

مجلة جامعة حمص

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 47 . العدد 9

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

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	عضو هيئة التحرير

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
34-11	رانيا محمد حجازي	دور التحول الرقمي في التنمية المستدامة
76-35	رائف الشيباب	درجة التزام المصارف التجارية في الأردن بالمسؤولية الاجتماعية وفق معايير جودة الخدمات المصرفية
112-77	عمار إبراهيم	تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات "دراسة ميدانية على المستشفيات الخاصة في جبلة"
145-113	نيروز حسن د. سعيد اسير د. ديماس ماخوس	تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

دور التحول الرقمي في التنمية المستدامة

*رانيا محمد محجازي

المستخلص

يعد التحول الرقمي قوة دافعة لتحقيق نمو مبتكر وشامل ومستدام حيث يعمل على توفير فرص العمل ومعالجة الفقر وإدارة توصيل السلع والخدمات ويساهم في تحقيق حياة أفضل . يستمد البحث أهميته من خلال الدور الهام الذي يقوم به التحول الرقمي باعتباره الركيزة الأساسية في برنامج التنمية المستدامة . يهدف البحث إلى دراسة مفهوم التحول الرقمي والتنمية المستدامة ومدى فعالية التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة. اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي وتوصل إلى عدة نتائج أهمها ضرورة التحول الرقمي لتحقيق أبعاد وأهداف التنمية المستدامة حيث يعتبر الركيزة الأساسية في كل المشروعات التنموية.

الكلمات المفتاحية : التحول الرقمي - الاقتصاد الرقمي - التنمية المستدامة

The role of digital transformation in sustainable development

Rania Mohammad Mohjazi*

ABSTRACT

Digital transformation is a driving force for achieving innovative, inclusive and sustainable growth as it provides job opportunities, addresses poverty, managing the delivery of goods and services and contributes to achieving a better life. The research derives its importance from the important role played by digital transformation as the main pillar of the sustainable development program. The research aims to study the concept of digital transformation, and sustainable development, and the effectiveness of digital transformation in achieving sustainable development. The research followed the descriptive analytical approach and reached several results, the most important of which is the necessity of digital transformation to achieve the dimensions and goals of sustainable development, as it is considered the main pillar in all development projects.

Keywords: Digital transformation – Digital economy – Sustainable development

المقدمة

* Business supervisor .Department of Economics and planning, Faculty of Economics , Tishreen University , Latakia , Syria .
Email: Rania.mohjazi@tishreen.edu.sy

يشهد العالم تطورات هائلة في ميدان التكنولوجيا بكل أنواعها وذلك لدورها الفاعل في مختلف الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية و السياسية، حيث أصبحت المعرفة أداة محورية في قياس مدى قدرة الدول على التقدم والتطور وإنجاح خططها وبرامجها لتحقيق التنمية المستدامة ، يعد التحول الرقمي قوة دافعة لتحقيق نمو مبتكر وشامل ومستدام حيث يعمل على توفير فرص العمل ومعالجة الفقر وإدارة توصيل السلع والخدمات لذلك سيتم في هذا البحث تناول أهمية التحول الرقمي وفوائده ودوره في تحقيق التنمية المستدامة .

الدراسات السابقة

1- دراسة (نعمه، 2015) بعنوان : تحليل العلاقة بين الاقتصاد الرقمي وبعض المتغيرات الاقتصادية الكلية في ماليزيا والإمارات العربية المتحدة للمدة 1999 – 2013 مع الإشارة إلى العراق .

هدف البحث إلى دراسة الاقتصاد الرقمي وانعكاساته على متغيرات الاقتصاد الكلي بالإضافة إلى دراسة تجربة التحول الرقمي في كل من ماليزيا والإمارات العربية المتحدة ، توصل البحث إلى عدة نتائج أهمها أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ينعكس بشكل ايجابي على ربحية المؤسسات من خلال تخفيض التكاليف الحدية ، وأنه يوجد أثر موجب ومعنوي لتكنولوجيا المعلومات على النمو الاقتصادي من خلال زيادة استخدام المؤشرات الرقمية ، بالإضافة إلى وجود علاقة ايجابية بين التجارة الالكترونية والنتائج المحلي الاجمالي.

2- دراسة (Vugetic ، Ivancic ، Vuksic ، 2018) بعنوان :

A Preliminary Literature Review of Digital Transformation Case

Studies. مراجعة أولية للأدبيات حول دراسات الحالة المتعلقة بالتحول الرقمي

في هذا البحث تم إجراء مراجعة للأدبيات عن موضوع التحول الرقمي في الشركات بينما تكافح الشركات لتحقيق النجاح في بيئة السوق المعقدة اليوم وتوفير تجربة وخدمات أفضل للعملاء، فإنها تدمج التحول الرقمي كوسيلة للوصول إلى القدرة التنافسية وتعزيز خلق القيمة ، تتكون عملية التحول الرقمي من مشاريع تنفيذ تكنولوجيا المعلومات، فضلاً عن العوامل التنظيمية مثل دعم الإدارة العليا، واستراتيجية التحول الرقمي، والتغييرات التنظيمية، توصل البحث إلى أن المنظمات العامة والخاصة تدرك ضرورة التغيير واستخدام مشاريع التحول الرقمي بالإضافة إلى

تبني التغييرات التنظيمية. كما أن التغييرات المتعلقة بالتحول الرقمي تؤثر على كل من الصناعات التحويلية والصناعات القائمة على الخدمات.

3- دراسة (حسن ، 2019) بعنوان : الاقتصاد الرقمي مزاياه وتحدياته تطبيقاته .
تناول البحث الاقتصاد الرقمي خصائصه ومتطلباته والمزايا والتحديات التي تواجهه ، وقد توصل البحث إلى أن الاقتصاد الرقمي أصبح ضرورة يجب اعتمادها من أجل المساهمة في رفع الاقتصاد وأن تقنية المعلومات والاتصالات أصبحت مفتاحاً له الأولوية في عالم الاقتصاد الرقمي .

4- دراسة (قادم والعلمي ، 2022) بعنوان : واقع وتحديات تبني الاقتصاد الرقمي في الوطن العربي.

هدف البحث إلى دراسة واقع الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية وتوصل البحث إلى أن الاقتصاد العربي يجد صعوبة في التحول للاقتصاد الرقمي لأسباب عديدة مما يحتم عليه ضرورة وضع وتنفيذ استراتيجية واضحة لتحقيق هذا التحول من أجل الدفع بعملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والحد من الفجوة الرقمية.

الاختلاف عن الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة الاقتصاد الرقمي ومفهومه وخصائصه وتطبيقاته وأثره على أداء الشركات وعلى بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية في بعض الدول العربية ،تشابه هذا البحث مع الأبحاث السابقة بعدة نقاط منها الاطار المفاهيمي للاقتصاد الرقمي ،إلا أنه في هذا البحث سوف يتم بالإضافة إلى ما سبق دراسة دور التحول الرقمي في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة وأهدافها.

أهمية البحث

يستمد البحث أهميته العلمية من خلال الدور الهام الذي يقوم به التحول الرقمي باعتباره الركيزة الأساسية في برنامج التنمية المستدامة ، أما الأهمية العملية تتضح من خلال الاستفادة من التحول الرقمي في كل مؤسسات الدولة والقطاعات الخاصة الأمر الذي سيتوجب معه تبني الحلول الرقمية والتحول التكنولوجي في شتى المجالات .

أهداف البحث

- 1- تسليط الضوء على أهمية وخصائص التحول الرقمي.
- 2- تسليط الضوء على مفهوم التنمية المستدامة وأبعادها وأهدافها.
- 3- دراسة مدى مساهمة التحول الرقمي في تحقيق أهداف وأبعاد التنمية المستدامة.

مشكلة البحث

تكمن المشكلة بالتساؤل الآتي:

ما مدى فعالية التحول الرقمي في المساهمة في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة ؟

فرضيات البحث

الفرضية الأولى : توجد علاقة بين عدد مستخدمي الانترنت والنتاج المحلي الاجمالي
الفرضية الثانية : توجد علاقة بين صادرات التكنولوجيا المتقدمة والنتاج المحلي الاجمالي

متغيرات البحث

المتغير المستقل : عدد مستخدمي الانترنت ، صادرات التكنولوجيا المتقدمة
المتغير التابع : الناتج المحلي الاجمالي

حدود البحث

الحدود الزمانية : تم اعتماد الفترة من عام 2011 إلى عام 2020 للدراسة الاحصائية
الحدود المكانية : الاقتصاد الرقمي العالمي الذي يشمل دول العالم المتقدمة والنامية

منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة مفهوم التحول الرقمي وخصائصه ومفهوم التنمية المستدامة وخصائصها بالإضافة للدراسة التحليلية لكيفية ودور التحول الرقمي في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة وذلك بإتباع اسلوب احصائي يستند على التقارير والبيانات الصادرة عن المؤسسات والمنظمات الدولية للوصول إلى نتائج دقيقة .

