أمام المنافسة والسلطة والحكومة وكل المجتمع المدني، بحيث أن المؤسسة ترتقي من مجرد المعاملات التجارية إلى خطاب عنوانه التضامن، وهو ما يجعلها عنصراً فاعلاً اجتماعياً وسياسياً وليس اقتصادياً فقط.

2. التمتع (تثبيت الصورة الذهنية):

يعرف بأنه المكانة والكيفية التي تشغلها المؤسسة في ذهن الجمهور بغض النظر عن جودتها وخدماتها الحقيقية وخيار استراتيجي يتم من خلاله إحلال مكانة هامة لصورة المؤسسة وخلق صورة فريدة ومتميزة في أذهان الجمهور (خوالدية و آخرون،2022،ص13)

وتأتي أهمية التوقع من خلال أنه يلعب دوراً هاماً في توجيه القرارات الشرائية للمستهلكين، نظراً للتنوع والتشابه الكبيرين بين المنتجات فإن قرار الشراء يخضع لمواقع السلع في أذهان المستهلكين، وكما أن التوقع يضمن الانسجام بين عناصر المزيج التسويقي التي تأتي بعد عملية تحديد الموقع (الخنسة، 2021، ص55)

3. ولاء الزبائن:

عرف ولاء الزبون بأنه التزام الزبون بإعادة الشراء للسلعة أو الخدمة المفضلة في المستقبل بالرغم من الجهود التسويقية والتأثيرات الظرفية التي لها قدرة على إحداث تغيير في سلوك المستهلك (أحمد، 2022، ص315)، حيث أن إنشاء ولاء الزبائن أصبح أكثر تعقيداً مما كان عليه في السنوات الماضية ويرجع ذلك إلى التقدم التكنولوجي وانتشار استخدامات الانترنت، حيث يتطلب بناء الولاء من الشركة التركيز على قيمة منتجاتها وخدماتها وإظهار اهتمامها بتحقيق الرغبة أو بناء العلاقة مع الزبائن (Khadka&Maharjan, 2017, P8)

يتضح للباحث لكي يتحقق ولاء العميل لابد وان يستمر في شرائه لمنتج معين او تعامله مع منظمة معينة، وتكرار شراء السلعة او الخدمة نتيجة لشعور الفرد الإيجابي ناحية المنتج او المنظمة، وحسب رأي الباحث فإن ولاء العميل يعد تكوين اتجاه تفضيلي لدى العميل تجاه الشركة والالتزام بتكرار الشراء لمنتجاتها ومنع حدوث تحول في السلوك الشرائي له مع توصية الآخرين للتعامل معها.

4. رضا الزبائن: هو مستوى من إحساس الزبون الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته (زهرة، 2022، ص31)، وكما يعرف بأنه إدراك الزبون لمستوى تلبية مطالبه. (بلحسن، 2012، ص24).

أهمية رضا الزبائن:

إن رضا الزبون والمحافظة عليه من أهم الأهداف التي تسعى المؤسسات الرائدة إلى تحقيقها، حيث أن مستويات عالية من رضا الزبون تؤدي إلى تعزيز ولاء الزبون مما

يقلص من نسبة فقدان الزبائن ويضمن مردودية تجارية عالية ، ولا سيما أن الزبون الراضي يعتبر مروج ممتاز للمؤسسة ومنتجاتها وخدماتها، وكما أن رضا الزبون يعتبر مفتاح وبوابة رضا الأطراف الفاعلة الأخرى من مساهمين ومالكين وعمال، إضافة إلى أنه عامل هام لتحسين الأداء التسويقي والتجاري للمؤسسة، والذي بدوره يؤدي إلى تحسين ادائها المالي والاقتصادي ويرفع من ربحيتها ومردوديتها(وسام،2019،ص49).

وعليه يمكننا القول أن رضا الزبون في مجال التسويق :هو المحور الأساس لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين الزبون والمنظمة وذلك لتحقيق القناعة لديه حيث المنتج المقدم إليه هو مطابق لتوقعاته وحاجاته والهدف منه المنظمة إلى بناء علاقات مستقبلية طويلة الأمد مبنية على أساس تبادل المنفعة بين الطرفين الأول الزبون يتحقق لديه الرضا التام والمنظمة تحقق من ذلك أرباح معقولة المعروفة بالطرف الثاني الإطار العملي:

لمحة عن محل الدراسة:

محل الدراسة هو المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية وهي (مصرف سوريا والمهجر، المصرف العربي -سورية، مصرف بيمو السعودي الفرنسي، مصرف بيبيلوس -سورية، مصرف عودة سورية، المصرف الدولي للتجارة والتمويل) في محافظة اللاذقية.

بنك بيمو السعودي الفرنسي

بحسب (موقع سوق دمشق للأوراق المالية، 2022):

بنك بيمو السعودي الفرنسي هو شركة مساهمة مغفلة عامة مسجلة في السجل التجاري رقم 13901 بتاريخ 29 كانون الأول 2003 وفي سجل المصارف تحت الرقم 8/ يقع مركزه الرئيسي في بناء مجمع الشام، صالحيه، دمشق، سورية. باشر البنك أعماله في 4 كانون الثاني 2004 بغرض القيام بتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكة تكونت تدريجياً من:

سبعة وأربعون فرعاً ومكتباً موزعين على غالبية المحافظات السورية، سبعة فروع ومكاتب منها تم إغلاقها مسبقاً بشكل نهائي وهي: (البرامكة، الطلياني، المالكي، مكتب الشام سيتي سنتر، مكتب الموغامبو (نيو مول-حلب)، حمص الرئيسي، مكتب مرفأ طرطوس). نتيجة الظروف التي شهدتها بعض المناطق في الجمهورية العربية السورية، تم إيقاف العمل مؤقتاً في اثنا عشر فرعاً وهي (عدرا، دوما، صحنايا، حلب المدينة، حلب المحافظة، إدلب، حلب الشيخ نجار، الحسياء، درعا، القنيطرة، دير الزور، الرقة).

استراتيجية البنك: يسعى بنك بيمو السعودي الفرنسي للمحافظة على مستوى أدائه من خلال تقديم الخدمات والحلول المصرفية المتنوعة للأفراد والشركات بكفاءة عالية، ويحافظ البنك على ميزته التنافسية والتي تكمن في تغطيته الواسعة لغالبية المحافظات السورية من خلال فروعه الموزعة في المحافظات، وتتمحور استراتيجية وأهداف بنك بيمو السعودي الفرنسي بزيادة حصته السوقية، التحول الرقمي وتحسين الكفاءة.

رؤية البنك: أن يكون البنك الأول لجميع السوريين.

رسالة البنك: أن يلتزم بتلبية حاجات زبائنه وتخطي توقعاتهم والسعي إلى زيادة حقوق مساهميه وتحسين ظروف موظفيه المعيشية، والمساهمة بشكل فعال في تنمية البلد الاقتصادية والاجتماعية.

قيم البنك: النزاهة والتحفظ والسرية والمسؤولية الاجتماعية والامتياز والاحتراف.

بنك بيلوس المدرج في سوق دمشق للأوراق المالية.

— تأسس بنك بيلوس سورية ش.م.ع. ("البنك") كشركة مساهمة سورية بتاريخ 2005/10/20 بموجب قرار الترخيص الصادر عن مجلس الوزراء السوري رقم 11/م.ع. بتاريخ 2005/3/10 وبموجب قرار التأسيس رقم 925/ بتاريخ 2005/11/26، ووفقاً لقانون المصارف رقم 28 لعام 2001، تم تسجيله بموجب السجل التجاري رقم (14497). وتم تسجيل البنك لدى سجل المصارف تحت رقم 13 كمصرف خاص. واتخذ البنك مقره الرئيسي في دمشق، سورية.

— تأسس البنك برأسمال قدره 2,000,000,000 ليرة سورية مقسم إلى 4,000,000 سهم بقيمة اسمية 500 ليرة سورية للسهم الواحد. — تم زيادة رأس المال على عدة مراحل ليصبح

إجمالي رأس المال 6,120,000,000 ليرة سورية مقسمة على 61,200,000 سهم بقيمة اسمية 100 ليرة سورية للسهم الواحد.

— يقدم المصرف العديد من الأنشطة والخدمات المصرفية من خلال مركزه الرئيسي وفروعه الإحدى عشر في دمشق وريف دمشق والسويداء وحلب وحمص وحماة واللاذقية وطرطوس.
— ونتيجة للظروف الاستثنائية التي تمر بها بعض مناطق الجمهورية العربية السورية تم إيقاف العمل مؤقتاً في ثلاثة فروع للمصرف وهي فرع حمص وفرع حوش بلاس وفرع شارع الملك فيصل بحلب، وذلك بعد الحصول على موافقة مصرف سورية المركزي بإيقافه مؤقتاً إلى حين زوال الظروف الاستثنائية ليعود بعدها إلى الخدمة.

— خلال العام 2020 حصل البنك على موافقة مصرف سورية المركزي على تملك عقار في محافظة حمص لاستخدامه كمقر معتمد لفرع البنك الواقع في محافظة حمص بدلاً من المقر القديم، وذلك ليتمكن الفرع من معاودة ممارسة أعماله عملياً.

بنك الائتمان الأهلي (عودة سابقاً). تم تأسيس بنك عودة سورية كشركة مساهمة مغفلة في 30 آب عام 2005 بموجب السجل التجاري رقم 14456، كما سجل لدى مفوضية الحكومة تحت رقم 12 بوصفه مصرفاً خاصاً.

تأسس المصرف برأس مال مقداره 25000000000 ل.س، وقد تم زيادة رأس المال بشكل تدريجي ليصبح في العام 2011 رأس المال المصرح والمكتتب به والمدفوع 5724500000 ل.س، مقسم إلى 57245000 سهم بقيمة اسمية قدرها 100 ل.س، للسهم الواحد مدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

يقوم المصرف بتقديم جميع الأعمال المصرفية والمالية من خلال مركزه وفروعه داخل الجمهورية العربية السورية وعددها 19 فرع مرخصة، وتسهم مجموعة عودة ش.م.ل بنسبة 47% في رأس مال المصرف، كما يساهم مصرف عودة سورية ش.م.م.ع بنسبة 99.99% في شركة عودة كابيتال سورية محدودة المسؤولية (موقع سوق دمشق للأوراق المالية، 2022)

أداة الدراسة:

دراسة مدى توفر أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة
اللاذقية (دراسة ميدانية)

قامت الباحثة بتصميم استبانة مكونة من 22 عبارة ، وتم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما مبين بالجدول الآتي:

الجدول (1) توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي بحسب المجال

المجال	درجة الموافقة
1-1.8	غير موافق بشدة
1.81-2.6	غير موافق
2.61-3.4	محايد
3.41-4.2	موافق
4.21-5	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثة

اختبار ثبات وصدق الأداة:

استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات الأداة ، حيث تم حساب معامل كرونباخ لحساب ثبات جميع عبارات الاستبانة معاً، كما مبين في الجدول الآتي:

الجدول (2) معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	22

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

يُظهر الجدول (2) أنَّ قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة يساوي 0.963 (معامل ثبات عالي) ، وهذا يدلّ على أنَّ جميع العبارات تتمتع بثبات عالي ولا داعي لحذف أيّة عبارة.

وكما قام الباحث بحساب معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الدراسة، كما يظهر الجدول الآتي:

الجدول (3) معامل ألفا كرونباخ ومعامل الصدق لكل متغير على حدة

المتغير	Cronbach's Alpha	N of Items
---------	------------------	------------

5	.920	الصورة الذهنية
5	.854	تنشيط الصورة الذهنية
6	.933	ولاء الزبون
6	.954	رضا الزبون

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

يلاحظ من الجدول السابق رقم (3) أن معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة قيمها أعلى من 0.7 وهذا يدل على أن العبارات المكونة لكل متغير من متغيرات الدراسة تتمتع بثبات عالي ولا داعي لحذف أي عبارة منها.

الإحصائيات الوصفية لعبارات الاستبانة:

قام الباحث بحساب المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الخطأ المعياري كما مبين في الجدول الآتي رقم(4):

الجدول(4) الإحصائيات الوصفية الخاصة ببند الاستبانة

Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N		
.043	.488	4.08	132	يترك المصرف لديك انطباع ذهني إيجابي لدى التعامل مع العاملين لديه	محور الصورة الذهنية
.047	.538	3.97	132	يهتم عاملي المصرف بالزبون ويقومون بتقديم الخدمات بأقصى سرعة ممكنة	
.043	.494	4.00	132	يوجد اهتمام بمتطلبات الزبون واستجابة لها قدر المستطاع	
.047	.537	3.95	132	يهتم المصرف بتقديم معلومات دقيقة وواضحة عن خدماته	

دراسة مدى توفر أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة
اللاذقية (دراسة ميدانية)

محور تثبيت الصورة الذهبية	يقدم العاملون في المصرف صورة إيجابية عن المصرف	132	3.98	.538	.047
	تشعر بأن لديك رغبة في تكرار التعامل مع نفس المصرف	132	3.97	.301	.026
	تشعر بأن الانطباع السائد والكلام المتناقل بين زبائن المصرف إيجابي	132	4.02	.390	.034
	تشعر بالثقة في الوعود حول تطوير الخدمات التي يقدمها المصرف	132	3.96	.435	.038
	أشعر بالتحسن المستمر في تقديم الخدمات للزبائن	132	3.98	.428	.037
	تشعر بأن الخدمات التي يقدمها المصرف تتمتع بجودة مرتفعة	132	4.00	.371	.032
محور ولاء الزبون	لديك الرغبة باستمرار التعامل مع المصرف	132	3.92	.519	.045
	أنصح أصدقائي وأقاربي بالتعامل مع المصرف	132	3.95	.557	.048
	يوجد ارتياح مستمر بالتعامل مع نفس المصرف	132	3.93	.465	.041
	أحدثت عن الجوانب الايجابية للمصرف أمام زملائي ومعارفي	132	3.91	.486	.042
	اهتمام كوادر المصرف بتساؤلات الزبائن وحاجاتهم يساهم في احتفاظهم بالزبون	132	3.92	.533	.046
	أشعر بتفضيل مرتفع للخدمات التي يقدمها المصرف	132	3.91	.470	.041

030.	344.	3.94	132	تعتبر نفسك راضٍ عن الخدمات التي يقدمها المصرف	مؤشر رضا الزبون
037.	421.	3.92	132	الخدمات المقدمة من قبل المصرف على قدر توقعاتي	
034.	390.	3.97	132	يلبي المصرف قدر الإمكان رغبات الزبائن وحاجاته	
033.	377.	3.95	132	تشعر بأن كوادر المصرف تمتلك الكفاءة الجيدة لتقديم الخدمات المطلوبة للزبائن	
025.	289.	3.98	132	تشعر بكل مرة تتعامل فيها مع المصرف برضا أكثر من المرة السابقة	
039.	452.	3.96	132	أشعر بالرضا على أسعار الخدمات التي يقدمها المصرف	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

من الجدول السابق رقم(4) نجد أن متوسط إجابات أفراد عينة البحث على جميع عبارات الاستبانة موجودة ضمن مجال (3.41-4.2) وحسب مقياس ليكرت الخماسي يدل على أن إجابات المبحوثين تميل إلى الموافقة.