أولاً التحول الرقمي

* مفهوم التحول الرقمي

أن التحول الرقمي هو دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات النشاط وإحداث تغيير جذري في كيفية عملها مما يؤدي إلى التحول من نظام العمليات التقليدية إلى نظام العمليات الرقمية ، أي هو عملية تحويل المعلومات من المستوى المادي إلى المستوى الرقمي وهذا ما تعكسه

التوجهات العالمية المتسارعة للتكيف التقني من قبل الأفراد والشركات والمجتمعات والدول ، الأمر الذي يساعد بدوره في زيادة الكفاءة الانتاجية للأفراد والمنظمات . يعد التحول الرقمي من التوجهات الحديثة لبيئة الأعمال ففي عام 2020 بلغت قيمة سوق التحول الرقمي العالمي 998.99 مليار دولار وبحلول عام 2026 من المتوقع أن تصل قيمته إلى 2744.68 مليار دولار أي بمعدل نمو سنوي مركب قدره 17.42 %.(نصر الدين والبشر ، 2023)

* أهمية التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة المؤسسات والهيئات التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستفيدين . التحول الرقمي لا يعني فقط تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة بل هو برنامج شامل ضروري للمؤسسة ويرتبط بطريقة وأسلوب عملها داخلياً بشكل رئيسي من خلال تقديم الخدمات للجمهور المستهدف لجعل الخدمات تتم بشكل أسرع وأسهل.

يسهم التحول الرقمي في ربط القطاعات الحكومية أو الخاصة ببعضها بحيث يمكن انجاز الأعمال المشتركة بمرونة وانسجام عال . لقد أصبحت الضرورة ملحة لتحول المؤسسة رقمياً بسبب التطور المتسارع في استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات في كافة مناحي الحياة سواء كانت متعلقة بالمعاملات مع القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو كانت تخص الافراد. (غنام، 2022).

* فوائد التحول الرقمي

1- يساهم في زيادة الكفاءة في العمليات الاقتصادية من خلال التحول إلى الأنظمة الرقمية والأتمتة وتحسين سلاسل التوريد وإحداث تغييرات جوهرية في عناصر الانتاج حيث أصبحت التكنولوجيا عنصر فاعل في الاقتصاد الرقمي مما يعزز ذلك النمو الاقتصادي بالإضافة إلى خلق فرص عمل جديدة مما يساهم في تحقيق التنمية المستدامة.

2- للتحول الرقمي فوائد ليس فقط للعملاء والجمهور ولكن للمؤسسات الحكومية والشركات أيضاً حيث يوفر الكلفة والجهد بشكل كبير ويحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها ويعمل على تحسين جودة البيانات من خلال استخدام التكنولوجيا لمنع اهدار الموارد وتوفير الجهد والطاقة وزيادة

الارياح ، كما يخلق فرص لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية وتبسيط الاجراءات للحصول على الخدمات المقدمة للمستفيدين .

3- يساعد التحول الرقمي المؤسسات الحكومية والشركات على التوسع والانتشار على نطاق أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء والجمهور ، كما يساهم في تحسين كفاءة استخدام الموارد وتحسين الخدمات في القطاعين العام والخاص والحصول على الخدمات بصورة مبسطة وسريعة وانجاز العمل بكفاءة عالية باستخدام التكنولوجيا الرقمية في مجالات الصناعة والزراعة والطاقة والنقل .

4- يساهم في تخفيف الضغوط المستمرة على المؤسسات الحكومية الاقتصادية والخدمية من قبل المواطنين من أجل تلبية الطلبات المتزايدة على خدماتها ، والتخلص من الفساد والروتين والبيروقراطية .

5- يؤدي إلى مواكبة التقدم التكنولوجي والثورة المعرفية المرتبطة به، مما يستلزم الاستفادة منه في مختلف مجالات الحياة لما يحققه من مزايا لعدد كبير من التطبيقات العلمية (رضوان، 2022).

6- يؤثر التحول الرقمي على هياكل الحكومة، ويمكن أن يساهم في بناء حكومات ذكية تستجيب لاحتياجات المجتمع، من خلال تحسين الكفاءة وتقليل التكاليف فهو يؤدي إلى تبسيط العمليات الحكومية، مما يقلل من التكاليف ويزيد من كفاءة إدارة الموارد.

7- يعمل على تعزيز الشفافية ومشاركة المواطنين حيث يتيح التحول الرقمي للحكومات نشر المعلومات بشكل أكثر شفافية، مما يعزز مشاركة المواطنين في عملية اتخاذ القرار، كما أن استخدام التحليلات الضخمة والذكاء الاصطناعي يساعد الحكومات في فهم أفضل لاحتياجات المجتمع واتخاذ قرارات استراتيجية حكيمة.

8- يعمل على تخفيف العبء على المواطنين من خلال سهولة وسرعة أداء الاجراءات الرقمية وتعزيز التواصل والتعاون وزيادة رضا العملاء و فتح مجال الابداع في كيفية تقديم الخدمات التي يتم تقديمها للعملاء ، عبر تبني تقنيات حديثة تعزز جوانب متعددة من الأعمال.

9- تسهيل كيفية مراقبة وتتبع سير العمل وتحليل المقاييس والبيانات خلال التسويق الرقمي للنشاط حيث يمكن استخدام هذه البيانات في تحسين وتطوير جودة العمل للحصول على نتائج

أفضل مما يساهم في رفع مستوى الارباح الاجمالية للنشاط التجاري، كما يسمح للعملاء المحتملين بالتعرف على اجراءات عمليات البيع والشراء في أي وقت ومكان (عمر ، 2021).

*** خطوات تطبيق التحول الرقمي**

يبدأ التحول الرقمي من خلال بناء استراتيجية رقمية وإجراء تحسين على الوضع الراهن و ذلك من خلال قياس الإمكانيات الرقمية الحالية لتحديد أفضل هيكل عمل لأنشطة التسويق الرقمي بعد ذلك يتم تحديد المتطلبات لخطط الاستثمار مع تحديد عوائق التكامل الرقمي لعمل خطة شاملة ومحكمة لكافة الظروف لتدفع بعجلة التحول إلى المسار المطلوب و وجود إدارة التغيير للتحول الرقمي مطلب رئيسي للوصول إلى الأهداف الاستراتيجية. حيث يتم تطبيق التحول الرقمي عبر طيف يشمل التقنيات والبيانات والموارد البشرية والعمليات

1- التقنيات : حيث يتم بناء التحول الرقمي باستخدام منظومة من الاجهزة ، وأنظمة التشغيل، ووسائط التخزين، والبرمجيات التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات تسمح باستخدام جميع الأصول بكفاءة تشغيلية عالية .كما يستلزم ضمان مستوى خدمة مناسب لأفراد المؤسسة وعملائها ومورديها عبر فرق مهنية مسؤولة عن إدارة المنظومة التقنية والبنية التحتية للشبكة سواء أكانت هذه المنظومة محلية أو سحابية.

2- البيانات : يفترض أن تقوم المؤسسات بإدارة وتحليل البيانات بشكل منتظم وفعال وذلك لتوفير معلومات وإجراءات نوعية موثوقة وكاملة مع توفير وتطوير أدوات مناسبة للتحليل الإحصائي والبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل، كما يجب متابعة البيانات بشكل مستمر لضمان استمرار تدفقها والاستفادة منها بشكل يتماشى مع أهداف المؤسسة وتوقعاتها.

3- الموارد البشرية : تشكل الموارد البشرية جانباً حيوياً يصعب على المؤسسات تطبيق التحول الرقمي بدونه، إذ يتوجب توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها لاتخاذ قرارات فعالة، كما يتطلب تخطيط الرؤى وتنفيذها كفاءات بشرية ذات خبرات علمية وعملية.

4- العمليات : وهي عبارة عن مجموعة من النشاطات أو المهام المرتبة والمتراصة التي تنتج خدمة معينة أو منتج معين للمستفيدين، يجب على المؤسسات إرساء بناء تقني فعال يسمح بتطوير العمليات على الصعيدين الداخلي والخارجي وذلك لضمان التطبيق الأمثل للتحول الرقمي، ويتضمن ذلك الموائمة الداخلية والخارجية في انجاز العمليات مع وجود رقابة في إنجاز

العمليات والذي يعتبر أحد المفاتيح الرئيسية في المدخلات والمخرجات للمنظمة. (عصر ،
(2022

* خصائص التحول الرقمي

1- **التفاعل بين مؤسسات الدولة والجمهور:** إن التحول الرقمي يضمن التفاعل وتسهيل التواصل بين الحكومة والمواطنين إلكترونياً بطريقة فعالة، مما يؤدي إلى القضاء على البيروقراطية ، حيث إن التحول من المعاملات الورقية في جميع مؤسسات الدولة إلى المعاملات الإلكترونية يسهم بلا شك في إحداث تطور ملحوظ في شتى المجالات كما إن هذا التطور سيوفر الوقت والجهد في تقديم الخدمات بدون أي عوائق.

2- **التطور المستمر للبنية التحتية لبناء استراتيجية رقمية:** يحتاج التحول الرقمي إلى بنية تحتية قوية تسمح بإجراء العمليات التي تتم في إطارها ، وذلك على مستوى البنية التحتية المتعلقة بالشبكات والتطبيقات ، وهذا التوجه يحتاج إلى وضع خطط استراتيجية بحيث يتم تحديد التقنيات وفق أسس علمية وقانونية لكي يتحقق التحول الرقمي الفعال.

3- **السعي نحو تحقيق العدالة الرقمية:** لكي تحقق العدالة الرقمية لابد من توفير السبل لنفاذ الخدمات إلى جميع المواطنين بأيسر السبل الممكنة، بمعنى توفير ساحة آمنة لجميع الفئات للتعامل مع المنظومة العامة للرقمنة بحيث يتم حصول المواطنين على الخدمات الرقمية دون تمييز (لاشين ، 2024) .

ثانياً التنمية المستدامة

* مفهوم التنمية المستدامة

تعني تلبية احتياجات الجيل الحالي دون المساس بقدرة الأجيال القادمة من تلبية احتياجاتها من خلال التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتهدف إلى تحقيق التقدم الشامل والدائم دون إلحاق ضرر بالبيئة أو استنزاف الموارد الطبيعية. (هرموزي وامحمد ، 2024)

* أبعاد التنمية المستدامة

1- **البعد الاقتصادي :** يعني استمرارية وتعظيم الرفاه الاقتصادي لأطول فترة زمنية ممكنة من خلال توفير مقومات الرفاه الإنساني بأفضل نوعية مثل الطعام والسكن والملبس والصحة والتعليم .

2- البعد الاجتماعي : لا يقل أهمية عن البعد الاقتصادي، فالتنمية المستدامة تدعو لإعطاء الأولوية للإنسان في السياسات وفي برامج الاستثمار، وهو نداء واقعي يعني ببساطة ادراك الأهمية المحورية للقوى الاجتماعية ومؤسساتها في التنمية المستدامة، ومقتضى ذلك أن التنمية المستدامة يجب أن تأخذ بعين الاعتبار العلاقات المتبادلة للمجتمعات الإنسانية، كما أن التنظيم الاجتماعي يعتبر عاملاً حاسماً في وضع الحلول القابلة للتطبيق من أجل تحقيق تنمية مستدامة .

3- البعد البيئي : فقد ارتكزت فلسفة التنمية المستدامة على الموارد الطبيعية التي تعتبر ضرورة لأي نشاط زراعي أو صناعي، لهذا أسند في مفهوم التنمية المستدامة محاولة الموازنة بين النظام الاقتصادي والنظام البيئي بدون استنزاف للموارد الطبيعية مع مراعاة الأمن البيئي (لاشين ، 2024).

*** أهداف التنمية المستدامة**

أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 2015 سبعة عشر هدفاً اعتبرتها خطة للتنمية ولحياة أفضل للعالم ويجب الانتهاء من تنفيذها بحلول عام 2030 وهي : القضاء على الفقر - القضاء التام على الجوع - الصحة الجيدة والرفاهية - التعليم الجيد - المساواة بين الجنسين - المياه النظيفة والنظافة الصحية - طاقة نظيفة وبأسعار معقولة - العمل اللائق ونمو الاقتصاد - الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية - وبناء بنية تحتية قوية - الحد من أوجه عدم المساواة وتقليل الفروق في الثروة والدخل - مدن ومجتمعات محلية مستدامة - ضمان توازن الاستهلاك والإنتاج - العمل المناخي - المحافظة على المسطحات المائية والحياة تحت المياه - الحياة في البر - السلام والعدل والمؤسسات القوية - عقد الشراكات لتحقيق الأهداف (عمر ، 2021)

ثالثاً الدراسة التحليلية لمساهمة التحول الرقمي في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة

1- دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية الاقتصادية

بالمقارنة بين الاقتصاد قبل عدة سنوات وما هو عليه الآن نجد أن تأثير التكنولوجيا يلعب دوراً كبيراً في دفع عجلة التقدم الاقتصادي العالمي لماله من تأثير على الانتاج والاستهلاك والتوظيف وهو ما ساهم في رفع مستويات العمليات الانتاجية وخفض التكاليف وتحقيق الرفاهية وذلك من خلال استثمار القطاع التكنولوجي في البحث والتطوير وتكوين بنية تحتية رقمية وتحفيز الابتكار

في مختلف القطاعات مما يحقق التميز التنافسي ، فالتحول الرقمي يعد المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي في الدول المتقدمة والنامية من خلال زيادة انتاجية رأس المال والعمالة حيث من خلال تجارب الدول نلاحظ وجود عدد من المحاور المشتركة بين مختلف استراتيجيات الدول النامية والمتقدمة باعتبارها ركائز يعتمد عليها الاقتصاد الرقمي منها تعزيز البنية التحتية اللازمة وصقل المهارات الرقمية ونشر تطبيقات الحكومة الرقمية وضمان الامن السيبراني كما تبين وجود علاقة ايجابية بين الاقتصاد الرقمي وتحقيق النمو الاقتصادي وأهداف التنمية المستدامة حيث إن كل زيادة في مستويات انتشار الانترنت ذات النطاق العريض في الدول العربية والإفريقية بنحو 10% يسهم في زيادة متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي بنسبة تقارب 20.5 % أما في أمريكا فتصل إلى 1.9 % وفي أوروبا إلى 1.4 % ، وأن الصادرات العالمية من سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات زادت بنسبة 4% لتصل إلى أكثر من 2.3 تريليون دولار عام 2020 وأن اجمالي ناتج قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات العالمي بلغ 6.1 تريليون عام 2022 بما يمثل نحو 6% من اجمالي الناتج المحلي العالمي (مجلس الوزراء المصري ، 2024

(

يسهم التحول الرقمي في زيادة النمو الاقتصادي من خلال توظيف التقنيات الرقمية في تطوير الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية بما يساهم في زيادة كفاءة الانتاج والابتكار ، حيث تعتبر أهم ميزاته هي القدرة على الابداع والابتكار من خلال خلق نماذج أعمال جديدة تعمل على احداث تغيرات في سلاسل القيمة وإنشاء نماذج أعمال ذات ميزة تنافسية ومستدامة.

يؤثر التحول الرقمي في النمو الاقتصادي من خلال زيادة حجم الاستثمارات الرقمية فالتوسع في مجال الاستثمارات المتعمقة بتقنية المعلومات والاتصالات والبرمجيات يساهم في نمو الناتج المحلي الاجمالي ويطلق على هذا النوع من الاستثمارات مصطلح تعميق رأس المال. حيث هذه الاستثمارات الرقمية لها تأثير ايجابي على نمو إنتاجية العمل والإنتاجية الكمية لعوامل الإنتاج من خلال زيادة كفاءة استخدام هذه العوامل و دعم القدرات الابتكارية للمنشآت وتطوير منتجاتها والانخراط في التجارة الخارجية وتحسين مواقعها في الأسواق الدولية (رضوان والبدري ، 2023).