اختبار الفرضيات:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

الجدول (5) اختبار الفرضية الفرعية الأولى One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
الصورة الذهنية	132	4.00	.452	.039	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

من الجدول السابق نلاحظ أن متوسط إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق الذهبي هو (4.00) هذا يدل على أن إجابات عينة البحث على محور الصورة الذهنية تميل إلى الموافقة، ونلاحظ أن قيمة (Sig)، هي 0.000 ، ونستنتج من ذلك رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة ، أي نتيجة الفرضية الفرعية الأولى: يوجد فرق إيجابي ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول الصورة الذهنية وبين متوسط الحيات (3)

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول تثبيت الصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحيات (3)

الجدول (6) اختبار الفرضية الفرعية الثانية One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
تثبيت الصورة الذهنية	132	3.99	.305	.027	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

من الجدول السابق نلاحظ أن متوسط إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق الذهبي هو (3.99) هذا يدل على أن إجابات عينة البحث على محور تثبيت الصورة الذهنية تميل إلى الموافقة، ونلاحظ أن قيمة (Sig)، هي 0.000 ، ونستنتج من ذلك رفض

فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة ، أي نتيجة الفرضية الفرعية الثانية: يوجد فرق إيجابي ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول تثبيت الصورة الذهنية وبين متوسط الحياض (3)

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول ولاء الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهني وبين متوسط الحياض (3)

الجدول (7) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
ولاء الزبائن	132	3.92	.438	.038	.000

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.

من الجدول السابق نلاحظ أن متوسط إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق الذهني هو (3.92) هذا يدل على أن إجابات عينة البحث على محور ولاء الزبائن تميل إلى الموافقة، ونلاحظ أن قيمة (Sig)، هي 0.000 ، ونستنتج من ذلك رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة ، أي نتيجة الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد فرق إيجابي ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول ولاء الزبائن وبين متوسط الحياض (3)

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط بين متوسط إجابات عينة البحث حول رضا الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهني وبين متوسط الحياض (3)

الجدول (8) اختبار الفرضية الفرعية الرابعة One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
رضا الزبائن	132	3.95	.345	.030	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.
من الجدول السابق نلاحظ أن متوسط إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق
الذهبي هو (3.95) هذا يدل على أن إجابات عينة البحث على محور ولاء الزبائن تميل
إلى الموافقة، ونلاحظ أن قيمة (Sig)، هي 0.000 ، ونستنتج من ذلك رفض فرضية العدم
وقبول الفرضية البديلة ، أي نتيجة الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد فرق إيجابي ذو دلالة
إحصائية بين متوسط إجابات عينة البحث حول ولاء الزبائن وبين متوسط الحياد (3)

اختبار الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية الرئيسية على لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط إجابات عينة
البحث حول مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

الجدول (9) اختبار الفرضية الفرعية الرئيسية One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
مربع التسويق الذهبي	132	3.97	.340	.030	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 23.
من الجدول السابق نلاحظ أن متوسط إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق
الذهبي هو (3.97) هذا يدل على أن إجابات عينة البحث على محور مربع التسويق
الذهبي تميل إلى الموافقة، ونلاحظ أن قيمة (Sig)، هي 0.000 ، ونستنتج من ذلك رفض
فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة ، أي يوجد فرق إيجابي ذو دلالة إحصائية بين
متوسط إجابات عينة البحث حول مربع التسويق الذهبي وبين متوسط الحياد (3)

نتائج البحث:

- ❖ يوجد توفر جيد للصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة
- ❖ يوجد توفر جيد لتثبيت للصورة الذهنية كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة
- ❖ يوجد توفر جيد لولاء الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة
- ❖ يوجد توفر جيد لرضا الزبائن كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة
- ❖ يوجد توفر جيد لمربع التسويق الذهبي كأحد أبعاد مربع التسويق الذهبي في المصارف محل الدراسة

التوصيات:

- ❖ التأكيد على تقديم الخدمات بأسرع وقت ممكن والرد على استفسارات الزبائن من أجل الحفاظ على صورة ذهنية إيجابية لدى الزبائن
- ❖ مواكبة التطورات وإدخال التحسينات المستمرة في مجال العمل المصرفي ومجال الخدمات المصرفية وذلك لزيادة تثبيت الصورة الذهنية الايجابية لدى الزبائن
- ❖ العمل على تأمين الارتياح النفسي للزبائن من خلال استقطاب موارد بشرية كفؤة تلبي متطلبات الزبائن وتأمين بيئة مادية مريحة للزبائن (مساحة كافية، مقاعد مريحة...الخ) وذلك من أجل زيادة ولاء الزبائن
- ❖ القيام باستبانات لتوزيعها على الزبائن بشكل دوري تتضمن أسئلة عن مدى جودة الخدمات التي يقدمها المصرف ومدى تلبية رغبات الزبائن وذلك من أجل قياس مدى رضا الزبائن ولمعرفة المشاكل التي قد تعترضهم والعمل على معالجتها بشكل فوري
- ❖ القيام بأبحاث مستقبلية فيما يخص مربع التسويق الذهبي وأبعاده الصورة الذهنية، تثبيت الصورة الذهنية، ولاء الزبائن، و رضا الزبائن ،وعلى سبيل المثال بعض العناوين المقترحة:

◀ دور التسويق الالكتروني في تعزيز مربع التسويق الذهبي في المصارف التجارية
الخاصة

◀ أثر مربع التسويق الذهبي في النية الشرائية للزبائن.

المراجع العربية:

- (1) أحمد، سجي(2022). دور عناصر المزيج التسويقي في تعزيز ولاء الزبون بحث ميداني في مجموعة من أسواق المفرد الكبيرة في بغداد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (18)، العدد(59)، ص311-312.
- (2) إيهاب، بوعكاز(2024). تأثير الصورة الذهنية على سلوك المستهلك دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة-488، مذكرة ماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة-، الجزائر.
- (3) البطريق، مروة(2019). تأثير الصورة الذهنية للشركة على سلوك إعادة الشراء لدى المستهلك المصري" دراسة تطبيقية على الأدوات الكهربائية المنزلية، المجلد العاشر، العدد الثالث، ص507-532.
- (4) الخنسه، علي(2021). دور مربع التسويق الذهبي في الأداء المالي(دراسة ميدانية في فروع المصارف التجارية العاملة في الساحل السوري)، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة اللاذقية، سورية.
- (5) بشكي، رقي وبواري، احلام(2022). جودة الخدمة المصرفية واثرها على الصورة الذهنية لدى العملاء" دراسة ميدانية بينك التنمية المحلية BDL وكالة ورقلة، مذكرة ماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- (6) بلحسن، سميحة(2012). تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون"دراسة حالة مؤسسة موبيليس-وكالة ورقلة-، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- (7) خوالدية، نجلاء وزدوري، جيهان ودخيلي، سارة(2022). الصورة الذهنية للمؤسسة : إدارة الصورة ، التموقع والهوية" دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945-قالمة-، مذكرة ماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر.

- (8) زهره،ريان(2022). أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء(دراسة ميدانية على عملاء شركات الاتصالات الخلوية السورية) مجلة جامعة البعث، المجلد 44، العدد 23، ص 29-ص 56.
- (9) سارة، مغربي(2022). أهمية تطبيق المربع للتسويق في المؤسسات الخدمية من وجهة نظر الزبائن "دراسة ميدانية المؤسسة الحمامات المعدنية بزلفانة، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية علوم اقتصادية ، علوم التسيير وعلوم تجارية، جامعة غرداية، الجزائر.
- (10) سليمان، لمياء (2022). تأثير المربع الذهبي للتسويق في العلاقة بين الكلمة المنطوقة إلكترونياً (EWOM) ونية إعادة الشراء" دراسة ميدانية على عملاء شركات الطيران الخاصة"، مجلة التجارة والتمويل، العدد (4)، ص 542-ص 637.
- (11) شقواب، ابو زيد حمد عيسى؛ عثمان، ابي محمود محمد، كمبال، مجاهد توفيق بدر؛ عكاشة، مجاهد مرزوق بابكر؛ عبد الباقي، معاذ قسم السيد عوض البارئ (2016).
اثر وسائل التواصل الاجتماعي على مربع التسويق الذهبي، بحث لنيل درجة
البكالوريوس، قسم التسويق، كلية الدراسات التجارية، جامعة السودان للعلوم
والتكنولوجيا، السودان.
- (12) صبح،ديننا(2022) دور إدارة علاقات الزبون في تحسين الصورة الذهنية للشركة
(دراسة حالة شركة ميلك مان الغذائية)،مجلة جامعة البعث،المجلد(44)، العدد(1)،
ص 71-ص 104.
- (13) كلور، حسين وأحمد، حسان والجناي، أحمد(2024). أثر التسويق بالمعلومات في تحقيق مربع التسويق الذهبي"دراسة ميدانية في شركة زين العراق للاتصالات،
المجلد(20)، العدد(65)، 83-100.
- (14) لفقة،ضرغام(2019).أثر الصورة الذهنية في تعزيز ولاء الزبون "دراسة استطلاعية
لآراء عينة من زبائن مستشفى الأمير الأهلي في مدينة النجف الأشرف،المجلد(1)،
العدد(54)،ص 672-699.

- 15) وسام، فلياشي (2019). دور التسويق الداخلي في كسب رضا الزبون من خلال التحسين في جودة الخدمة المصرفية" دراسة حالة مصرف السلام- فرع بسكرة-، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 16) محمد، محمد عاصم عبد الجليل (2017). استخدام نموذج المربع الذهبي في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية. مجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. المجلد (8)، العدد (2) ..
- 17) (موقع سوق دمشق للأوراق المالية، 2022)

المراجع الأجنبية:

- 1)Al-Rhaimi,Salem(2015).**The Impact of Internal Marketing on the Mental Image of the Tourism Program**,International journal of Marketing Studies, Vol(7),No(3),P76-83
- 2)Benabid,Farid&Maroua,Djouad(2024).**The Impact of Digital Marketing on the Golden Marketing Square for the Banking Customer: Case Study of a Sample of Customers from the External Bank of Algeria**,Management&Economics Research Journal, Vol(06),No(2),P743-761.
- 3)Hammad,Sara& Mohammed,Sherif(2020).**The Mediating Role of Golden Square of Marketing between Effective Product packaging Elements and Customer Patronage:An Empirical Study on Cosmetics and Beauty Care Products in Egypt**,Vol(11),P716-775
- 4)Khadka,Kabu&Maharjan,Sonlya(2017).**Customer Satisfaction and Customer Loyalty**,Thesis Centria University Of Applied Sciences Business Management,P1-64.

دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية

أ.د. ريزان نصور *

د. أحمد السكري **

عمار زيدان ***

مستخلص

هدفت هذه الدراسة الى تحليل العلاقة بين التسويق الابتكاري والميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية، حيث تم تقييم كل من التسويق الابتكاري في المصارف المدروسة، وتقييم أبعاد الميزة التنافسية (تخفيض التكلفة، جودة الخدمة، المرونة، تخفيض الوقت). تم الاعتماد على المنهج الوصفي كمنهج عام للبحث، كما تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية الميسرة، وتم تحليل البيانات لـ 97 استبانة باستخدام اختبار ستيودينت لعينة واحدة، والارتباط الخطي البسيط.

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من بينها:

- توجد علاقة معنوية متوسطة القوة بين التسويق الابتكاري من جهة وتخفيض التكلفة والمرونة من جهة اخرى.
- توجد علاقة معنوية قوية بين التسويق الابتكاري وجودة الخدمة في المصارف المدروسة.

* أستاذ في قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين.

** أستاذ مساعد في قسم إدارة الاعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين.

*** طالب دكتوراه في قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين.

○ توجد علاقة معنوية ضعيفة بين التسويق الابتكاري وتخفيض الوقت في المصارف المدروسة.

الكلمات المفتاحية: الميزة التنافسية، التسويق الابتكاري

The Impact of Innovative Marketing on the Competitive Advantage of Private Commercial Banks in Latakia Governorate

DR. Rezan Nassour^{*}

DR. Ahmad Al- sukkary^{}**

Ammar zidan^{*}**

Abstract:

This study aims to analyze the relationship between innovative marketing and the competitive advantage of private commercial banks operating in Latakia Governorate. The study assesses both innovative marketing in the studied banks and the dimensions of competitive advantage (cost reduction, service quality, flexibility, and time reduction).

The descriptive approach was used as a general research method, and the convenience sampling method was used. The data of 97 questionnaires were analyzed using the one-sample Student's t-test and simple linear regression.

^{*}Professor in the Department of Business Administration - Faculty of Economics - Tishreen University

^{**}Assistant Professor in the Department of Business Administration - Faculty of Economics - Tishreen University.

^{***}PhD student in the Department of Business Administration - Faculty of Economics - Tishreen University.

The study reached a set of results, including:

- There is a moderate positive correlation between innovative marketing and cost reduction and flexibility.
- There is a strong positive correlation between innovative marketing and service quality in the studied banks.
- There is a weak positive correlation between innovative marketing and time reduction in the studied banks.

Keywords: innovative marketing, competitive advantage

1- المقدمة:

مع التطورات الحاصلة في البيئة التسويقية والاقتصادية، صار لزاماً على المنظمات العمل على تطوير استراتيجياتها الإدارية عموماً والتسويقية على وجه الخصوص، حيث يمثل التسويق الابتكاري واحداً من التوجهات التسويقية الحديثة نسبياً على مستوى الأدبيات التسويقية من جهة، والتطبيقات العملية من جهة أخرى، ولعل الابتكار يمثل واحدة من الركائز الأساسية التي لطالما كانت الميزة التنافسية واحدة من الأهداف التي تسعى المنظمات على اختلافها في الوصول إليها ما يضمن لها تحقيق قدراتها التنافسية التي تمكنها من الاستمرار في بيئة سريعة التغير وشديدة المنافسة، ويعتبر قطاع البنوك واحد من القطاعات الإنتاجية التي تسهم في الناتج المحلي الإجمالي وذلك من خلال إنتاج وتقديم الخدمات البنكية المتنوعة لاسيما تلك المتعلقة بجانبَي وظيفة الوساطة المالية وهي خدمات الإيداع وخدمات منح الائتمان البنكي، ومع التطورات التشريعية والتنظيمية التي لاقاها القطاع المصرفي في الجمهورية العربية السورية، زادت أهمية امتلاكه لميزة تنافسية تمكنها من الاستمرار في السوق السورية في ظل الظروف السياسية والاقتصادية والأمنية التي تعيشها البلاد، ومن هنا جاءت أهمية دراسة العلاقة بين التسويق الابتكاري والميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في الساحل السوري،

2- الدراسات السابقة:

- دراسة (عبد الله وآخرون، 2021) بعنوان:

دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للسلع التذكارية في المقصد السياحي المصري.

المشكلة والهدف: هدفت هذه الدراسة الى الوصول الى الدور الذي يمكن أن يلعبه التسويق الابتكاري (الابتكار في المنتج، الابتكار في السعر، الابتكار في الترويج، الابتكار في التوزيع) في تحقيق الميزة التنافسية فيما يتعلق بالسلع التذكارية في المقاصد السياحية في جمهورية مصر العربية. المنهجية: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من اجل التحديد الدقيق لمتغيرات الدراسة، والوصول الى اهداف البحث، حيث تم توزيع 400 استبانة على عينة من العملاء والسياح، تم استخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية من بينها اختبار الفروق لعينة واحدة، والانحدار الخطي البسيط.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من بينها:

- يوجد تأثير معنوي للتسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية.
- تم الاعتماد بالدرجة الأولى على الابتكار في التسعير كأحد ابعاد التسويق الابتكاري.
- هناك تقييم ضعيف من قبل العينة حول وجود تسويق ابتكاري في البيئة المدروسة.

دراسة (بلدية، 2021) بعنوان:

دور التسويق الابتكاري في تحسين الحصة السوقية - دراسة ميدانية في شركة سيفارما للصناعات الدوائية.

المشكلة والهدف: هدفت هذه الدراسة الى تحليل العلاقة بين التسويق الابتكاري (تكنولوجيا التسويق، قيمة الموارد، المخاطرة، الابداع المستدام) كمتغيرات مستقلة والحصة السوقية كمتغير تابع في شركة سيفارما للصناعات الدوائية.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج عام للدراسة، وتم اجراء مسح شامل للعاملين في الشركة، حيث بلغ عدد الاستبانات التي تم تحليلها 47 مفردة، وتم استخدام كل من اختبار الفروق لعينة واحدة، واختبار الارتباط الخطي البسيط من أجل اختبار الفرضيات.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من أهمها:

- وجود علاقة معنوية متوسطة بين تطوير تكنولوجيا التسويق والحصة السوقية.
- وجود علاقة معنوية متوسطة بين رفع الموارد والحصة السوقية.
- وجود علاقة معنوية قوية بين التسويق الابتكاري والحصة السوقية في شركة سيفارما الدوائية.

دراسة (Dwivedi, Pawsey, 2023) بعنوان:

Examining the drivers of marketing innovation in SMEs

دراسة مقومات التسويق الابتكاري في الشركات الصغيرة والمتوسطة.

الهدف والمشكلة: هدفت هذه الدراسة الى إجراء اختبار وتحليل دقيق وموضوعي لتوفر مجموعة من العوامل التنظيمية في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي يمكن ان تسهم في تعزيز او مقاومة التسويق الابتكاري في هذه المشروعات.

المنهجية: تم الاعتماد على البيانات التي تم جمعها خلال 5 سنوات من قبل لجنة متخصصة في المكتب المركزي للإحصاء في استراليا، حيث تم الوصول الى 4378 مشاهدة خاصة بالعوامل التنظيمية التي تم دراستها، وتم استخدام تحليل الانحدار اللوجستي للوصول لاختبار الفرضيات والوصول الى الأهداف البحثية من اهم النتائج التي تم الوصول إليها:

- النسبة الأكبر من الشركات المدروسة تقوم بممارسة فعالة للتسويق الابتكاري.
- كان التركيز الأكبر من الشركات على الابتكار في الخدمات مقارنة بالسلع الأخرى.
- مان هناك تزايد في مستوى تطبيق التسويق الابتكاري مع ازدياد حجم الشركات لتوفر الموارد المادية والبشرية المطلوبة مقارنة بالشركات الأصغر حجماً.

■ دراسة (Muis, 2023) بعنوان:

Promotion Strategies for BMTto Enhance Competitive Advantage: A SWOT Analysis

استراتيجيات الترويج لـ BMT لتعزيز الميزة التنافسية: تحليل سوات

المشكلة والهدف: هدفت هذه الدراسة الى تحليل العلاقة بين الترويج من خلال خمسة أبعاد (الإعلان، البيع الشخصي، الدعاية، ترويج المبيعات، التسويق المباشر) في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التمويل الإسلامية الأصغر، بالاعتماد على تحليل نقاط القوة والضعف SWAT **المنهجية:** اعتمدت هذه الدراسة الى المنهج المختلط الذي يقوم بالدمج بين الأساليب النوعية من خلال الملاحظة والمقابلة، والاساليب الكمية من خلال إجراء المسح الميداني، حيث تم جمع البيانات من خلال 85 مقيماً تناولت نقاط القوة والضعف في مؤسسات التمويل، وتم استخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية المناسبة تقوم على أساس تحديد وزن وأهمية نسبية لكل بعد من الابعاد المدروسة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها رؤى حول صياغة استراتيجية مناسبة لمؤسسات التمويل الإسلامية الأصغر في ظل الظروف الحالية، حيث أوصت بالاعتماد على استراتيجية ترويجية قوية من أجل تعظيم فرص الربح و تعزيز قدراتها التنافسية.

ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة كان الاختلاف الرئيس للدراسة هو في بيئة التطبيق المتمثلة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية، بالإضافة إلى تركيزه على بيئة تطبيق خدمية في حين كانت الدراسات السابقة تركز على منظمات وشركات مختصة بالمنتجات السلعية

2- مشكلة الدراسة:

من خلال دراسة استطلاعية قام بها الباحث بعدد من المصارف التجارية الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية لاحظ الباحث وجود منافسة بين المصارف الخاصة في ظل الأنظمة والقوانين النازمة لعمل المؤسسات البنكية في سورية، وهذا ما ترتب وجوب وجود ميزة تنافسية بين هذه المصارف من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية التي تضعها هذه المصارف، ومن خلال مجموعة من الأسئلة الاستطلاعية التي قام الباحث بتوجيهها الى هذه المصارف، لاحظ من خلال الإجابات وجود تفاوت في المزايا التنافسية ولا سيما فيما يتعلق بالعمليات التشغيلية والآليات المعتمدة وجودة الخدمات المصرفية المقدمة، ومن خلال المراجعة الأدبية التي قام بها وجد الباحث وجود إمكانية لتأثير التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة وفق التساؤل الآتي:

ما هو دور التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية؟

وبتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. هل يسهم التسويق الابتكاري في تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف المدروسة؟
2. ما مدى مساهمة التسويق الابتكاري في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف المدروسة؟
3. كيف يمكن ان يساعد التسويق الابتكاري في تعزيز مرونة المصارف المدروسة في تقديم الخدمات المصرفية؟
4. هل يوجد دور للتسويق الابتكاري في تخفيض الوقت اللازم لتقديم الخدمات المصرفية في المصارف المدروسة؟

3- فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

ويفترض عنها حسب أبعاد الميزة التنافسية الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتخفيض التكلفة في المصارف المدروسة.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتحسين جودة الخدمات في المصارف المدروسة.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتعزيز المرونة في المصارف المدروسة.
- توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتخفيض الوقت في المصارف المدروسة.

4- أهداف الدراسة وأهميتها:

4-1 أهداف الدراسة:

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد دور التسويق الابتكاري في تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
2. تحديد دور التسويق الابتكاري في تعزيز المرونة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
3. تحديد دور التسويق الابتكاري في تحسين جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
4. تحديد دور التسويق الابتكاري في تخفيض وقت تقديم الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

4-2 أهمية الدراسة:

- **الأهمية النظرية:** تكمن الأهمية للبحث من أهمية الموضوع المدروس، حيث تشكل الميزة التنافسية واحدة من المفاهيم الإدارية والتسويقية الهامة في الأدبيات العلمية المدروسة، والتي ظهرت بشكل أساسي عند بورتر واستمرت الأبحاث في تناولها فيما بعد، كما يشكل التسويق الابتكاري واحد من الآليات والاستراتيجيات التسويقية الحديثة نسبيا والتي لاقت اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة.

○ **الأهمية العلمية:** تكمن الأهمية العلمية للبحث في النتائج والتوصيات التي تم الوصول إليها والتي في حال الأخذ بها يمكن أن تساعد أصحاب القرار في المصارف الخاصة من تعزيز الميزة التنافسية وقدراتها التنافسية في السوق المصرفية في الجمهورية العربية السورية.

5- منهجية الدراسة:

اعتمد الباحث على المقاربة الاستنباطية كمنهج عام للتفكير، كما اعتمد على المنهج الوصفي كمنهج عام للبحث من خلال تحديد دقيق لمتغيرات الدراسة وصياغة الفرضيات للوصول الى اهداف الدراسة، كما تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج spss بالإصدار رقم 26

6- مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث بكافة العاملين في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية، وتم الاعتماد على سحب عينة ميسرة من العاملين في المصارف المدروسة في المستويات الإدارية الثلاثة (عليا، وسطى، تشغيلية) بلغت 97 مفردة.

7- حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: محافظة اللاذقية في الجمهورية العربية السورية.
- الحدود الزمانية: بين شهري تشرين الأول 2024 وشباط 2025.
- الحدود الموضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية بالتسويق الابتكاري كمتغير مستقل والميزة التنافسية كمتغير تابع (تخفيض التكلفة، تحسين الجودة، المرونة، تخفيض الوقت).

الإطار النظري:

مفهوم التسويق الابتكاري:

يمثل التسويق الابتكاري المفتاح للوصول الى الميزة التنافسية، ونجاح الأعمال، والبقاء في قطاع الاعمال، والنقطة الأساسية في النمو الاقتصادي (Bari et al, 2022) يشير مصطلح التسويق الابتكاري الى وضع الأفكار الجديدة وغير التقليدية موضع التطبيق العملي في الممارسات التسويقية (قردوح، 2016)، وهذا يعني أن التسويق الابتكاري لا ينتهي عند طرح الأفكار بل يعني وضعها موضع التطبيق (الشريف، 2018).

في حين عرفه البعض أنه إنشاء أساليب تسويقية حديثة تؤدي إلى تغييرات إيجابية في تصميم المنتج أو الترويج أو التسعير أو التوزيع لتتوافق مع احتياجات العملاء والتوسع في أسواق جديدة لزيادة الإيرادات (El Houda, Baghdad, 2023)

خصائص التسويق الابتكاري:

يمكن تلخيص هذه الخصائص بالنقاط الآتية (ندوش وآخرون، 2022):

1. يرتبط مفهوم التسويق الابتكاري بتحول الفكرة المبتكرة إلى فكرة تدخل حيز التطبيق.
2. يركز التسويق الابتكاري على استغلال الأفكار الجديدة التي تقدم فائدة عملية للمنظمة.
3. لا ينحصر تطبيق التسويق الابتكاري بفكرة أو مجال تسويقي معين.

مجالات التسويق الابتكاري:

مع اختلاف التعريفات التي تناولت مفهوم التسويق الابتكاري، إلا أنه يمكن في المجمل تحديد هذه المجالات فيما يلي (جعفور، 2016):

- الابتكار في المنتج: يظهر الابتكار في المنتج من خلال تقديم منتجات جديدة كلياً إلى السوق، أو إجراء تعديلات على المنتج الحالي، أو تقديم تحسينات على المنتج بحيث يتميز يتفوق على المنتجات المنافسة من أجل الوصول إلى عملاء جدد في السوق، أو فتح أسواق جديدة (Loveday, 2023).
- الابتكار في السعر: على الرغم من الأهمية الكبيرة التي يمثلها السعر في العملية التسويقية وتحقيق الميزة التنافسية، إلا أن الابتكار في السعر لم يلقى الاهتمام الكافي من قبل الباحثين والأكاديميين، حيث يمكن أن يظهر هذا الابتكار من خلال طريقة التسعير، أو الطريقة التي يقدم فيها السعر، أو التغيرات التسعيرية لنفس المنتج وغيرها من النواحي السعرية.
- الابتكار في التوزيع: يظهر الابتكار في التوزيع فيما يتعلق بطريقة عرض المنتج بحد ذاته، أو الآلية المعتمدة في اختيار القناة التوزيعية، أو إمكانية الدمج والمشاركة بين أكثر من قناة توزيعية بما يضمن وصول المنتج إلى العميل بطريقة مبتكرة تحقق له الفائدة الزمانية والمكانية المرجوة.
- الابتكار في الترويج: يظهر الابتكار في الترويج من خلال الابتكار في عناصر المزيج الترويجي كل على حدى، أو بطريقة الدمج واستخدام أكثر من عنصر في آن واحد بما

يحقق وصول الرسالة الترويجية المطلوبة للعميل، وهنا يظهر ما يسمى بالوعد الابتكاري،
ودعم الادعاء، والأسلوب الابتكاري.

مفهوم الميزة التنافسية:

يعتبر ساكس أن الميزة التنافسية تمثل قدرات البنك على إنتاج خدمات مصرفية بأقل تكلفة مقارنة
بالمنافسين، وتسويقها على أن يؤدي إنتاج وتسويق هذه الخدمات إلى زيادة في ربحية البنك (عبد
القادر، 2006).

وتتعدد مصادر الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات البنكية التي تتنافس فيما بينها على حصة
السوق، أو على تحقيق ربحية ومردودية أكبر، أو جلب عملاء جدد، مما يتطلب استغلال فرص
جديدة متاحة في المحيط الخارجي والداخلي للمؤسسة. ويتطلب تحقيق التمايز في المؤسسة البنكية،
رفع مستوى أدائها وجودة منتجاتها من خلال التركيز على مجموعة من العناصر من أهمها ما يلي
(وسيلة، 2009):

✓ إدخال التكنولوجيا الحديثة: تعتبر التكنولوجيا من أهم العناصر التي يمكن إدخالها إلى
المؤسسة البنكية لتحقيق الجودة كميزة تنافسية

✓ الضغط على التكاليف: يمكن تحقيق الميزة التنافسية، عبر التقليل أو الضغط على
تكاليف الإنتاج

✓ إدخال الأساليب الحديثة في التسويق: إن وظيفة التسويق هي التي تحدد احتياجات
متطلبات العملاء عبر القيام بدراسة السوق، والجودة .وهي تسعى للإجابة على هذه
المتطلبات بطريقة ملائمة لما يطلبه العميل حتى يتم تحقيق الرضا والولاء من طرف
العميل،

✓ تطوير الموارد البشرية: أي تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم اللازمة لاستيعاب
التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات البنكية، بما يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة
البنكية، وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في البنوك

✓ تطوير القدرات التنظيمية والإدارية: إن تطوير نظم الإدارة والقيادات البنكية، أصبح
يحتل أهمية متنامية في الآونة الأخيرة، وذلك إلى الحد الذي حدا بلجنة بازل إلى وضع
عناصر مثل، الخبرة ونوعية الإدارة، والطبيعة القيادية للأشخاص، والقدرة على اتخاذ
قرار المخاطرة

أنواع الميزة التنافسية:

حسب Porter هناك ثلاثة أنواع من الميزة التنافسية:

1- الميزة عن طريق التكاليف عندما تكون المؤسسة قادرة على الإنتاج بتكلفة أقل من

منافسيها

2- الميزة عن طريق التميز عندما يعطي الزبائن قيمة لمنتج المؤسسة أكبر من القيمة التي

يعطيها لمنتجات المنافسة

3- الميزة عن طريق التركيز عندما تركز المؤسسة على شريحة ضيقة من السوق

وحسب Porter تكون مصادر الميزة التنافسية موزعة عبر وظائف المنظمة وبالتالي لا بد من

البحث عن الأمثلة في كل عنصر، ونتعرف على مصادر الميزة التنافسية لحمايتها، ونقوم بإخراج

العناصر التي لا تخلق القيمة.