بالنسبة للزراعة التي تعد محرك أساسي للتنمية الاقتصادية تفتح التكنولوجيا الرقمية امكانيات هائلة للمزارعين والمستثمرين لتحسين كفاءة انتاج الاغذية واستهلاكها وذلك من خلال الاستفادة

من ابتكارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على طول سلسلة القيمة، بالإضافة إلى تحسين صورة القطاع وزيادة الانتاجية والعوائد على الاستثمار وتوفير فرص عمل جديدة. والعمل على زيادة الانتاج المحلي من خلال التعريف بالموارد الطبيعية والاستخدامات الجديدة للموارد المتاحة واكتشاف أساليب جديدة في عملية الانتاج وتنظيم الخدمات اللوجستية والتوصيل وتوفير وسائل أفضل لخدمة المستهلكين .

يمكن التحول الرقمي من زيادة انتاجية الأراضي الزراعية وتوفير الكهرباء عن طريق الشبكات الذكية وتوفير الفاقد في المياه وهذا كله يساهم في زيادة الانتاج وبالتالي زيادة حصة الأشخاص من الناتج العالمي. حيث يستخدم في الأراضي الزراعية مجسات صغيرة تكون مهمتها قياس الرطوبة وكفاءة المزروعات والسماد وتحليل تلك البيانات باستخدام الذكاء الصناعي للتحكم في مواعيد الري وكمية المياه ووقت التسميد ونوع السماد وكميته وهذا يؤدي إلى زيادة انتاجية الأراضي الزراعية كما يعمل الذكاء الصناعي على دراسة موقع الاراضي الزراعية والمساحة والحجم والمناخ ويقرر أنواع المزروعات التي تصلح لتلك الأراضي للحصول على أكبر محصول من حيث الكم والجودة مما يساهم في تحقيق هدف التنمية المستدامة في القضاء على الجوع. تلعب الصناعة الرقمية دوراً أساسياً في عملية نقل الدول إلى الثورة الصناعية الرابعة ، وهذا يحتاج إلى تعزيز وتيسير دور القطاع الخاص في التنمية والمشاركة في الاقتصاد الرقمي العالمي.

ينتج قطاع التصنيع حوالي 16 ٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، مقابل حوالي 11٪ من الناتج المحلي الإجمالي للعالم العربي، ومن المتوقع أن يؤدي تطبيق التصنيع الذكي إلى تحقيق قيمة تتراوح بين 1.2 و 3.7 تريليون دولار عالمياً بحلول عام 2025 كنتيجة لتحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة دقة الصيانة التنبؤية والوقائية وإدارة سلسلة التوريد وإدارة المخزون والإمداد.(جامعة الدول العربية، 2020)

يساهم التحول الرقمي في خلق وظائف جديدة والمساهمة أيضاً في اختفاء بعض الوظائف ولكن تلك الوظائف التي ستختفي سيحل محلها برمجيات وأجهزة أكثر كفاءة من البشر مما سيزيد الانتاجية والنمو الاقتصادي مما يؤدي إلى تغيير في هيكل القطاع الصناعي وأدواته والعمليات التي تتم فيه الأمر الذي يتطلب إعادة توزيع العمالة لتواكب التغيرات الجديدة حتى يضمن الجميع

الحصول على وظائف محترمة وفي الوقت نفسه المحافظة على مكتسبات الذكاء الاصطناعي . أي يؤثر التحول الرقمي على التشغيل باتجاهين إيجابي سلبي و يتوقف الأثر الصافي له على التشغيل على خصائص سوق العمل وعلى مدى قدرة الاقتصاد على التأقلم مع متطلبات التحول الرقمي فكلما زادت درجة الاستعداد والاستخدام الرقمي وزاد مستوى المهارات في قوة العمل ودرجة مرونة تشريعات أسواق العمل وسهولة انتقال العمل بين القطاعات كلما زاد التأثير الإيجابي على التشغيل (رضوان والبديري ، 2023).

من جانب آخر يجب تحقيق توازن بين التكنولوجيا واحتياجات العمل، حيث يفرض التحول الرقمي طلباً متزايداً على مهارات التكنولوجيا، مما يجعلها أساسية للنجاح والتقدم، لذلك يحتاج الموظفون إلى تطوير مهارات جديدة مثل التحليل البياني ، والبرمجة ، والتفاعل مع أنظمة الذكاء الاصطناعي، كما يفتح التحول الرقمي أفقاً لظهور وظائف جديدة في مجالات مثل تطوير التطبيقات والأمن السيبراني وتحليل البيانات، ويتطلب ذلك تكييفاً سريعاً لملاءمة هذه التطورات، كما تؤدي التقنيات الرقمية إلى زيادة استخدام الأتمتة في مختلف القطاعات وهذا يعني أن بعض الوظائف التقليدية قد تتم أتمتتها، مما يتطلب من الموظفين تطوير مهارات قائمة على التكنولوجيا للحفاظ على تنافسيتهم.

بالنسبة للتجارة الرقمية فهي تشجع على نمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة مما يساهم في تعزيز التنمية الاقتصادية الشاملة وتقليل الفجوة الاقتصادية .حيث يحدث التحول الرقمي تحولاً في نماذج الأعمال مع توسيع التجارة الإلكترونية، واعتماد تقنيات التحليل الضخم لاتخاذ قرارات استراتيجية ، كما يعزز التحول الرقمي الابتكار ويفتح أفقاً لفرص جديدة في مجال الأعمال وتحقيق هدف التنمية المستدامة في القضاء على الفقر .

أما بالنسبة للخدمات المالية الرقمية يمكن للتحول الرقمي تعزيز الشمول المالي الذي سيتيح فرص لتحقيق قفزة نوعية في مجال الاستدامة من خلال تزويد الأفراد بالخدمات المصرفية والمالية عبر الانترنت مما يدعم الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي حيث ان تعميم الخدمات المالية وتسهيل وصولها الى جميع فئات المجتمع تعد ركيزة اساسية من اجل محاربة الفقر وتعزيز الرخاء المشترك (بلباي ، 2022).

تشير التقارير والدراسات الصادرة عن المؤسسات الدولية إلى أن قيمة الاقتصاد الرقمي العالمي عام 2019 قدر بنحو 11.5 تريليون دولار ومثل 15.5 % من إجمالي الناتج المحلي العالمي . حيث كان لجائحة كورونا أثر كبير في التوسع إلى الاقتصاد الرقمي فبغية احتواء الجائحة سارعت مختلف الدول إلى تطبيق استراتيجية التباعد الاجتماعي والإغلاق العام أو الجزئي لكافة الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية وكان لهذا آثار واسعة النطاق على كافة مناحي الحياة أبرزها المتعلقة بالصحة والتعليم والعمل إذ أظهرت الحاجة إلى الاتجاه نحو التعليم والعمل عن بعد وإنهاء الإجراءات الحكومية إلكترونياً بالإضافة إلى زيادة حجم التجارة الإلكترونية الذي قدر بنحو 3.9 تريليون دولار عام 2020 (unctad,2020).

تبين الأرقام والإحصاءات الدولية مساهمة الاقتصاد الرقمي في أكبر وأهم اقتصاديات الدول المتقدمة والناشئة عالمياً ، فقد بلغت مساهمته في الاقتصاد الأمريكي أكثر من 1.2 تريليون دولار ، فيما أعلنت الصين أنه يساهم في ثلث الاقتصاد الصيني تقريباً أي ما يقرب 3.8 تريليون دولار (جامعة الدول العربية ،2020)

كما قدمت مجموعة البنك الدولي تقريراً توصل إلى أن اعتماد التقنيات الرقمية في بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من شأنه أن يحقق منافع اجتماعية واقتصادية هائلة تصل قيمتها إلى مئات المليارات من الدولارات سنوياً، وأن الاستخدام واسع النطاق للخدمات الرقمية مثل خدمات الهاتف المحمول والمدفوعات الرقمية من شأنه أن يعزز النمو الاقتصادي وأن الرقمنة الكاملة للاقتصاد يمكن أن ترفع نصيب الفرد من إجمالي الناتج المحلي بنسبة لا تقل عن 46% على مدى 30 سنة وأن اعتماد التقنيات الرقمية بصورة شاملة يزيد فرص العمل في شركات الصناعات التحويلية بنسبة 5% على مدى 30 سنة أي ما يعادل 1.5 مليون فرصة عمل على الأقل (مجموعة البنك الدولي، 2022)

وبالتالي فإن التحول الرقمي يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية.

2 - دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية الاجتماعية

سهلت التكنولوجيا التواصل بين المجتمعات الريفية والمناطق الحضرية حيث استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأداة فاعلة بهدف تجسير الفجوة الرقمية ولخدمة المجتمع المحلي بمختلف فئاته وتمكين الجميع من الاستفادة من الفرص المتاحة ، مما يسمح بتطوير القوى

البشرية و اكسابها مهارات الاقتصاد الحديث لزيادة قدرتها التنافسية في الحصول على الوظائف ورفع كفاءتها العملية للمساهمة في تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة تنعكس آثارها المباشرة على حياة ورفاهية المواطن . وبالتالي يعمل التحول الرقمي على توسيع الوصول إلى الخدمات الأساسية مثل التعليم والصحة.