معايير الميزة التنافسية في البنوك:

تتعدد معايير القدرة التنافسية للبنك والتي يمكن اعتبارها من زاوية أخرى أحد مؤشرات جودة الإدارة،

ويمكن تحديد أهم هذه المعايير كما يلي (مكاوي، 2001) و(الوادي وآخرون، 2010):

✓ مدى تبني مفهوم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة: فتطبيق إدارة الجودة الشاملة يعني التأكيد

على مستوى الأداء في كل جزء في البنك، وفي مدخلات ومخرجات العملية الإنتاجية،

✓ مدى تفويض وتمكين العاملين في الهيكل التنظيمي للعمل على التحسين.

✓ مدى الاهتمام ببحوث التطوير البنكي، وقدر المخصصات المالية لها.

✓ مدى زرع وتنمية روح الفريق الواحد على مختلف مستويات البنك، سواء مستوى الإدارات

أو الفروع.

✓ مدى استخدام مدراء محترفين، وتوفير العمالة البنكية المؤهلة.

✓ مدى فاعلية وكفاءة التكنولوجيا البنكية المستخدمة مدى فاعلية إدارة التكاليف

✓ الحصة السوقية للبنك ونسبتها إلى إجمالي الحصة السوقية للجهاز البنكي.

✓ القدرة على التعامل مع المتغيرات البيئية المحلية والعالمية.

✓

ويتطلب من الشركة أو المؤسسة التي تود أن تكسب ميزة تنافسية ان تنشط في معرفة مكامن قوتها

ومزاياها من خلال الموارد المتاحة لديها التي تركز عليها في مركزها التنافسي (الشرقاوي، 2021)

ويمكن تلخيصها في:

- 1- **الابتكار:** أدى إلى تصاعد اهتمام المنظمات بالابتكار والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة، وأصبحت القدرة على الابتكار مصدراً متجدداً للميزة التنافسية.
- 2- **الكفاءة:** يقصد بها الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة ويقاس معدل كفاءة أي مؤسسة بمعدل المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة وكلما زادت المخرجات عن المدخلات دل ذلك على كفاءة المنظمة.
- 3- **الجودة:** هي الاهتمام الأول والقيمة التي يسعى العميل للحصول عليها، هذا ما أوجب على المؤسسات التي ترغب في البقاء في المنافسة أن تصنع منتجات ذات جودة عالية ذات اهتمام بتلبية رغبات مستهلكيها والحرص على رضاها إذ لم يعد السعر وحده العامل المحرك لسلوك المستهلكين.
- 4- **الوقت:** أي الوصول إلى الزبون في أسرع وقت يمثل ميزة تنافسية سواء من خلال (تخفيض زمن المنتجات الجديدة من خلال تخفيض دورة حياة المنتج، تخفيض زمن الدورة للزبون، أو تخفيض زمن دورة التصنيع، أو الالتزام بجدول زمنية محددة وثابتة لتسليم المكونات الداخلة في عملية التصنيع.
- 5- **المعرفة:** تعتبر المعرفة هي الركيزة الأساسية لمجال البحث والتطوير، فالمعرفة هي الأداة لتحقيق سبق وتدعيم المكانة التنافسية للمؤسسة.
- 6- **المرونة:** يقصد بها تقديم مستويات مختلفة ومتنوعة بالسوق المستهدفة وتشير إلى مجالين أساسيين وهي قدرة المنظمة على مسايرة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا وتصميم المنتجات والخدمات طبقاً لتفضيلات العميل مع قدرة المنظمة في الاستجابة للتغير في حجم الإنتاج بالزيادة أو النقصان وبحسب مستويات الطلب وعلى المنظمة أن تكون لديها القدرة على العمل في بيئة مستقرة ومتقلبة.

الدراسة العملية:

1- أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة وجمع البيانات، حيث تم تصميم الاستبيان بناء على مقياس لايكيرت الخماسي من خلال الرجوع إلى العديد من الدراسات التي تناولت مواضيع البحث، وقسم الاستبيان إلى قسمين رئيسيين:

- القسم الأول: تناول المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين.

• القسم الثاني: وتضمن متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: التسويق الابتكاري: وتم قياسه من خلال 10 عبارات.
- المتغير التابع: الميزة التنافسية: وتضمن أربعة أبعاد رئيسية:
 - خفض التكلفة: وتم قياسه من خلال 5 عبارات.
 - المرونة: وتم قياسه من خلال 5 عبارات.
 - جودة الخدمة: وتم قياسه من خلال 5 عبارات.
 - تخفيض الوقت: وتم قياسه من خلال 5 عبارات.

2- صدق وثبات المقياس:

2-1 صدق المقياس:

تم الاعتماد على الصدق التوافقي كأحد قياس آليات صدق المقياس من خلال مصفوفة الاتساق الداخلي التي تشمل كافة متغيرات وأبعاد الاستبانة وكانت النتائج على الشكل الآتي:

الجدول (1): مصفوفة الاتساق الداخلي

MM	التسويق الابتكاري	الوقت	المرونة	الجودة	التكلفة		
**843.	**719.	*254.	**823.	**776.	1	Correlation Pearson	التكلفة
0.000	0.000	0.015	0.000	0.000		Sig. (2-tailed)	
97	97	92	97	97	97	N	
**913.	**838.	**289.	**873.	1	**776.	Correlation Pearson	الجودة
0.000	0.000	0.005	0.000		0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	92	97	97	97	N	
**922.	**729.	**321.	1	**873.	**823.	Correlation Pearson	المرونة
0.000	0.000	0.002		0.000	0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	92	97	97	97	N	
**596.	**434.	1	**321.	**289.	*254.	Correlation Pearson	الوقت
0.000	0.000		0.002	0.005	0.015	Sig. (2-tailed)	

دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف
دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية

92	92	92	92	92	92	N	التسويق الابتكاري
**862.	1	**434.	**729.	**838.	**719.	Correlation Pearson	
0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	92	97	97	97	N	MM
1	**862.	**596.	**922.	**913.	**843.	Correlation Pearson	
	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	92	97	97	97	N	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من خلال الجدول (1) كانت قيمة sig تشير الى وجود علاقة معنوية بين كل من أبعاد الاستبانة مع بعضها البعض من جهة، وفيما بينها ومتوسط الاستبانة الإجمالي من جهة أخرى، مما يعني تحقق شرط الصدق التوافقي للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة.

2-2 ثبات المقياس:

الجدول (2): قيمة ألفا كرونباخ		
البعد	Items N of	Cronbach's Alpha
التكلفة	5	0.675
الجودة	5	0.827
المرونة	5	0.877
الوقت	4	0.807
التسويق الابتكاري	10	0.690
الاستبانة	29	0.920

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (2) كانت قيمة ألفا كرونباخ لكل بعد من ابعاد الاستبانة وللأستبانة كاملة اكبر من 0.6 مما يعني ثبات المقياس وعدم الحاجة الى إجراء أي تعديل على عباراتها.

3- توصيف المتغيرات:

3-1 التوصيف الاحصائي لمتغير التسويق الابتكاري:

الجدول (3): التوصيف الاحصائي لبعد التسويق الابتكاري

Sig	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
0.000	0.02048	0.20172	3.2629	97	التسويق الابتكاري
0.004	0.02808	0.27651	3.0825	97	L1

0.000	0.04625	0.45549	3.2887	97	L2
0.000	0.03360	0.33096	3.1237	97	L3
0.000	0.03360	0.33096	4.1237	97	L4
0.028	0.04166	0.41035	2.9072	97	L5
0.453	0.05467	0.53847	3.0412	97	L6
0.004	0.02808	0.27651	3.0825	97	L7
0.000	0.04870	0.47961	3.6495	97	L8
0.000	0.04129	0.40667	3.2062	97	L9
0.000	0.03360	0.33096	3.1237	97	L10

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (3) الذي يظهر التوصيف الاحصائي للعبارات التي تقيس التسويق الالكتروني كانت الموافقة الأكبر على العبارة الرابعة، في حين ان الموافقة الأقل كانت للعبارة رقم 5. كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.2629 وهي أكبر من متوسط المقياس، وكانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يدل على معنوية الإجابة، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على مستوى التسويق الابتكاري الذي تتم ممارسته في المصارف المدروسة.

2-3 التوصيف الاحصائي لبعد التكلفة:

الجدول (4): التوصيف الاحصائي لبعد التكلفة

Sig	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
0.000	0.03330	0.32795	3.3072	97	التكلفة
0.000	0.04404	0.43376	3.2474	97	Q1
0.000	0.05004	0.49286	3.4021	97	Q2
0.000	0.04835	0.47624	3.3402	97	Q3
0.000	0.04835	0.47624	3.3402	97	Q4
0.001	0.06032	0.59404	3.2062	97	Q5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف
دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية

من الجدول (4) الذي يظهر التوصيف الاحصائي للعبارات التي تقيس بعد التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية كانت الموافقة الأكبر على العبارة /2/، في حين ان الموافقة الأقل كانت للعبارة رقم 5.

كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.3072 وهي أكبر من متوسط المقياس، وكانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يدل على معنوية الإجابة، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على قدرة المصارف المدروسة على تخفيض التكاليف كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

3-3 التوصيف الإحصائي لبعد الجودة:

الجدول (5): التوصيف الاحصائي لبعد الجودة

Sig	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
0.000	0.06346	0.62504	3.4124	97	الجودة
0.000	0.07761	0.76432	3.6495	97	P1
0.234	0.08606	0.84760	3.1031	97	P2
0.000	0.06689	0.65884	3.4227	97	P3
0.000	0.09974	0.98234	3.3711	97	P4
0.000	0.07908	0.77880	3.5155	97	P5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (5) الذي يظهر التوصيف الاحصائي للعبارات التي تقيس بعد جودة الخدمة كأحد أبعاد الميزة التنافسية كانت الموافقة الأكبر على العبارة /1/، في حين ان الموافقة الأقل كانت للعبارة رقم /2/.

كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.4124 وهي أكبر من متوسط المقياس، وكانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يدل على معنوية الإجابة، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على جودة الخدمة المقدمة في المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

3-4 التوصيف الاحصائي لبعد المرونة:

الجدول (6): التوصيف الاحصائي لبعد المرونة

Sig	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	
0.867	0.06648	0.65477	2.9889	97	المرونة
0.035	0.07047	0.69404	3.1505	97	S1

0.187	0.08530	0.84009	2.8866	97	S2
0.187	0.08530	0.84009	2.8866	97	S3
0.402	0.08576	0.84468	3.0722	97	S4
0.511	0.07806	0.76881	2.9485	97	S5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (6) الذي يظهر التوصيف الاحصائي للعبارات التي تقيس بعد المرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية كانت الموافقة الأكبر على العبارة 1/، في حين ان الموافقة الأقل كانت للعبارة رقم 2/ و 3/.

كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 2.9889 وهي أصغر من متوسط المقياس، وكانت قيمة sig تساوي 0.867 وهي أكبر من 0.05 مما يدل على عدم معنوية الإجابة، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت حيادية تجاه مرونة المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

3-5 التوصيف الاحصائي لبعء خفض الوقت:

الجدول (7): التوصيف الاحصائي لبعء تخفيض الوقت

Sig	Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N	الوقت
0.071	0.06134	0.58837	3.1120	92	F1
0.000	0.06319	0.60610	3.2522	92	F2
1.000	0.08179	0.78446	3.0000	92	F3
0.582	0.07868	0.75466	3.0435	92	F4
0.070	0.08314	0.79745	3.1522	92	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (7) الذي يظهر التوصيف الاحصائي للعبارات التي تقيس بعد تخفيض الوقت كأحد أبعاد الميزة التنافسية كانت الموافقة الأكبر على العبارة 1/، في حين ان الموافقة الأقل كانت للعبارة رقم 2/.

كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.1120 وهي أكبر من متوسط المقياس، وكانت قيمة sig تساوي 0.071 وهي أكبر من 0.05 مما يدل على عدم معنوية الإجابة، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت حيادية تجاه تخفيض الوقت في المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

4- اختبار الفرضيات:

الفرضية الرئيسة: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

ويتفرع عنها حسب أبعاد الميزة التنافسية الفرضيات الآتية:

4-1 الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتخفيض التكلفة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

الجدول (8): Correlations			
التكلفة	التسويق الابتكاري		
719.**	1	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
		Sig. (2-tailed)	
		N	
0.000	97	Correlation Pearson	التكلفة
		Sig. (2-tailed)	
		N	
97	719.**	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
		Sig. (2-tailed)	
		N	
1	0.000	Correlation Pearson	التكلفة
		Sig. (2-tailed)	
		N	
97	97	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
		Sig. (2-tailed)	
		N	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (8) كانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين المدروسين.