بالنسبة للتعليم الرقمي، إن التعليم هو أساس تحقيق التنمية المستدامة وهو ضمان التعليم الجيد والشامل للجميع، وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة، لذلك يجب تطبيق نظام التعليم الإلكتروني كنمط تعليمي كامل والعمل على تقديم المحتوى التعليمي الإلكتروني المعزز كخبرة تعليمية متكاملة، حيث يتيح انتشار الانترنت والتعليم عن بعد والمنصات الرقمية لقطاع التعليم الاستفادة من التكنولوجيا لتوسيع نطاق التعلم في جميع المستويات وتحسين جودته وتوليد المعرفة والابتكار والربط بشبكات التعليم والبحث الدولية مع مراعاة الأهداف التعليمية والنتائج المتوقعة الخاصة بكل بلد ، وبالتالي توفر الأدوات الرقمية فرصاً واسعة للتعليم والتدريب مما يساعد في بناء القدرات البشرية وزيادة الفرص الاقتصادية ، حيث أصبحت قدرة الأفراد على التعلم أسهل من قبل بكثير وأصبح الحصول على المعلومة لا يحتاج إلى وقت كبير وإن التعليم المبني على المعرفة الذي تطور إلى التعليم بالعمل يزيد من قدرة الفرد في تطبيق المعرفة النظرية والتحليلية الحديثة والتي يستطيع من خلالها تنمية قدراته وخبراته ومهاراته. وبالتالي يعزز التحول الرقمي جودة العملية التعليمية من خلال توفير المحتوى الرقمي و تقنيات التعلم عبر الإنترنت والتفاعل الإلكتروني ، حيث يتيح التحول الرقمي للأفراد فرص التعلم المستمر للجميع وتطوير المهارات. كما يسهم في تأهيل الموظفين لمواكبة متطلبات العمل المتغيرة.

قدر حجم صناعة التعلم الإلكتروني ب 190 مليار دولار أمريكي في عام 2018 وفقاً لمحلي الصناعة العالمية، ومن المتوقع أن تنمو بمعدل نمو سنوي يقدر ب 7 % مليار دولار حتى عام 2025 (جامعة الدول العربية، 2020)

أما بالنسبة للصحة الالكترونية فهي تشمل جميع جوانب استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الرعاية الصحية حيث سهلت النفاذ إلى أحدث النتائج المستخلصة في مجال البحوث الطبية والتشخيص عن بعد ، الأمر الذي يتطلب تخفيض تكاليف الاجهزة وتحسين اتصال الشبكة والتركيز على تكامل الحلول الصحية الرقمية ، وقد بلغ حجم سوق الصحة الرقمية

233.5 بليون دولار عام 2022 وكانت 44.5 % حصة أمريكا الشمالية من سوق الصحة العالمية حيث تعتبر برمجيات الصحة الرقمية طريقة فعالة من حيث التكلفة والتقنية للتعجيل بخطى الابتكار الرقمي ومساعدة مقدمي الخدمات على زيادة الإيرادات وتعزيز الكفاءة وتحسين نوعية الرعاية الصحية ، للذكاء الصناعي استخدامات عدة في الطب من تشخيص الأمراض بدقة عالية واقتراح علاج باستخدام انترنت الأشياء لكبار السن حيث يتم استخدام أجهزة صغيرة مثل الساعة لمراقبة النبض والضغط وتنبيه الاسعاف اذا حدث مكروه وهذا ما يحقق هدف الصحة الجيدة والرفاهية .

وبالنسبة للإدارة الرقمية ، تعد الحكومة الفعالة حجر الزاوية في الحد من الفقر والنمو الشامل لذلك فإن اعتماد التكنولوجيا يعمل على تحسين أداء الحكومة وزيادة كفاءتها من خلال الشفافية وسرعة الاستجابة في تقديم الخدمات مما يعزز ثقة المواطن بالحكومة الرقمية . (غنام، 2022) وبالتالي فإن التحول الرقمي يساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية

3 - دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية البيئية

تقوم تكنولوجيا المعلومات بدور فعال في معالجة القضايا البيئية، سواء من خلال استخدام نظم المعلومات الجغرافية أو استخدام أجهزة وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات التي يمكنها أن تساهم في ترشيد استخدام المواد والطاقة ومحاولة التصدي لقضايا تغير المناخ والاقتصاد الأخضر من خلال رقمنة العمليات اليدوية والحد من استخدام المواد أو استبدال الأنشطة البشرية بأخرى الكترونية فمثلاً تم تطبيق الهاتف الذكي للوقاية من طوارئ الآفات والأمراض النباتية والحيوانية العابرة للحدود ، وبالتالي إن التقنيات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي وانترنت الأشياء تساعد في مراقبة وتحليل البيانات البيئية مما يساهم في ادارة الموارد الطبيعية بشكل أكثر فعالية ، وبالتالي إن الابتكار والتكنولوجيا المرافقة للتحول الرقمي تساعد في تطوير تقنيات جديدة تساهم في تحسين الكفاءة في استخدام الموارد الطبيعية مما يساهم في تحقيق الاهداف البيئية للتنمية المستدامة، حيث ان التحول الرقمي يساهم في تخفيض انبعاثات ثاني اوكسيد الكربون بنسبة 15% عن طريق استخدام الشبكات الذكية (بلباي ، 2022). كما يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في أمور عديدة تساهم في تحقيق التنمية البيئية منها الآتي :

- تقليل استهلاك المياه المستخدمة في الري وتوزيع المياه على المناطق السكنية بحيث يتم تقليل الفاقد، بالإضافة إلى قدرة الذكاء الاصطناعي على التنبؤ بالفيضانات والأمطار بحيث يستفيد منها الدول بقدر الامكان.

- يستخدم الذكاء الاصطناعي لبناء برمجيات محاكاة شديدة الدقة للنظام المناخي مما يساعد الدول على معرفة كيف يمكن تقليل انتاج ثاني أوكسيد الكربون المسؤول عن الاحتباس الحراري. -إن الذكاء الاصطناعي يستخدم في تخطيط المدن واتجاهات الشوارع لتقليل الاختناقات المرورية مثلاً، كما يسهم في تطوير المدن بشكل أكثر فعالية من خلال استخدام التكنولوجيا في إدارة النقل والطاقة والموارد الحضرية الأمر الذي يؤدي إلى تحسين جودة الحياة وتحقيق التنمية الحضرية المستدامة.

-يستخدم الذكاء الاصطناعي لمراقبة درجة تلوث المسطحات المائية واستخدام المحاكاة للمساعدة في اتخاذ القرار في كيفية مواجهة هذا التلوث الذي قد يقتل بعض الكائنات البحرية. كما يمكن للذكاء الاصطناعي عن طريق صور جوية متابعة الحياة البرية في الغابات والصحراء والتعرف على أي خلل والتنبؤ به مما يساعد على اتخاذ خطوات نحو معالجة هذا الخل (غنام، 2022). وبالتالي فإن التحول الرقمي يسهم في تحقيق التنمية البيئية .

أكد الاتحاد الدولي للاتصالات واللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا الاسكو التابعة للأمم المتحدة من دور الابتكار المبني على التقنيات الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالقضاء على الفقر والجوع وتوفير الصحة والتعليم وتحقيق المساواة بين الجنسين والحد من عدم المساواة في الفرص وتعزيز النمو الاقتصادي الشامل وتوفير العمل اللائق وإقامة بنية تحتية قوية وتحفيز التصنيع والابتكار وقد بينت بعض الدراسات الحديثة أن التحول الرقمي له تأثير إيجابي كبير على الابتكارات وترتيب الدول في مؤشر الابتكار العلمي (UNESCWA,2019)

وبالتالي فإن التحول الرقمي يساهم في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وذلك من خلال استخدام أدوات التحول الرقمي مثل الذكاء الاصطناعي أو انترنت الأشياء أو تحليل البيانات والبرمجة في جميع القطاعات الزراعية والصناعية والخدمية والمالية سواء العامة أو الخاصة مما يسهم في زيادة الانتاجية وارتفاع الناتج المحلي الاجمالي وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي وزيادة فرص العمل مما يؤدي إلى تحسين مستوى معيشة الأفراد وتحقيق

دور التحول الرقمي في التنمية المستدامة

الرفاه الاقتصادي والاجتماعي لما له من أثر ايجابي على الشمول المالي والاجتماعي والقضاء على الفقر . لذلك تسعى العديد من الدول إلى وضع الخطط والاستراتيجيات لمستقبلها الرقمي بما يضمن الاستجابة للتغيرات المختلفة والمستمرة لهذه التكنولوجيا وتوظيفها الأمثل في القطاعات المختلفة بهدف زيادة كفاءة الانتاج والمساهمة في تحقيق الرفاه الاجتماعي بما يعود بالفائدة على المجتمع والفرد معاً. للتأكيد على الدراسة التحليلية تم اجراء دراسة احصائية لمعرفة العلاقة بين المتغيرات المستقلة (عدد مستخدمي الانترنت X1 ، صادرات التكنولوجيا المتقدمة X2) والمتغير التابع (اجمالي الناتج المحلي Y)

الجدول (1) عدد مستخدمي الانترنت ، صادرات التكنولوجيا المتقدمة ، اجمالي الناتج المحلي

العام	عدد مستخدمي الانترنت لكل مليون شخص	صادرات التكنولوجيا المتقدمة تريليون دولار	اجمالي الناتج المحلي تريليون دولار
2011	237	2.15	73.96
2012	323	2.2	75.6
2013	368	2.31	77.75
2014	447	2.36	79.89
2015	568	2.28	75.36
2016	1256	2.23	76.59
2017	3487	2.67	81.55
2018	6116	2.91	86.69
2019	9899	2.85	87.95
2020	11416	2.86	85.58
الثابت	76.45018715	39.58699363	
الميل	0.001067448	16.31950297	
بيرسون	0.890481567	0.971987139	

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات مجموعة البنك الدولي www.worldbank.org

نلاحظ من الجدول (1)

- ان معامل الارتباط الخطي بيرسون $R=0.89$ وهي قيمة موجبة دلالة على العلاقة الطردية بين عدد مستخدمي الانترنت وبين الناتج المحلي الاجمالي وهي قريبة من الواحد الصحيح مما يدل على أن هذه العلاقة قوية ومتينة، كما أن قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.79$ ، وهذا يدل على أن 79% من تغيرات المتغير التابع يمكن تفسيرها بواسطة المتغير المستقل. لتكون معادلة الارتباط الخطي من الشكل $Y=76.45018715+0.001067448 X1$

وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى بوجود علاقة بين عدد مستخدمي الانترنت والناتج المحلي الاجمالي .

- ان معامل الارتباط الخطي بيرسون $R=0.97$ وهي قيمة موجبة دلالة على العلاقة الطردية بين صادرات التكنولوجيا المتقدمة وبين الناتج المحلي الاجمالي وهي قريبة من الواحد الصحيح مما يدل على أن هذه العلاقة قوية ومتين، كما أن قيمة معامل التحديد تساوي $R^2 = 0.94$ ، وهذا يدل على أن 94% من تغيرات المتغير التابع يمكن تفسيرها بواسطة المتغير المستقل. لتكون معادلة الارتباط الخطي من الشكل $Y=39.58699363+16.31950297 X2$ وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية بوجود علاقة بين صادرات التكنولوجيا المتقدمة والناتج المحلي الاجمالي.

مما سبق نستنتج أن العلاقة بين التحول الرقمي والنمو الاقتصادي علاقة مباشرة و طردية حيث أن التوسع الرقمي يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وزيادة معدلات الإنتاج ومن ثم يؤدي لزيادة الناتج المحلي الاجمالي الأمر الذي يؤدي إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

النتائج

1- يؤثر التحول الرقمي على متغيرات الاقتصاد الكلي بما في ذلك النمو الاقتصادي والإنتاجية والتوظيف والتجارة الدولية كما يعد محرك قوي للتقدم الاقتصادي والاجتماعي ، حيث يدفع عجلة النمو الاقتصادي من خلال تسحين الكفاءة وتعزيز الابتكار وخلق فرص عمل جديدة وتوسيع الوصول إلى الاسواق والخدمات مما يؤدي إلى اقتصاد أكثر تنافسية واستدامة.

2- يعتبر التحول الرقمي أحد الركائز الأساسية في كل المشروعات التنموية وذلك نتيجة ثورة المعلومات والاتصالات التي أحدثت تغيراً واضحاً وملموساً في شتى المجالات سواء على المستوى الدولي أو الوطني. إضافة إلى أن التحول الرقمي يفتح الأبواب أمام تفعيل المجتمعات وتشجيع المشاركة المدنية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات التواصل الرقمي، ويجمع بين الدول في تبادل المعرفة والابتكار، مما يعزز التعاون الدولي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

3- يعد التحول الرقمي أداة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة والتقدم البشري وترسيخ دور الدولة في تقديم الخدمات للمواطنين بمستوى من الجودة يتفق مع المعايير العالمية ، حيث يؤدي التحول الرقمي إلى تغيير طريقة تقديم الخدمات بشكل يتوافق مع مواكبة هذا التطور وكسب ثقة

المواطنين في الخدمات المقدمة إلكترونياً ، مما يساعد على دعم عملية التغيير وتحسين جودة حياة المجتمع من خلال توفير خدمات أفضل في مجالات مثل الصحة والتعليم والبنية التحتية. 4- إن التحول الرقمي و التنمية المستدامة مرتبطان بشكل وثيق من خلال التفاعل الديناميكي بين التكنولوجيا والمجتمع حيث يتبادل الطرفان تأثيراً متبادلاً يخلق تحولاً إيجابياً ، حيث يساهم التحول الرقمي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وبالتالي أبعاد التنمية المستدامة وهذا ما يؤكد وجود علاقة بين التحول الرقمي والتنمية المستدامة من خلال مساهمته ايجابياً في تحقيق التنمية المستدامة وبالتالي صحة الفرضية الرئيسة .

التوصيات

- 1- ضرورة بناء نظم إلكترونية متكاملة تقوم على توفر البنية التحتية القوية والمتقدمة وضمان إدارتها وإمكانية الوصول السريع إليها و تطوير البنية التحتية الرقمية ونظم الاتصالات بما يتوافق مع تهيئة البيئة الملائمة المحفزة للاستثمار في المجال الرقمي.
- 2- دعم الثقافة الرقمية التي تؤدي إلى تحفيز الأفكار والابتكار والتعاون في شتى المجالات المختلفة بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني لدفع الفوائد الاجتماعية والاقتصادية على الصعيد الدولي والوطني.
- 3- مطالبة المؤسسات بإعادة هيكلة ودمج البعد التكنولوجي في أدائها من خلال تطوير نظم معلوماتها وتحسين بياناتها وسلوكياتها الإدارية.
- 4- تشجيع البحث العلمي في مجال التحول الرقمي والتركيز على ترقية رأس المال البشري كميزة تنافسية مستدامة وتكوين كفاءات متخصصة في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة في مجال الأمن السيبراني وتأمين أنظمة المعلومات .

المراجع

- 1-ASSER,A.2022-Digital transformation and Sustainable Development Goals, Sulaiman International Journal of Academic Studies Egypt ,VOL.1,N.6 (in Arabic)
- 2-BELBAY,E.2022- Digital transformation and dimensions of sustainable development, Journal of Research in Law and Political Science, VOL.8,N.1, P412-429 (in Arabic)
- 3-EGYPTIAN CABINET , 2024- Digital Economy and Reshaping the Future ,Information and Decision Support Center (in Arabic)
- 4-HARMOZI,A.MOHAMAD,A.2024- Artificial intelligence strategies in achieving sustainable development United Arab Emirates experience, Journal of Economic Geography, Algeria, VOL.1,N.2,P109-131 (in Arabic)
- 5- HASAN.A,2019 – Digital economy: advantages, challenges, applications, Journal of the Spirit of Laws, Faculty of Law, Tanta University No.85,P2-46 (in Arabic)
- 6-KADEM.F,ALALAME.A,2022- The reality and challenges of adopting the digital economy in the Arab world, Faculty of Economics, Business and Management Sciences, International Virtual Forum: Big Data and the Digital Economy as a Mechanism for Economic Takeoff in Developing Countries “Opportunities, Challenges and Prospects”, Algeria. (in Arabic)
- 7-KANAM,S.2022- Digital Transformation and Sustainable Development in Egypt 2030, Arab Journal of Educational and Psychological Sciences, Egypt ,VOL.6,N.26, P47-70 (in Arabic)