وكانت قيمة معامل بيرسون تساوي 0.719 بإشارة موجبة مما يدل على وجود علاقة معنوية طردية ومتوسطة القوة بين كل من التسويق الابتكاري وتخفيض التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

4-2 الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وجودة الخدمة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

الجدول (9): Correlations			
الجودة	التسويق الابتكاري		
838.**	1	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
		Sig. (2-tailed)	
		N	
0.000	97	Correlation Pearson	الجودة
		Sig. (2-tailed)	
		N	
97	838.**	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
		Sig. (2-tailed)	
		N	
1	0.000	Correlation Pearson	الجودة
		Sig. (2-tailed)	
		N	

	0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	N	
**.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (9) كانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين المدروسين. وكانت قيمة معامل بيرسون تساوي 0.838 بإشارة موجبة مما يدل على وجود علاقة معنوية طردية وقوية بين كل من التسويق الابتكاري وجودة الخدمة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

3-4 الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري والمرونة في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

الجدول (10): Correlations			
المرونة	التسويق الابتكاري		
.729**	1	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
0.000		Sig. (2-tailed)	
97	97	N	
1	.729**	Correlation Pearson	المرونة
	0.000	Sig. (2-tailed)	
97	97	N	
**.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (10) كانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين المدروسين. وكانت قيمة معامل بيرسون تساوي 0.729 بإشارة موجبة مما يدل على وجود علاقة معنوية طردية ومتوسطة القوة بين كل من التسويق الابتكاري والمرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

4-4 الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة معنوية بين التسويق الابتكاري وتخفيض الوقت في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف
دراسة ميدانية على المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية

الجدول (11): Correlations

الوقت	التسويق الابتكاري		
.434**	1	Correlation Pearson	التسويق الابتكاري
0.000		Sig. (2-tailed)	
92	97	N	
1	.434**	Correlation Pearson	الوقت
	0.000	Sig. (2-tailed)	
92	92	N	
.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed) .**			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على spss 26

من الجدول (11) كانت قيمة sig تساوي 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين المدروسين. وكانت قيمة معامل بيرسون تساوي 0.434 بإشارة موجبة مما يدل على وجود علاقة معنوية طردية ضعيفة بين كل من التسويق الابتكاري وتخفيض الوقت كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

النتائج والتوصيات:

النتائج:

- كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.2629 وهي أكبر من متوسط المقياس، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على مستوى التسويق الابتكاري الذي تتم ممارسته في المصارف المدروسة.
- كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.3072 وهي أكبر من متوسط المقياس، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على قدرة المصارف المدروسة على تخفيض التكاليف كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- كانت قيمة متوسط إجابات أفراد العينة على إجمالي المتغير تساوي 3.4124 وهي أكبر من متوسط المقياس، وبالتالي يمكن القول ان العينة كانت موافقة على جودة الخدمة المقدمة في المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- ان العينة كانت حيادية تجاه مرونة المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- ان العينة كانت حيادية تجاه تخفيض الوقت في المصارف المدروسة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- وجود علاقة معنوية طردية ومتوسطة القوة بين كل من التسويق الابتكاري وتخفيض التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- على وجود علاقة معنوية طردية وقوية بين كل من التسويق الابتكاري وجودة الخدمة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- وجود علاقة معنوية طردية ومتوسطة القوة بين كل من التسويق الابتكاري والمرونة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.
- وجود علاقة معنوية طردية ضعيفة بين كل من التسويق الابتكاري وتخفيض الوقت كأحد أبعاد الميزة التنافسية في المصارف التجارية الخاصة في محافظة اللاذقية.

التوصيات:

بناء على النتائج التي توصل لها الباحث فإنه يوصي:

- ضرورة الاستفادة من تطوير وتمكين العاملين في المصرف مما يساعد على تحسين أدائهم ونتاجيتهم وبالتالي تقليل الأخطاء وتخفيض التكاليف الذي ينعكس إيجابا في تحسين الميزات التنافسية للمصرف.
- العمل على تعزيز قدرة العاملين على الابتكار وتطوير منتجات مصرفية جديدة وحديثة في ظل الظروف والنظم التشريعات الموجودة ما ينعكس إيجابا على تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة.
- العمل على تطوير نظم وآليات عمل المصرف من خلال ابتكار وتطوير أساليب وإجراءات وآليات التنفيذ والتشغيل مما يساعد في تحسين جود الخدمة المصرفية المقدمة.
- العمل على تبسيط الإجراءات وآليات التنفيذ مما يساعد في زيادة المرونة الممنوحة للعاملين وما ينعكس إيجابا على تخفيض الوقت اللازم لتقديم الخدمة.

المراجع:

- بلدية، إياد (2021)، دور التسويق الابتكاري في تحسين الحصة السوقية - دراسة ميدانية في شركة سيفارما للصناعات الدوائية، مجلة جامعة تشرين، العدد 5، ص 11:27
- ندوش، ام البنين؛ حسن، بلم؛ علوان، علي (2022)، دور التسويق الابتكاري في تعزيز جودة المنتجات- دراسة تطبيقية في الشركات العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية، مجلة كلية الكوت الجامعة، المؤتمر العلمي الخامس، ص 596:606.
- قردوح، خيرة (2016)، دور التسويق الابتكاري في تحسين جودة الخدمة - دراسة حالة مؤسسة الاتصالات الجزائر: جيجل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى: الجزائر.

- جعفرور، خديجة (2016)، الابتكار التسويقي ودوره في تحسين الاداء التسويقي للمؤسسة الخدمية "دراسة حالة فندق الالف بولاية ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم التسيير وعلوم التجارة، جامعة ورقلة: الجزائر
- عبد الله، غادة؛ الأخرس، هبة الله؛ محمود، نور الهدى (2022)، دور التسويق الابتكاري في تعزيز الميزة التنافسية للسلع التذكارية في المقصد السياحي المصري، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية، العدد 1، ص 21:44
- الشريف، بوفاس (2018)، دور التسويق الإبتكاري في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة مؤسسة مطاحن بلغيث بسوق اهراس، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد 4، ص 78:97
- عبد القادر، بريش (2006)، التزير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، دكتوراه في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3: الجزائر
- مكاي، أحمد محمد أبو بكر (2001)، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة القدرة التنافسية للبنوك - دراسة تطبيقية على البنوك المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، أكاديمية السادات: مصر
- الوادي، محمود حسين؛ نزال، عبد الله إبراهيم؛ سمحان، حسين محمد (2010)، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار الصفاء: الأردن
- الشرقاوي، نسرين السعيد منصور (2021) أثر تمكين العميل من إدارة حساباته الرقمية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية من وجهة نظر العملاء المصريين دراسة على بعض البنوك المصرية والعربية والاجنبية بالسوق المصري، مجلة البحوث المالية والتجارية، العدد 4، ص 360:415
- Loveday, E (2023), Effect Of Product Innovation On Growth Of Medium Enterprises In North Central Nigeria, International Journal Of Management Sciences, Vol 10, Pp151:174.
- Dwivedi A, Pawsey N (2023), Examining The Drivers Of Marketing Innovation In Smes, Journal Of Business Research, Volume 155, Part B, January 2023, 113409.

- Bari M, Ismail H, Islam M, Bari A (2022), The Impact Of Marketing Innovation On Economic Development In Nigeria: A Literature Review, Journal Of System And Management Scienc, Vol 12, Pp: 468:486.
- El Houda B, Baghdad K (2023), Innovation Marketing In The Digital Era: Adapting The Marketing Mix To The Online Environment - Insights From Leading Companies, Journal Of Contemporary Business And Economic Studies Vol.(06), Pp: 107: 127.
- Muis A (2023), Promotion Strategies For Bmtto Enhance Competitive Advantage: A Swot Analysis, Journal Of Nusantara Economy, Vol. 2, Pp 36:44.

دراسة قياسية لأثر بعض المتغيرات الاقتصادية في أداء سوق دمشق للأوراق المالية

الباحث: محمود علي ميهوب*

الملخص

هدف البحث إلى تحليل أثر بعض المتغيرات الاقتصادية الهامة في أداء سوق دمشق للأوراق المالية في سورية خلال الفترة 2007-2020، وكانت متغيرات البحث كالتالي: (الائتمان المصرفي BC، سعر الصرف الاسمي EX، معدل التضخم INF، الاستثمار المحلي INV، الانفتاح التجاري TRA) كمتغيرات مستقلة (ومؤشر سوق دمشق DWX الذي يعبر عن أداء السوق) كمتغير تابع ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على عينة مؤلفة من 11 مصرفاً تجارياً خاصاً يعملون في سوق دمشق للأوراق المالية وتم جمع البيانات الخاصة بهذه المصارف من خلال التقارير السنوية والتقارير الدورية لمصرف سوريا اللامركزي وتقارير هيئة الاستثمار السورية، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات المالية للمصارف والاعتماد على دراسة قياسية تركز على بيانات سنوية من نوع (Panel Data) حيث تم تحليل البيانات واجراء الاختبارات اللازمة لذلك، وتم اجراء اختبارات باستخدام برنامج EViews10 و استخدام نموذج الانحدار الذاتي للمتباطئات الزمنية ARDL. أظهرت نتائج البحث وجود أثر للمتغيرات المستقلة (الائتمان المصرفي، معدل التضخم، الاستثمار المحلي، الانفتاح التجاري) في مؤشر سوق دمشق

للأوراق المالية وأنّ هذا التأثير عكسي ، أما بالنسبة لمتغير (سعر الصرف الاسمي) فإن التأثير طردي في مؤشر سوق دمشق.

كلمات مفتاحية: معدل التضخم ، الائتمان المصرفي ، التحليل القياسي ، المصارف الخاصة ، مؤشر سوق دمشق .

A quantitative study of the impact of some economic variables on the performance of the Damascus Stock Exchange

***Mahmoud ali Maihoub**

□ ABSTRACT □

The research aimed to analyze the impact of some important economic variables on the performance of the Damascus Stock Exchange in Syria during the period 2007-2020. The research variables were as follows: (bank credit **BC**, nominal exchange rate **EX**, inflation rate **INF**, domestic investment **INV**, trade openness **TRA**) as independent variables and the Damascus Stock Exchange Index **DWX**, which expresses market performance as a dependent variable). To achieve this goal, a sample of 11 private commercial banks operating in the Damascus Stock Exchange was relied upon. Data for these banks were collected through the annual reports and

periodic reports of the Decentralized Bank of Syria and reports of the Syrian Investment Authority. The descriptive analytical approach was used to analyze the financial data of the banks. A standard study was relied upon based on annual data of the type (Panel Data), where the data was analyzed and the necessary tests were conducted for this, where tests were conducted using the EViews10 program and the autoregressive model for time lags ARDL was used. The results of the research showed that there is an effect of the independent variables (bank credit BC, inflation rate, local investment INV, trade openness) on the Damascus Stock Exchange index and that this effect is inverse, while for the variable (nominal exchange rate), the effect is direct on the Damascus Stock Exchange index.

Keywords: Inflation rate, bank credit, standard analysis, private banks, Damascus Stock Exchange index.

Master's degree, Department of Financial and Banking Sciences, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

أولاً: المقدمة:

تعدّ الأسواق المالية من أهم المواضيع في علم الاقتصاد وذلك لدورها الفعال في الاقتصادات الحديثة حيث أصبحت المرأة العاكسة للحالة الاقتصادية من تباطؤ أو زيادة في معدل النمو. (سعد، 2022)

وتتأثر الأسواق المالية بالعديد من المتغيرات فمعدل التضخم يعد من أهم المتغيرات التي تؤثر في الحياة الاقتصادية بكافة أشكالها كما أن سياسة أسعار الصرف تؤثر بشكل كبير

على أداء الأسواق المالية حيث أن التقلبات في أسعار الصرف تؤدي إلى عدم الاستقرار في الاقتصاد بشكل عام وفي أداء الأسواق المالية بشكل خاص حيث تسعى معظم الدول لوضع سياسات تهدف لضمان استقرار سعر صرف عملاتها .

كما تعد المصارف التجارية أحد الأركان المهمة في هيكل النظام المصرفي لأي بلد ، وقطاع بارز ومهم في تأثيره على النشاط الاقتصادي ، وتأتي أهمية المصارف التجارية من دورها الفعال في تطوير سوق الأوراق المالية من خلال الاستثمار فيها والاستفادة منها في توظيف الأموال المتاحة لديها (كوراني، 2023) حيث تسهم في توفير الائتمان المصرفي الخاص واستثماره في أوجه النشاطات و القطاعات الاقتصادية المختلفة، ومنها السوق المالي الذي يحظى بمزايا وإمكانات كبيرة تؤهله للقيام بدور كبير في عملية التنمية الاقتصادية من خلال مساهمته الفاعلة في تنشيط الحياة الاقتصادية في معظم بلدان العالم المتقدمة والنامية على حد سواء.

بناءً على ما سبق يستهدف البحث دراسة بعض المتغيرات الاقتصادية الهامة في سورية، ودراسة أداء سوق دمشق للأوراق المالية المعبر عنه ب(مؤشر السوق DWX) وبيان أثر المتغيرات الاقتصادية المدروسة في أداء سوق دمشق للأوراق المالية وذلك خلال الفترة 2007-2020.

ثانياً: الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية:

1- دراسة (البطرنى، رنا، 2021) بعنوان: أثر المتغيرات الاقتصادية في مؤشر سوق

الأوراق المالية المصرية

أجريت هذه الدراسة في مصر و هدفت الى تحديد أثر المتغيرات الاقتصادية الكلية (معدل الناتج المحلي الاجمالي ، معدل التضخم ، معدل الفائدة) في أداء مؤشر سوق الأوراق المالية المصرية ، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي ، خلال الفترة الممتدة من 2010 الى 2019 ، ، وقد تم الاعتماد على البرنامج SPSS لاختبار فرضية الدراسة باستخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد .

وقد توصلت الدراسة الى وجود أثر ايجابي ذي دلالة معنوية لمعدل الفائدة على الودائع في أداء مؤشر سوق الاوراق المالية المصري ، عدم وجود أثر ذي دلالة معنوية لكل من معدل الناتج المحلي الاجمالي ومعدل التضخم في أداء سوق الاوراق المالية المصري .

2- دراسة (صابرين ، 2023) بعنوان :أثر تقلبات سعر الصرف في أداء المصارف السورية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على آثار تقلبات سعر صرف الدولار الأمريكي مقابل الليرة السورية في الأداء المالي للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية ، وكان المتغير المستقل هو سعر الصرف الليرة مقابل الدولار والمتغير التابع هو مؤشرات أداء المصارف المرتبطة بالربحية خلال فترة الازمة (معدل العائد على الموجودات - معدل العائد على حقوق الملكية - ربحية الأسهم - معدل دوران السهم)

ولدراسة هذه المتغيرات تم تطبيق نماذج قياسية عبر استخدام برنامج Eviews10 2014 حيث كانت البيانات من نوع PANEL خلال الفترة الممتدة من عام 2011 ولغاية 2021 وتم استخدام نموذج ARDL وتم الاعتماد على المنهج الوصفي لغرض الجانب النظري من الدراسة كما تم استخدام المنهج الاحصائي في التطبيق العملي .

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقلبات سعر الصرف ومعدل العائد على حقوق الملكية بينما لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقلبات سعر الصرف ومعدل العائد على الموجودات ومعدل دورات السهم..

3- دراسة (العمار ، أسعد ، 2016) :العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكلية ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية

تمت دراسة هذه العلاقة في هذا البحث خلال الفترة 1-1-2010 إلى 31-12-2011 باستخدام بيانات شهرية لكل من سعر الصرف الاسمي الفعال SNEER ، العرض النقدي

2SM، معدل تغطية الصادرات لمواردات SXM، معدل التضخم SIN، ومؤشر سوق دمشق SDWX. تبين لنا استقرار السلاسل الزمنية المدروسة من خلال اختبار Fuller dickey Augmented، وأكد اختبار جوبانسن integration-Co وجود علاقة توازنية طويلة الأجل، وباستخدام اختبار Causality-Granger ظهر أن العلاقة تبادلية بين العرض النقدي ومؤشر السوق، كما أن سعر الصرف الاسمي الفعال يسبب التغير في مؤشر السوق، وتم تقدير نموذج VAR واتصف بارتفاع قيمة R^2 ، وتبين لنا من خلال اختبار Bera-Jarque أن البواقي لا تتبع التوزيع الطبيعي، وكانت تقديرات التنبؤ قريبة في بعض الفترات الزمنية إلى القيم الواقعية لمؤشر، وتحليل النتائج نتوصل إلى أن العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكلية ومؤشر سوق دمشق علاقة ذات قوة متوسطة.

4- دراسة (الدليمي، 2023) قياس أثر بعض المتغيرات الاقتصادية في السوق المالي السعودي للمدة (2004-2021)

هدف هذا البحث الى دراسة أثر بعض المتغيرات الاقتصادية والمتمثلة ب (الناتج المحلي الجمالي - الرقم القياسي للأسعار - النفقات العامة - عرض النقود M1) على السوق المالي السعودي المعبر عنه بالمؤشر العام للسوق ، وتم اعتماد منهجية الانحدار الذاتي ذات فترات الابطاء الموزعة (ARDL) .

وأظهرت النتائج وجود علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع ، اي ان هناك أثر طويل الاجل بين متغيرات البحث وبين مؤشر السوق المالي السعودي .

ب- الدراسات الأجنبية

1- دراسة (Pradhan, etal,2022) بعنوان :

An Empirical Analysis of the Impact of Economic Variables on the Indian Stock Market

تحليل تجريبي لتأثير المتغيرات الاقتصادية على سوق الأوراق المالية الهندي

الهدف من هذه الدراسة تحديد العلاقة بين القطاع المصرفي وسوق الأوراق المالية في الهند ، خلال الفترة من 1980 الى 2012 حيث تم أخذ نسبة رسملة السوق الى الناتج المحلي الإجمالي مؤشراً لتطور السوق الأوراق المالية وهو المتغير التابع بينما أخذ نسبة الائتمان المصرفي الخاص الى الناتج المحلي الإجمالي كبديل لتطور البنوك والتضخم ونصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ومعدل الادخار كمتغيرات مستقلة ومن اجل ذلك تم اختيار المنهج القياسي وذلك من خلال اختبار نموذج الانحدار الذاتي للمتباطئات الزمنية (ARDL) وكذلك تم استخدام نموذج تصحيح الخطأ واختبارات الاستقرار للتأكد من ثبات النموذج وتم استخدام بيانات من نوع PANEL.

وقد أظهرت النتائج أن هنالك علاقة طويلة المدى بين تطور الأسواق المالية وتطور القطاع المصرفي كما وجد ان الأسواق المالية تتأثر إيجابا بالائتمان المصرفي الخاص ونصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي والمدخرات على المدى القصير والطويل بينما كان أثر التضخم سلبياً على الأسواق المالية .

2- دراسة: (Karaca and Başci, 2015) بعنوان :

Study of the relationship between the Turkish Stock Market Index (ISE100) and macroeconomic variables

هدفت إلى دراسة العلاقة بين مؤشر السوق المالية التركية (ISE100) والمتغيرات الاقتصادية الكلية التي تمثلت بمعدل الصرف مقابل الدولار وسعر الاغلاق الشهري للذهب والصادرات والواردات، وذلك من خلال بيانات شهرية خلال الفترة 2011-1996م. افترضت هذه الدراسة ارتباط مؤشر السوق التركية بعلاقة مع كل متغير من

المتغيرات الاقتصادية الكلية السابقة. تم تطبيق اختبار Augmented Fuller ()
(Dickey للتأكد من استقرار السلاسل الزمنية، واختبار جوهانسن للتكامل المشترك
(Co- Integration)، وتم تشكيل نموذج الانحدار الذاتي (Vector Auto
(Regressive) توصلت هذه الدراسة إلى أن مؤشر السوق المالية التركية يتأثر بشكل
أسرع وبشكل إيجابي بالمتغيرات التي تحصل بسعر الذهب، كما كان تأثير المؤشر
بالصادرات أقل استجابة من بين المتغيرات الأخرى وكان التأثير سلبياً.

ج- تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أنها اختلفت من حيث الأهداف والمنهجية
وكذلك من حيث النتائج التي تناولت متغيرات الدراسة: المستقلة الائتمان المصرفي، وسعر
الصرف الاسمي معدل التضخم والانفتاح التجاري و الاستثمار المحلي والتابع: أداء سوق
دمشق للأوراق المالية ، نجد أنّ هناك تفاوت في طبيعة هذا العلاقة ما بين علاقة دالة
إحصائياً أو غير دالة والتي تختلف من بلد إلى آخر، وبالتالي كل حالة لها خصوصيتها
سواء من حيث طبيعة التأثير أو من حيث المتغيرات أو المنهجية المستخدمة في الدراسة،
حيث أنّ هذه الدراسات قد اختلفت فيما بينها حول النتائج التي تمّ التوصل إليها كنتيجة
طبيعية لاختلاف الأزمنة والأماكن التي تمت فيها الدراسة.

وما يميز الدراسة الحالية: تأتي هذه الدراسة استكمالاً لدراسات التي تناولت سوق دمشق
للأوراق المالية مع اختلاف في المدة الزمنية وفي طبيعة المتغيرات الاقتصادية وأثرهما على
أداء سوق دمشق للأوراق المالية المتمثل ب (مؤشر السوق) وأنها ستتناول فترة زمنية تتسم
بعدم الاستقرار في المؤشرات المالية بسبب نتائج الحرب والحصار الاقتصادي ، بالإضافة
الى الاختلاف في المنهجية المتبعة .

ثالثاً: مشكلة الدراسة:

يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الآتي

هل يوجد أثر للمتغيرات الاقتصادية المدروسة في أداء سوق دمشق للأوراق المالية ؟

ويتفرع عنه التساؤلات الآتية :

- 1- هل يوجد أثر للائتمان المصرفي الخاص في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 2- هل يوجد أثر لسعر الصرف الاسمي في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 3- هل يوجد أثر لمعدل التضخم في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 4- هل يوجد أثر للاستثمار المحلي في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 5- هل يوجد أثر للانفتاح التجاري في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية؟

رابعاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث النظرية من أهمية الموضوع المدروس والمتغيرات المدروسة لأهمية الائتمان المصرفي ودوره في تمويل القطاعات والمجالات الاقتصادية المختلفة بالإضافة الى أهمية سعر الصرف الاسمي ومعدل التضخم ومعدل الاستثمار المحلي بوصفهم من اهم المؤشرات الاقتصادية وخصوصاً أثناء فترة الازمات لما يحدث تقلبه من آثار على الاقتصاد بشكل عام والأسواق المالية التي أصبحت المرآة العاكسة للحالة الاقتصادية ، وأما الأهمية العملية فتكون من خلال المحاولة لتقديم دليل تجريبي جديد حول وجود أثر بعض المتغيرات الاقتصادية في أداء سوق دمشق للأوراق المالية ، حيث سيتم تطبيق هذه الدراسة على سوق دمشق للأوراق المالية وبالتالي سيخرج هذا البحث بنتائج هامة لمستثمري السوق ، وقد تساعد النتائج التي سيتم التوصل اليها الهيئات الاقتصادية والمالية مثل المصرف المركزي والمصارف التجارية الخاصة و القائمين على السوق وتقدم توصيات واقتراحات يمكن أن يتم تبنيها من قبل صناع القرار من أجل المساعدة في تطوير السوق واتخاذ القرارات الصحيحة على ضوء نتائج هذه الدراسة، وتجنب الخسائر الكبيرة للمستثمرين أثناء الازمات.

خامساً: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- 1- دراسة أثر حجم الائتمان المصرفي الخاص في قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- 2- دراسة أثر سعر الصرف الاسمي في قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.

- 3- دراسة أثر معدل التضخم في قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
 - 4- دراسة أثر الانفتاح التجاري في قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
 - 5- دراسة أثر الاستثمار المحلي في قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- سابعاً: فرضيات الدراسة:

تنطلق الدراسة من الفرضية الرئيسية الآتية:

لا يوجد أثر لمتغيرات الاقتصادية المدروسة في أداء سوق دمشق للأوراق المالية.

- 1- يوجد أثر للائتمان المصرفي الخاص في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- 2- يوجد أثر لسعر الصرف الاسمي في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- 3- لا يوجد أثر لمعدل التضخم في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- 4- لا يوجد أثر للاستثمار المحلي في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.
- 5- لا يوجد أثر للانفتاح التجاري في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية.

ثامناً: منهجية الدراسة:

سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي كونه المنهج الأكثر مناسبة للظاهرة المدروسة، حيث سيتم الاعتماد على الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وكذلك الكتب والنشرات لتغطية الجانب النظري، بالإضافة إلى التقارير السنوية للمصارف وكذلك الإحصائيات الصادرة عن المصرف المركزي السوري وبيانات وتقارير السنوية لسوق دمشق للأوراق المالية لتغطية الجانب التطبيقي من الدراسة.

سيتم استخدام المنهج القياسي من خلال إجراء دراسة قياسية بالاعتماد على Panel Data السنوية للمتغيرات المدروسة وسنطبق مجموعة من الاختبارات بالاعتماد على برنامج EViews10 ، وتم استخدام نموذج ARDL لانه النموذج الأنسب للعلاقة .

مجتمع الدراسة وعينها:

الحدود المكانية: جميع المصارف التجارية التقليدية الخاصة العاملة في سوق دمشق للأوراق المالية ، كما تم استثناء المصارف التجارية الخاصة الإسلامية بسبب الطبيعة الخاصة لعمل هذه المصارف.
الحدود الزمانية: الفترة الممتدة من عام 2007 ولغاية عام 2020 .

• متغيرات الدراسة:

تتمثل متغيرات الدراسة بما يأتي:

المتغيرات المستقلة

(1) حجم الائتمان المصرفي الممنوح للقطاع الخاص (BC) متغير الائتمان المصرفي يحسب من خلال (صافي الائتمان المصرفي / اجمالي الموجودات) (خلف، 2019) .

(2) سعر الصرف الاسمي EX (الرسمي) الذي يتم التعامل به في كل المصارف .
(3) الانفتاح التجاري TRA : GDP / صافي الصادرات (Spanos, 2018)

(4) الاستثمار المحلي INV : GDP / اجمالي التكوين الرأسمالي الثابت (Masoud et al. 2012)

(5) معدل التضخم INF : (مؤشر أسعار المستهلك) (أسعار السنة المقارنة / أسعار سنة الأساس وبالترجيح بكميات سنة الأساس)

المتغير التابع وهو أداء سوق دمشق للأوراق المالية والذي نستطيع قياسه من خلال ما يلي :

✓ قيمة مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية DWX :

قيمة المؤشر في نهاية كل شهر (أسعار الاغلاق الشهرية) وفق موقع سوق دمشق للأوراق المالية.

• مصادر البيانات:

الجانب النظري: تم جمع البيانات الثانوية من خلال الاعتماد على :

- الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.
- الكتب والنشرات العلمية.

الجانب العملي:

- التقارير والاحصاءات الدورية والنشرات التي يصدرها البنك المركزي.
- الاحصاءات التي ينشرها الجهاز المركزي للإحصاء.
- التقارير السنوية الصادرة عن سوق دمشق للأوراق المالية.
- التقارير السنوية للمصارف التجارية الخاصة محل الدراسة.
- المواقع الالكترونية لمصرف سوريا المركزي وسوق دمشق للأوراق المالية .

• الطرق القياسية المستخدمة:

الاختبارات القياسية المستخدمة

نتلخص المنهجية المستخدمة في الدراسة القياسية بالخطوات الآتية:

(1) التحليل الاستكشافي: لتصور ميزات البيانات (الأنماط، الملاحظات غير العادية،

التغيرات بمرور الزمن). نحتاج إلى رسم البيانات، وترجمة هذه الرسوم من خلال

الإحصاء الوصفي واختبار التوزيع الطبيعي للبيانات باستخدام الاختبار التالي:

$$Jarque - Bera = \frac{n}{6} \left(S^2 + \frac{1}{4} (K - 3)^2 \right) \quad (1)$$

حيث n عدد المشاهدات و S الالتواء و K التفرطح.

(2) الارتباط الذاتي المقطعي: في المرحلة التالية نقوم باختبار Cross section

dependence لكل متغير، يُفترض عموماً أنّ المشاكل في بيانات من نوع بانل تكون مستقلة عن المقطع العرضي (Independent) ومع ذلك غالباً ما يكون هناك ارتباطات بين المقاطع بفعل عوامل تؤثر بشكل مشترك عليها (مثلاً قد تتأثر جميع المصارف في سورية بشكل مشترك بسبب العقوبات الاقتصادية الدولية أو بسبب قرارات مصرف سورية المركزي)، وفي هذه الحالة يؤدي تجاهل الاعتماد على المقطع العرضي في التقدير إلى

فقدان كفاءة المقدر واختبار مضلل. حيث أنه هناك دليل قوي على أن الاعتماد على المقطع العرضي غالبًا ما يكون موجودًا في إعدادات انحدار بانل. يمكن أن يكون لتجاهل الارتباط المقطعي في التقدير عواقب وخيمة، مع عدم احتساب الاعتماد المتبقي مما يؤدي إلى فقدان كفاءة المقدر وإحصاءات الاختبار غير الصالحة. هناك مجموعة متنوعة من الاختبارات للاعتماد على المقطع العرضي في الأدبيات من أهمها اختبار (Peseran, 2007).