-
- 8- LASHEEN,M.2024- The role of digital transformation in achieving sustainable development in light of international and national legislation, Journal of Legal and Economic Studies, (in Arabic)
- 9- League of Arab States Arab,2020- Vision for Digital Economy, Egypt ,edition 2, Issuance 3 (in Arabic)
- 10-NASEREDDIN.V,ALBISHR.S,2023- The Reality of the Digital Economy and its Impact on Economic Growth in a Group of Arab Countries (An econometric study using the Panel Data model during the period (2020-2000)), International Journal on Humanities and Social Sciences, VOL.46,N.46,P107-133 (in Arabic)
- 11- NOAMA.Z,2015 - Analysis of the relationship between the digital economy and some macroeconomic variables in Malaysia and the United Arab Emirates for the period (1999-2013) with reference to Iraq, PhD thesis, College of Administration and Economics, University of Karbala, Iraq (in Arabic)
- 12- OMAR,O.2021- The Digital Transformation of the Government and its Role in Achieving the Sustainable Development Goals: Egypt as a Model, Al-Zaytoonah University of Jordan Journal for Legal studies, VOL.2,N.3,P155-179 (in Arabic)
- 13- RADWAN.M,2022- The Impact of Digital Transformation on GDP,International Journal of Administrative, Economic and Financial Sciences, Egypt, VOL.1,N.2,P47-74 (in Arabic)
- 14-RADWAN.M,ALBADRI.E, 2023 The impact of digital transformation on macroeconomic variables, Scientific Journal of Business Research, Egypt, VOL.1,N.3, ,P380-401 (in Arabic)

- 15- UNESCWA , 2019 – Arab Horizon 2030 : Digital Technologies for Development,
- 16- UNCTAD,2020– Digital Economy Report, United Nations Conference on Trade and Development, United Nations.
- 17- VUKSIC.V, IVANCIC .I , VUGEC.D.2018 – A Preliminary Literature Review of Digital Transformation Case Studies, International Journal of Computer and Information Engineering, World Academy of Science, Engineering and Technology, Vol.12, No.9,P737–742
- 18-WORLD BANK GROUP,2022– Digital Technology Advantages for the Middle East and North Africa How Digital Technology Can Accelerate Growth and Job Creation, (in Arabic)

درجة التزام المصارف التجارية في الأردن بالمسؤولية الاجتماعية وفق معايير جودة الخدمات المصرفية

المخلص

هدف البحث إلى قياس درجة تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن، وقياس درجة تحقيق معايير جودة الخدمات المصرفية (الاستجابة، الامتثال، الاعتمادية، التوكيد، التعاطف، الملموسية) في المصارف التجارية في الأردن، وتعرف أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق معايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية في الأردن. واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لتحقيق أهداف البحث أعتد أسلوب العينة العشوائية البسيطة في السحب، وسحبت عينة من الزبائن في البنوك التجارية من المجتمع الأصلي بواقع (97) مفردة من الزبائن المستفيدين من خدمات البنك العربي والبنك الأردني الكويتي والبنك الإسلامي الكويتي، وطبق عليهم استبانة المسؤولية الاجتماعية واستبانة معايير جودة الخدمات المصرفية. ومن أهم نتائج البحث: كانت درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن من وجهة نظر الزبائن، جاءت بدرجة مرتفعة على الدرجة الكلية للاستبانة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (4.08). وكان مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن من وجهة نظر الزبائن، جاء بدرجة مرتفعة على الدرجة الكلية للاستبانة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.55). ووجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث. ووجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لتطبيق البعد المجتمعي والبعد البيئي والبعد التعليمي والبعد الاقتصادي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن. ومن أهم توصيات البحث: أن تعمل المصارف التجارية على الاستمرار بتقديم ما يتوجب عليها من أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجتمع، ووضع هذه الأعمال بصورة واضحة أمام المتعاملين وأفراد المجتمع؛ وهذا يضمن زيادة

تعزيز ولاء العملاء بشكل جيد لدى الأفراد حول المصارف، وتحقيقها لمعايير جودة الخدمات المصرفية.

الكلمات المفتاحية: البنوك التجارية، المسؤولية الاجتماعية، معايير جودة الخدمات المصرفية، البنك العربي، البنك الأردني الكويتي، البنك الإسلامي الكويتي.

The degree of commitment of commercial banks in Jordan to social responsibility according to the standards of quality of banking services

Abstract

The research aimed to measure the degree of adoption of the concept of social responsibility in commercial banks in Jordan, and to measure the degree of achieving the standards of banking services quality (responsiveness, compliance, reliability, assurance, empathy, tangibility) in commercial banks in Jordan, and to identify the impact of adopting the concept of social responsibility in achieving the standards of banking services quality in commercial banks in Jordan. The research relied on the descriptive analytical approach. To achieve the research objectives, the simple random sample method was adopted in drawing, and a sample of customers in commercial banks was drawn from the original community, amounting to (97) individuals from customers benefiting from the services of the Arab Bank, the Jordan Kuwait Bank, and the Kuwait Islamic Bank, and the social responsibility questionnaire and the questionnaire of banking services quality standards were applied to them. Among the most important results of the research: The degree of practicing social responsibility in commercial banks in Jordan from the point of view of customers was high on the total score of the questionnaire, as the arithmetic mean value was (4.08). The level of commitment to the standards of banking services quality in private commercial banks in Jordan from the point of view of customers was high on the total score of the questionnaire, as the arithmetic

mean value was (3.55). There is a statistically significant moral effect of the application of social responsibility by commercial banks in improving the achievement of service quality standards in commercial banks in Jordan under study. There is a statistically significant moral effect of the application of the societal dimension, the environmental dimension, the educational dimension, and the economic dimension in achieving service quality standards in commercial banks in Jordan. Among the most important recommendations of the research: Commercial banks should continue to provide what they are required to do in terms of corporate social responsibility work in society and to put these works clearly in front of customers and members of society. This ensures an increase in strengthening customer loyalty in a good way among individuals around banks, and their achievement of banking service quality standards.

Keywords: Commercial banks, social responsibility, banking services quality standards, Arab Bank, Jordan Kuwait Bank, Kuwait Islamic Bank.

- مقدمة:

حاز مفهوم المسؤولية الاجتماعية على اهتمام الكثير من الباحثين وعلماء الإدارة في العقود الأخيرة، كما أثار هذا المصطلح جدلاً واسعاً بينهم، وتبلّورت حوله وجهتي نظر رئيسيتين؛ الأولى ترى أنَّ المسؤولية الأساسية للمؤسسات هي تعظيم الأرباح بقدر الإمكان، وبالتالي خدمة الملاك وتعظيم ثروتهم الأمر الذي سينعكس في النهاية على المجتمع بشكل عام وذلك من خلال السلع والخدمات التي ستقدّم له. وصاحب هذا المذهب الإداري الاقتصادي الأمريكي الحائز على جائزة نوبل "فريدمان" الذي يرى بأنَّ المديرين هم وكلاء الملاك، وبالتالي ليس من صلاحياتهم القيام بأدوار اجتماعية تؤدي إلى الإضرار بثروة الملاك.

وأصبحت المؤسسات وفقاً لوجهة النظر السابقة مطالبة بالقيام بالكثير من الأدوار التي كانت تقوم بها الدولة في السابق ومنها مكافحة الفقر ومكافحة البطالة والحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية وتحسين البنية التحتية، وكذلك المساهمة في تنمية المجتمع صحياً وتعليمياً وثقافياً وتقنياً، وتقديم المنتجات والخدمات إلى المستهلكين بالنوعية المطلوبة. بالإضافة إلى المعاملة الجيدة للموظفين لديها والقيام بكافة مسؤولياتها الاجتماعية تجاههم الأمر الذي قد ينعكس على زيادة الرضا الوظيفي لديهم، وخاصةً أن الموظفين يشكلون العنصر الرئيس في أداء أعمال المؤسسة، وبالتالي تحقيق أهدافها. ويُعتقد بشكل خاص أن المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة تحسن مباشرة جودة الخدمات المصرفية لأنَّ إظهار الاستجابة الاجتماعية للمؤسسة سيرضي المتطلبات الاجتماعية للموظفين والعملاء. حيث تعمل سلوكيات المسؤولية الاجتماعية على تقوية العقد غير الرسمي بين المؤسسة والموظفين من خلال وفاء المؤسسة بالتزاماتها بتوفير ظروف العمل المرغوبة من قبل موظفيها والخدمات المرغوبة من قبل العملاء.