بفرض لدينا نموذج انحدار بانل يأخذ الشكل التالي:

$$y_{i,t} = \beta_{i,t}x_{i,t} + u_{i,t} \quad (2)$$

حيث $x_{i,t}$ و $i.t$ هي الاتجاهات المقابلة الخاصة بالمقطع العرضي للمعاملات التي سيتم تقديرها. يمكن تحديد الفرضية الصفرية العامة لعدم الاعتماد على المقطع العرضي من حيث الارتباطات بين الاختلافات في وحدات المقطع العرضي المختلفة (Peseran, 2007):

$$H_0: \text{Corr}(u_{i,t}, u_{i,j}) = 0 \text{ where } i \neq j$$

(3) الارتباط الخطي: عندما نكون بصدد تقدير نموذج انحدار متعدد، قد تظهر مشكلة ارتباط خطي بين المتغيرات المستقلة المستخدمة في النموذج، وعند حدوث هذه المشكلة تتغير مقدرات النموذج فتصبح غير حقيقية وغير ممثلة للواقع التطبيقي وقد تكون منافية لما تفترضه النظرية الاقتصادية سواء أكانت جزئية أو كلية مما يتعذر الاعتماد على نتائج التقدير في اتخاذ القرار الصحيح، ويتم حساب مصفوفة الارتباط بين المتغيرات من خلال المعادلة التالية:

$$r = \frac{\sum X_1 X_2 - n\bar{X}_1\bar{X}_2}{(n-1) * \sigma_{X_1}\sigma_{X_2}} \quad (3)$$

حيث X المتغيرات و σ_X الانحراف المعياري للمتغير. تظهر مشكلة الارتباط الخطي عندما تكون درجة الارتباط أكبر من 0.95.

(4) اختبارات الاستقرار: قبل الدراسة لأي علاقة أو أثر بين المتغيرات، من الضروري دراسة درجة استقرار البيانات وخصوصاً مع طول الفترة الزمنية، وذلك من أجل صحة نتائج التحليل. ولتكون البيانات مستقرة يجب أن يتحقق ما يأتي:

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

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

$$3- \text{عدم الارتباط الذاتي المتسلسل، } Cov(X_t, X_{t+h}) = f(h)$$

للتأكد من درجة استقرارها، نستخدم اختبار جذر الوحدة (Unit Root Test)، حيث تم اقتراح ثلاثة نماذج لتوصيف استقرارية البيانات موضوع البحث والتي يمكن اختيار أحدها بالاعتماد على الرسم البياني للمتغير:

1- النموذج الأول هو نموذج من دون ثابت (c) ومن دون اتجاه عام (t) الذي يُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_{i,t} = \alpha X_{i,t-1} + \sum_{j=1}^p \gamma_{i,t} \Delta X_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (4)$$

2- النموذج الثاني مع ثابت (c) ومن دون اتجاه عام (t) الذي يُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_{i,t} = \alpha X_{i,t-1} + c + \sum_{j=1}^p \gamma_{i,t} \Delta X_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (5)$$

3- النموذج الثالث مع ثابت (c) ومع اتجاه عام (t) ويُعطى بالعلاقة:

$$\Delta X_{i,t} = \alpha X_{i,t-1} + c + \delta t + \sum_{j=1}^p \gamma_{i,t} \Delta X_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (6)$$

حيث $(\Delta X_{i,t} = X_{i,t} - X_{i,t-1})$ مستوى الفرق الأول للمتغير $X_{i,t}$ ، $\varepsilon_{i,t}$: حد الخطأ العشوائي.

p : درجة إبطاء المتغير التابع للتخلص من الارتباط الذاتي لحد الخطأ العشوائي. ولتحديدها يتم عادةً استخدام معايير مثل (Akaike, Schwarz) ووفقاً لذلك يتم اختبار الفرضية الآتية:

$H_0: \alpha = 0$ (السلسلة الزمنية غير مستقرة).

$H_1: \alpha < 0$ (السلسلة الزمنية مستقرة).

5) نموذج الانحدار الذاتي للمتباططات الزمنية الموزعة (ARDL):

تُعد نماذج ARDL من أهم أدوات تحليل السلاسل الزمنية لدراسة العلاقة بين المتغيرات على مستوى الاقتصاد الكلي، حيث يتم من خلالها دراسة العلاقة بين المتغيرات ليس فقط في الوقت نفسه، بل عبر قيم تاريخية Lag خاصة بكل متغير من المتغيرات التفسيرية، وقيم تاريخية للمتغير التابع، وقد جاءت نماذج ARDL كتطوير لاختبارات التكامل المشترك لـ Engle-Granger (1987)، Johansen (1995)، حيث تشترط هذه الاختبارات أن تكون المتغيرات مستقرة من الدرجة نفسها أي لا يجب أن تكون $I(0)$ ، $I(1)$ ، لذلك ظهرت نماذج ARDL بحيث لا تتطلب أن تكون المتغيرات مستقرة من الدرجة نفسها.

وتتميز منهجية ARDL عن التكامل المشترك بأنه:

1- من الممكن تحديد فترات إبطاء زمني مختلف للمتغيرات، والذي يُعدُّ أمراً غير ممكن في اختبارات التكامل المشترك (Pradhan et al., 2013).

2- تقدير مكونات علاقة الأجلين الطويل والقصير معاً (Narayan, 2005).

ووفقاً لمنهجية ARDL يتم أولاً اختبار علاقة التكامل المشترك بين المتغيرات، وذلك في إطار أنموذج تصحيح الخطأ غير المُقيد Unrestricted Error Correction Model الذي يُعطى بالصيغة الآتية باعتبار Y متغير تابع، و X متغير مستقل:

$$\Delta Y_t = a_0 + \sum_{i=1}^p \gamma_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^q \beta_i \Delta X_{t-i} + \lambda_1 Y_{t-1} + \lambda_2 X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (7)$$

حيث p, q : نُعبر عن فترات الإبطاء الزمني للمتغيرات (lag)، ε : حد الخطأ العشوائي. λ_1, λ_2 : معاملات العلاقة طويلة الأجل، Δ : الفرق الأول للمتغيرات، γ, β : معاملات العلاقة القصيرة الأجل.

ويتم اختبار علاقة التكامل المشترك بين المتغيرات على المدى الطويل من خلال اختبار (Bounds Test) حسب (Pesaran et al., 1999)، ويتم اختبار التكامل المشترك بين المتغيرات في المعادلة (7) وفق الفرضية الآتية:

$$H_0: \lambda_1 = \lambda_2 = 0 \text{ أي لا يوجد علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات.}$$

$$H_1: \lambda_1 \neq \lambda_2 \neq 0 \text{ يوجد علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات.}$$

وقبل تقدير نموذج تصحيح الخطأ السابق يتم اختيار فترات إبطاء زمني (Lag) خاصة بكل متغير وفق معيار Akaike أو Schwarz، الذي من خلاله يُمكننا تقدير النموذج الذي تكون قيم الخطأ العشوائي فيه أقل ما يمكن (انحراف قيم الأنموذج عن القيم الحقيقية). بعد التأكد من وجود علاقة طويلة الأجل بين المتغيرات، يتم قياس التأثيرات

الديناميكية قصيرة الأجل من خلال بناء أنموذج تصحيح الخطأ (Error Correction Model ECM) الذي يُعطى بالعلاقة:

$$\Delta Y_t = \alpha + \sum_{i=1}^p \rho_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^q \theta_i \Delta X_{t-i} + \psi ECT_{t-1} + \varepsilon_t \quad (8)$$

حيث تُشير ECT_{t-1} إلى حد تصحيح الخطأ، ويُعبر عن الخطأ العشوائي الناتج عن معادلة علاقة التكامل المشترك الذي يقيس سرعة تكيف الاختلالات في الأجل القصير إلى التوازن في الأجل الطويل، و ψ تُشير إلى معامل سرعة التعديل الذي يشير إلى مقدار التغير في المتغير التابع نتيجة لانحراف المتغير المستقل في المدى القصير عن قيمته التوازنية في الأجل الطويل بمقدار وحدة واحدة، حيث كلما اقترب معامل سرعة التعديل إلى الواحد الصحيح كانت سرعة تكيف الاختلالات في الأجل القصير إلى التوازن في الأجل الطويل أسرع، ويتوقع أن يكون هذا المعامل سالِباً، لأنه يشير إلى المعامل الذي تتجه به العلاقة قصيرة الأجل نحو العلاقة طويلة الأجل. ثم يتم تقدير معادلة العلاقة طويلة الأجل التي تُعطى بالصيغة:

$$Y_t = a_0 + \sum_{i=1}^p \rho_i Y_{t-i} + \sum_{i=0}^q \theta_i X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (9)$$

في إطار البيانات من نوع بانل يتم تقدير نموذج ARDL باستخدام مقاربة Pooled mean groups (PMG) المقترحة من قبل (Peseran and Shin, 2007)، إذ تقوم هذه المقاربة على الجمع بين الطريقة التجميعية والمتوسط الفردي لمعاملات الانحدار الفردية، وتقوم بتقدير جزئين، جزء غير مشترك أو غير متجانس فردياً مرتبط بالأثر قصير الأجل، وجزء مشترك بين جميع الأفراد يقدّر بالأثر طويل الأجل.

ترميز متغيرات البحث :

الجدول (1) ترميز المتغيرات

DWX	INF	INV	TRA	EX	BC
مؤشر سوق دمشق	معدل التضخم	الاستثمار المحلي	الانفتاح التجاري	سعر الصرف	الائتمان المصرفي

إجراءات الدراسة الإحصائية: نقوم في هذا القسم باختبار الفرضيات باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة بالاعتماد على برنامج EViews10. وفقاً لذلك تمر المنهجية بعدة خطوات:

• الإحصاءات الوصفية للمتغيرات

الجدول (2) الإحصاءات الوصفية للمتغيرات المستخدمة في اختبار الفرضية

المتغير	BC	EX	TRA	INV	INF	DWX
عدد المشاهدات	168	155	155	155	155	155
المتوسط الحسابي	0.333	0.770	8.147	0.658	0.84162	0.354
الانحراف المعياري	0.457	0.177	2.021	0.152	21.9068	40.823
أكبر قيمة	0.825	0.950	5.912	0.752	82.3538	82.654
أدنى قيمة	0.035	0.266	-25.334	0.258	0.92235	26.245
الالتواء	0.305	-1.999	-1.551	1.033	2.22487	0.228

التفرطح	2.741	5.278	3.254	2.147	3.245	2.652
(التوزيع الطبيعي)	0.074	000	000	000	0.057	0.066

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج **EViews**

يعرض الجدول (8) وصفاً إحصائياً لمتغيرات البحث، حيث نلاحظ وجود تشتت في البيانات لأن القيم العليا والدنيا لمتغيرات البحث بعيدة نسبياً عن قيم المتوسط الحسابي، الأمر الذي ينعكس على الانحراف المعياري لجميع المتغيرات ويؤدي إلى وجود قيم خارج حدود القيم التي من الممكن أن يأخذها التوزيع الطبيعي ($\pm 3\sigma$) حيث يتبين من الجدول أن القيمة الاحتمالية لإحصائية **Jarque Bera** أقل من مستوى معنوية 5% لجميع المتغيرات ماعدا متغيري الائتمان المصرفي ومعدل التضخم ومؤشر سوق دمشق فهي أقل من مستوى معنوية 10%، وبالتالي نرفض فرضية التوزيع الطبيعي لجميع متغيرات الدراسة .

• الارتباط الذاتي الفردي

الجدول (3) اختبار وجود ارتباط فردي لمتغير الائتمان المصرفي

s-Section Dependence Test

ns: BC

hypothesis: No cross-section dependence (correlation)

ple: 2007 2020

ds included: 14

s-sections included: 11

panel (unbalanced) observations: 168

: non-zero cross-section means detected in data

employs centered correlations computed from pairwise samples

Test	Statistic	d.f.	Prob.
sch-Pagan LM	418.7357	55	0.0000
iran scaled LM	34.68084		0.0000
-corrected scaled LM	44.80876		0.0000
iran CD	19.73571		0.0000

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج **EViews**

أما بالنسبة للمتغيرات المتبقية (سعر الصرف، الانفتاح التجاري، معدل التضخم، الاستثمار المحلي) فهي متغيرات اقتصاد كلي وموحدة لجميع البنوك، وبالتالي لا يتم تطبيق هذا الاختبار عليها.

اختبار استقرارية المكونات الفردية (Idiosyncratic) لمتغيرات الدراسة ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (3) اختبار الاستقرارية لمتغير الائتمان المصرفي

Panel unit root tests with cross-sectional dependence: Bai and Ng - PANIC
Series: BC
Date: 02/05/22 Time: 12:25
Sample: 2007 2020
Cross-sections: 11
Balanced observations: 10
Total observations: 110
Deterministics: Constant
Probabilities simulated using 1000 obs. and 10000 Monte Carlo replications.

Idiosyncratic elements: Cross-section specific ADF unit root tests
Null hypothesis: Unit root for specified cross-section
Lag selection: AIC with maxlag=2

Cross-section	ADF lags	t-stat	p-value
JOR	0	3.76938	0.99840
ITF	1	-1.09440	0.00170
SHR	0	3.18703	0.87592
ARB	0	3.32461	0.99970
BAS	1	2.87592	0.99890
BBS	0	2.22390	0.99440
BSO	2	1.84679	0.98580
FSB	2	1.84679	0.98580
QNB	0	0.03915	0.66770
BIB	0	1.83942	0.05580
SGB	0	0.17890	0.99310

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

تُبين لنا النتائج عدم استقرارية جميع الوحدات المقطعية لمتغير الائتمان المصرفي حيث أنّ القيمة الاحتمالية أقل من مستوى معنوية 5%.

أما بالنسبة لمتغيرات الاقتصاد الكلي فنقوم باستخدام اختبار ديكي فولر المعدل ADF ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (4) اختبار الاستقرارية لمتغير سعر الصرف الاسمي

Null Hypothesis: EX has a unit root
Exogenous: Constant
Lag Length: 1 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.131352	0.2275
Test critical values: 1% level	-4.252056	
5% level	-3.855352	
10% level	-2.728985	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أن القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 5% لمتغير سعر الصرف الاسمي وبالتالي لا نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أن المتغير غير مستقر في المستوى، نقوم بحساب الفرق الأول للمتغير (1 Difference) ونختبر الاستقرارية ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (5) اختبار الاستقرارية لمتغير سعر الصرف الاسمي عند الفرق الأول

Null Hypothesis: $D(EX)$ has a unit root
Exogenous: None
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.745730	0.0111
Test critical values: 1% level	-2.792174	
5% level	-1.977738	
10% level	-1.602010	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونجد أنَّ المتغير مستقر عند الفرق الأول.

الجدول (6) اختبار الاستقرارية لمتغير الانفتاح التجاري

Null Hypothesis: TRA 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	-1.142671	0.8746
Test critical values: 1% level	-4.992279	
5% level	-3.875302	
10% level	-3.388330	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 5% لمتغير الانفتاح التجاري وبالتالي لا نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونجد أنَّ متغير الانفتاح التجاري غير مستقر في المستوى حيث نقوم بحساب الفرق الأول ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (7) اختبار الاستقرارية لمتغير الانفتاح التجاري عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(TRA) has a unit root

Exogenous: None

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.898260	0.0081
Test critical values: 1% level	-2.792154	
5% level	-1.977738	
10% level	-1.602074	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنَّ متغير الانفتاح التجاري مستقر عند الفرق الأول.

الجدول (8) اختبار الاستقرارية لمتغير معدل التضخم

Null Hypothesis: INF_ has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.328957	0.1790
Test critical values: 1% level	-4.121990	
5% level	-3.144920	
10% level	-2.713751	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أكبر من مستوى معنوية 5% بالنسبة لمتغير معدل التضخم وبالتالي المتغير غير مستقر في المستوى ونقوم بحساب الفرق الأول للمتغير ونختبر الاستقرارية ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (9) اختبار الاستقرارية لمتغير معدل التضخم عند الفرق الأول

Null Hypothesis: D(INF_) has a unit root

Exogenous: None

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-4.135094	0.0007
Test critical values: 1% level	-2.792154	
5% level	-1.977738	
10% level	-1.602074	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنَّ متغير معدل التضخم مستقر عند الفرق الأول.

الجدول (10) اختبار الاستقرارية لمتغير معدل الاستثمار المحلي

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	-3.580549	0.0288
Test critical values: 1% level	-4.297073	
5% level	-3.212696	
10% level	-2.747676	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنَّ متغير معدل الاستثمار مستقر عند المستوى.

الجدول (11) اختبار الاستقرارية لمتغير مؤشر سوق دمشق

Null Hypothesis: DWX has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 2 (Automatic - based on SIC, maxlag=2)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-3.580549	0.0276
Test critical values: 1% level	-4.297073	
5% level	-3.542696	
10% level	-3.747676	

*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من النتائج أنَّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنَّ متغير معدل الاستثمار مستقر عند المستوى.

7/2/5 الارتباط الخطي:

للتحقق من عدم وجود هذه المشكلة نحسب مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة المستخدمة في التقدير:

الجدول (12) اختبار الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة

Covariance Analysis: Ordinary

Date: 07/08/22 Time: 2:37

Sample: 2007 2020

Included observations: 168

Balanced sample (listwise missing value deletion)

Correlation Probability	BC	EX	INV	INF	TRA
BC	1.000000 ----				
EX	0.199413 0.0000	1.000000 ----			
INV	0.019913 0.8102	0.081001 0.8441	1.000000 ----		
INF	-0.186423 0.0233	-0.054792 0.6571	-0.810283 0.0000	1.000000 ----	
TRA	0.335660 0.0011	0.116254 0.1594	0.577513 0.0000	-0.518061 0.0000	1.000000 ----

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نستنتج عدم وجود مشكلة ارتباط خطي بين المتغيرات المستقلة حيث تظهر هذه المشكلة عندما تكون درجة الارتباط بين المتغير شبه تامة (أكبر من 0.95).

8/2/5 تقدير النموذج:

وجدنا من خلال اختبارات الاستقرار أن المكونات المشتركة غير مستقرة في المستوى لجميع المتغيرات، مع وجود وحدات مقطعية فردية مستقرة في المستوى ومنها غير مستقر في المستوى. وفقاً للنتائج السابقة فإن النموذج الملائم للتقدير والمتوافق مع النتائج السابقة هو نموذج الانحدار الذاتي للمتباطات الزمنية ARDL .

الجدول (13) نتائج تقدير نموذج ARDL لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة على اداء سوق دمشق

Dependent Variable: D(DWX)				
Method: ARDL				
Date: 07/08/22 Time: 13:12				
Sample: 2009 2020				
Included observations: 140				
Maximum dependent lags: 1 (Automatic selection)				
Model selection method: Akaike info criterion (AIC)				
Dynamic regressors (1 lag, automatic): BC EX INV INF TRA				
Fixed regressors: C				
Number of models evaluated: 1				
Selected Model: ARDL(1, 1, 1, 1, 1, 1)				
Note: final equation sample is larger than selection sample				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.*
Long Run Equation				
BC	-19.69975	4.046399	-2.644264	0.0102
EX	10.46829	6.913834	2.092657	0.0402
INV	-5.379390	0.107573	-22.11881	0.0000
INF	-6.965925	0.069164	-57.34117	0.0000
TRA	-13.90810	3.994881	-40.57247	0.0000
Short Run Equation				
COINTEQ01	-0.793580	0.002019	-774.9770	0.0000
D(BC)	12.82731	5.830836	2.199909	0.0313
D(EX)	-35.73652	10.65786	-3.352677	0.0013
D(INV)	6.522331	0.011771	530.3219	0.0000
D(INF)	3.095264	0.004713	656.7838	0.0000
D(TRA)	30.79574	1.989484	15.47926	0.0000
C	110.9652	0.671569	165.2328	0.0000
Mean dependent var	5.135862	S.D. dependent var	30.79574	
S.E. of regression	2.553965	Akaike info criterion	4.765049	
Sum squared resid	430.5008	Schwarz criterion	6.425667	
Log likelihood	-270.6136	Hannan-Quinn criter.	5.439754	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

وجدنا من خلال الجدول (13) أنَّ قيمة معامل تصحيح الخطأ (سرعة العودة إلى وضع التوازن) سالبة ومعنوية عند 5% ($\text{COINTEQ01} = -0.79$) وتعني أنه في كل وحدة زمنية (بيانات سنوية) يتم تصحيح 79% من الانحراف للعودة إلى التوازن في الأجل الطويل. كما نلاحظ معنوية معاملات معادلة الأجل القصير والطويل عند مستوى 5% أي نستنتج وجود أثر قصير وطويل الأجل لكل من حجم الائتمان المصرفي وسعر الصرف الاسمي والاستثمار المحلي ومعدل التضخم والانفتاح التجاري في مؤشر سوق دمشق للأوراق المالية. نقوم في الخطوة التالية باختبار معنوية المعلمات مجتمعة من خلال الاعتماد على اختبار WALT TEST ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (14) نتائج تقدير اختبار WALT TEST لاختبار معنوية معلمات النموذج

Wald Test:
Equation: Untitled

Test Statistic	Value	df	Probability
t-statistic	-21.37212	66	0.0000
F-statistic	657.7212	(1, 66)	0.0000
Chi-square	657.7212	1	0.0000

Null Hypothesis: $C(1) + C(2) + C(3) + C(4) + C(5) = 0$

Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
$C(1) + C(2) + C(3) + C(4) + C(5)$	-120.6577	2.577920

Restrictions are linear in coefficients.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

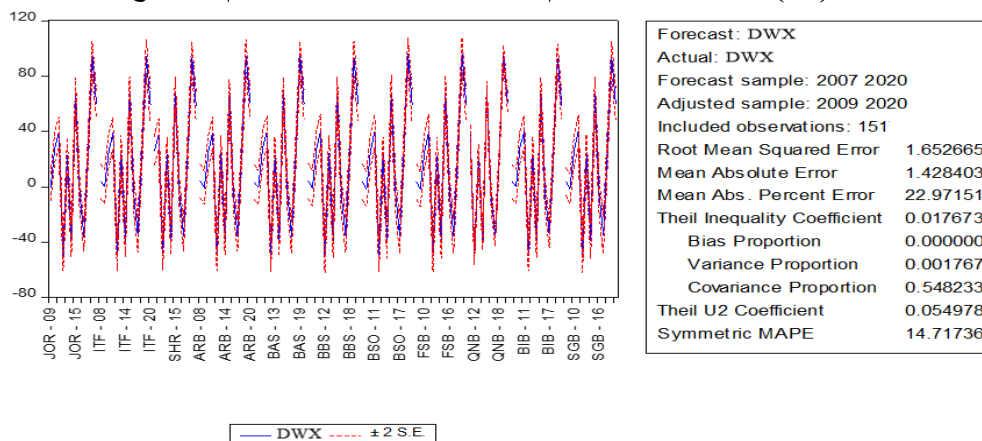
نلاحظ من الجدول أن إحصائية Wald ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5%، وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم بأن أثر متغيرات الاقتصاد الجزئي والكلي في

الاستثمار المحلي غير معنوي إحصائياً ونستنتج وجود تأثير معنوي إحصائياً لمتغيرات الاقتصاد الكلي والجزئي في الاستثمار المحلي في سورية خلال الفترة المدروسة.

9/2/5 اختبار جودة النموذج:

للتأكد من صحة وموثوقية النتائج التي توصلنا لها نحتاج إلى التحقق من جودة النموذج: الجذر التربيعي لمربعات البواقي (RMSE): نلاحظ من الشكل التالي أنّ قيمة الجذر التربيعي لمربع الخطأ $RMSE=1.65$ صغيرة وقريبة من الصفر وأنّ قيمة معامل Theil والتي تدل على مقدار انحراف القيم المقدرة باستخدام النموذج عن القيم الفعلية أقل من 1 (مقبولة إحصائياً) أي عدم وجود انحراف ذو دلالة إحصائية للقيم المقدرة عن الفعلية.

الجدول (15) اختبار انحراف القيم الفعلية عن المقدرة باستخدام النموذج



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

الاستقرارية: تُعدّ استقرارية البواقي من الافتراضات الهامة كدلالة على جودة النموذج، حيث تشير استقرارية البواقي إلى أنّ تباين النموذج ثابت، ولاختبار الاستقرارية نستخدم اختبار ADF في حال وجود ارتباط ذاتي مقطعي ونحصل على النتائج التالية:

الجدول (16) اختبار استقرارية بواقي النموذج المقدر

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: RESID01

Date: 07/07/22 Time: 5:07

Sample: 2007 2020

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total number of observations: 115

Cross-sections included: 11

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	35.5324	0.0014
ADF - Choi Z-stat	13.73587	0.0001

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج EViews

نلاحظ من الجدول أنّ القيمة الاحتمالية لإحصائية الاختبار أصغر من مستوى معنوية 5% لجميع الوحدات المقطعية وبالتالي نستطيع أن نرفض الفرضية العدم ونستنتج أنّ سلسلة البواقي مستقرة عند المستوى.

وفقاً للسابق نستطيع اعتماد النتائج التي تمّ التوصل لها وفق النموذج المقدر في الجدول (13). والممثلة وفق المعادلة التالية:

$$DWX_{t,i} = -19.699BC_{t,i} + 10.468EX_{t,i} - 5.379INV_{t,i} - 13.965TRA_{t,i} - 6.965INF_{t,i} + \varepsilon_{t,i} \quad (10)$$

النتائج

- وجود تأثير طويل الأجل لمجموعة المتغيرات المستقلة في أداء سوق دمشق بنسبة تصحيح 79% خلال فترة سنة، أي أنّ تأثير هذه المتغيرات يظهر بعد سنة واحدة من التغير بنسبة 79% ، أي نرفض الفرضية الرئيسية وهي لا يوجد أثر لمتغيرات الاقتصادية في أداء سوق دمشق للأوراق المالية خلال

الفترة 2007-2020.

- يوجد تأثير عكسي لحجم الائتمان المصرفي في أداء سوق دمشق للأوراق المالية .
- يوجد تأثير طردي لسعر الصرف الاسمي في أداء سوق دمشق للأوراق المالية .
- يوجد تأثير عكسي للانفتاح التجاري في أداء سوق دمشق للأوراق المالية .
- يوجد تأثير عكسي للاستثمار المحلي في أداء سوق دمشق للأوراق المالية .
- يوجد تأثير عكسي لمعدل التضخم في أداء سوق دمشق للأوراق المالية .

التوصيات :

- 1- يجب التحوط بالنسبة لمعدلات التضخم مما لها اثر سلبي كبير على الاقتصاد بشكل عام وسوق الاوراق المالية بشكل خاص .
- 2- يجب توجيه الانفتاح التجاري بشكل يترافق مع سياسات تكميلية تهدف الى تشجيع الاستثمارات جديدة .
- 3- استخدمت الدراسة الحالية بيانات سنوية ويمكن في المستقبل اخذ بيانات ربع او نصف سنوية لزيادة الفعالية عميلة التقدير الاحصائي للعلاقة المدروسة .
- 4- استخدمت الدراسة لحالية سعر الصرف الاسمي فقط يمكن اخذ بالمستقبل سعر الصرف الحقيقي .
- 5- بهدف تنشيط ورفع كفاءة أداء سوق دمشق للأوراق المالية ، يجب رفع قيمة حجم الائتمان المصرفي بما يتناسب مع التضخم لتحقيق أفضل النتائج.

6- يمكن للباحثين في المستقبل توسيع الدراسة الحالية من خلال دراسة فترة زمنية أكبر بالإضافة الى متغيرات أكثر مما يحقق نتائج مهمة يستفاد منها في وضع الخطط الاقتصادية والتنمية.

المراجع

- سعد ، احمد كاصد ، عزيز ، خليل اسماعيل ،(2022) ، تقلبات تقلبات اسعار الصرف وأثرها في السوق المالية (دراسة تحليلية لبعض مؤشرات سوق العراق للأوراق المالية للمدة (2004-2020) ، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ،المجلد (18) ، العدد(60) ، ص 438-425
- كوراني، ربيع ، كنعان ،علي ،(2022). المصارف التجارية ودورها في تفعيل سوق اعراق للأوراق المالية ، مجلة جامعة البعث ، المجلد (45) العدد (24) ، ص 55-96
- صابرين ،ميساء ، يوسف ،علي ، (2023) أثر تقلبات سعر الصرف في أداء المصارف السورية المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية . مجلة جامعة البعث ، المجلد (45) العدد (10) ، ص 52-11.
- البطرني ، رنا ، (2021) أثر المتغيرات الاقتصادية في مؤشر سوق الاوراق المالية المصرية ، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط ، المجلد رقم 29 ، ص 74-45
- العمار، رضوان ، اسعد ، علي ،(2016) :العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكلية ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية ، مجلة جامعة تشرين ، العدد 3، المجلد 38
- الدليمي ، (2023) قياس اثر بعض المتغيرات الاقتصادية في السوق المالي السعودي للمدة (2004-2021) ، المجلة العربية لاقتصاد والتخطيط ، المجلد رقم 16 ، العدد رقم 1
-

- Pradhan, Kailash, Kumar ,Vinay (2022)An empirical analysis of impact of banking sector on Indian stock market. Journal of Economic and Administrative Sciences ,vol 8, NO 2
- 2. BAŞCI, E; KARACA, S. The Ditermination of Stock Market Index Var Approach to Turkish Stock Market. International Journal of Economics and Finance. Vol. 3, No. 1. 2013. 163–171.
- Masoud, N; and Hardaker, G. (2012). The impact of financial development on economic growth Empirical analysis of emerging market countries. Studies in Economics and Finance. Vol.9, 148–173.
- Spanos, K; and Asteriou, D. (2018). The Relationship between Financial Development and Economic Growth during the recent Crisis: Evidence from the EU. Finance Research Letters. 18, 01–16.
- Pesaran, M. H. (1999). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. CESifo Working Papers, no.1233, 255–260.
Pesaran, M. H. (2007). A Simple panel unit root test in the presence of cross–section dependence, Journal of Applied Econometrics, 22(2), 265–312.
Pesaran, M. H., Ullah A., & Yamagata T. (2008). A bias–

adjusted Im test of error cross-section independence.

Econometrics Journal, 11(1), 105–127