وبذلك يمكن أن تعدّ العلاقة بين المؤسسة وموظفيها والعملاء شرط مسبق لممارسة مسؤولياتها الاجتماعية فإذا لم تظهر المؤسسة مستوى عالي من المسؤولية تجاه موظفيها، فمن غير المحتمل أن تفعل ذلك تجاه زبائنها وتجاه المجتمع والبيئة التي تعمل بها.

من هذه النقطة تم دراسة جودة الخدمات المصرفية في هذا البحث والذي يمثل نقطة مهمة عند دراسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، كون العملاء هم أولى مجموعات أصحاب المصلحة المتأثرة بشكل مباشر بسياسات المنظمة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

أولاً - مشكلة البحث وأسئلته:

تعمل المصارف التجارية في الأردن على التنافس في تقديم خدمات المسؤولية الاجتماعية للمجتمع الأردني، وهذا ما يجعلها تؤدي دوراً مهماً في الاقتصاد الأردني سواء من حيث حجم رأس المال أو من حيث عدد العاملين أو عدد الخدمات التي تقدمها، وبالتالي فإن نتائجها يمكن أن تكون على قدر كبير من الأهمية من الناحية الاقتصادية والاجتماعية، كونها يمكن أن تساعد هذه المصارف التجارية في توضيح الممارسات الاجتماعية التي قد تؤدي إلى تحسين قدرتها على مواجهة تحديات المنافسة الحالية والمستقبلية، وتزيد من مستوى تحقيقها لجودة الخدمات المصرفية.

وأصبحت المصارف عامةً، والمؤسسات المصرفية الخاصة الأردنية خاصةً في السنوات الأخيرة تقوم بأعمال كبيرة ومتداخلة مع بعضها وذات أثر كبير في نواحي الحياة كافة وأصبح عليها مسؤوليات تجاه الأفراد والمجتمع والدولة، فمن غير الممكن أن تتحمل الحكومات كافة المسؤوليات التي تحملتها في السابق وذلك في ظل الظروف الاقتصادية الجديدة أي في ظل الخصخصة والعلومية والحرية الاقتصادية. وبالتالي غياب المسؤولية الاجتماعية للشركات سينعكس سلباً على مستوى الفرد والشركة والمجتمع.

وأصبحت المصارف التجارية الأردنية الخاصة تهتم بدرجة كبيرة بممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية من أجل كسب المزيد من العملاء، والمساهمة في تنمية المجتمع المحلي؛ وهذا ما أظهر الحاجة لمزيد من الدراسة والبحث حول موضوع المسؤولية الاجتماعية وجودة الأداء المصرفي. وهذا ما يؤيده العديد من الباحثين مثل (Nelling & Webb, 2009) الذي أشار إلى أن هناك حاجة إلى مزيد من البحث والتحليل لطبيعة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية. وبالتالي يمكن صياغة مشكلة البحث في السؤال الآتي:

- (1) ما درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن؟
- (2) ما مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن؟
- (3) ما أثر التزام المصارف التجارية في الأردن بممارسة المسؤولية الاجتماعية في مستوى جودة الخدمات المصرفية؟

ثانياً - أهمية البحث: تبرز أهمية البحث التطبيقية فيما يأتي:

- يمكن أن يُساعد هذا البحث متخذي القرارات وراسمي السياسات في المصارف التجارية المدروسة والجهات ذات الاهتمام بموضوع المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على المجالات التي تحتاج للمزيد من الاهتمام، وهذا ما يزيد من مستوى جودة خدماتها المصرفية.
- قد تُفيد نتائج البحث وتوصياته في توعية القائمين على النشاط المصرفي للمصارف التجارية بجدوى ممارسة أنشطة المسؤولية الاجتماعية.
- بات من المهم جداً للفاعلين في صناعة المصارف التجارية أن يقوموا بإحلال أنفسهم في السوق الأردنية بشكل أفضل للمواجهة والاستجابة بقوة للبيئة العالمية المالية المتغيرة، لذا جاء هذا البحث ليُساعد إدارات البنوك على تطوير استراتيجياتها التسويقية، التي تعدُّ مهمة لبقائها بسبب اشتداد منافسة البنوك التقليدية الحكومية الأخرى.
- تتبع أهمية هذا البحث من تزايد الاهتمام الحالي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية لمختلف المؤسسات المصرفية والمالية والاقتصادية التقليدية؛ وكون المصارف التجارية كان لها السبق في الاهتمام بهذا المفهوم، إذ إنه يعكس الدور الاجتماعي الذي سَطَّر لهذه المصارف منذ تأسيسها، ما يجعل عملية تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية من الدراسات المهمة حالياً، بغية قياس أدائها الاجتماعي، ما دام أن الدور الاجتماعي للمصارف التجارية قضية حقيقية، والتي لم تُوف بالبحوث والدراسات الأكاديمية اللازمة حقّها.

ثالثاً - أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

- 1) قياس درجة تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن.
- 2) قياس درجة تحقيق معايير جودة الخدمات المصرفية (الاستجابة، الامتثال، الاعتمادية، التوكيد، التعاطف، الملموسية) في المصارف التجارية في الأردن.
- 3) تعرّف أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في تحقيق معايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية في الأردن.

رابعاً - متغيرات البحث:

1. المتغيرات المستقلة: ممارسة المسؤولية الاجتماعية.
 2. المتغيرات التابعة: معايير جودة الخدمات المصرفية: (الاستجابة، الامتثال، الاعتمادية، التوكيد، التعاطف، الملموسية) للمصارف التجارية في الأردن.
- خامساً - نتائج فرضيات البحث ومناقشتها وتفسيرها:

اختبرت الفرضيات الآتية:

- 1-5- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث؟
- 2-5- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المصارف التجارية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (البعد المجتمعي، البعد البيئي، البعد التعليمي، البعد الاقتصادي) في تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث؟
- سادساً - حدود البحث:

- 1-6- الحدود البشرية: الزبائن في المصارف التجارية الخاصة بمحافظة عمّان في الأردن.
- 2-6- الحدود المكانية: تم التطبيق في المصارف التجارية الخاصة بمحافظة عمّان في الأردن.
- 3-6- الحدود الزمانية: قام الباحث بتطبيق أدوات البحث في شهري تموز وأب من عام (2024).

سابعاً - مصطلحات البحث وتعريفاته الإجرائية:

- 1-7- الأثر (Impact): يُعرّف بأنه مقياس قوة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع بهدف تحديد إن كان تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع هو تأثير مباشر وجوهري، أم أنه تأثير ضعيف لم يصل في قوّته إلى درجة يحدث فروق دالة إحصائية على الرغم من وجود فروق بين متوسطات درجات المجموعات.

- 2-7- المسؤولية الاجتماعية للمنظمة (Responsibility Social Corporate): هي "مسؤولية المنظمة عن الآثار المترتبة لقراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة عبر الشفافية والسلوك الأخلاقي المتناسق مع التنمية المستدامة ورفاه المجتمع فضلاً عن الأخذ بعين الاعتبار توقّعات العملاء" (Castka & Balzarova, 2007).

وهي الالتزام المستمر من قبل المؤسسات المصرفية بالتصرف الأخلاقي والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية وحماية البيئة والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للعاملين، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل بهدف تحسين جودة الحياة لجميع هذه الأطراف.

- 3-7- مفهوم جودة الخدمات: يعرّف (Stupak & Leitner, 2000) جودة الخدمة المصرفية بأنها: "توقّع احتياجات الزبون الحالية والمستقبلية، وترجمة هذه الاحتياجات إلى سلعة أو خدمة

مفيدة وقابلة للاعتماد، وإيجاد النظام الذي ينتج السلعة أو الخدمة بأقل سعر ممكن. وهذا ما يمثل قيمة جديدة للزبون والأرباح بالنسبة للمؤسسة".

ثامناً - دراسات سابقة:

8-1 دراسات عربية:

. دراسة عطاوي وآخرون (2014)، الأردن: بعنوان: (جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف: دراسة ميدانية في المصارف الأردنية (منطقة إربد)).

هدفت الدراسة إلى تعرّف مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدّمة في المصارف الأردنية التجارية والإسلامية من وجهة نظر العملاء، وقد اعتمدت على المدخل الاتجاهي لقياس جودة خدمات المصارف الأردنية، حيث اعتمدت على مقياس SERVPERF لقياس الأداء الفعلي للخدمة المقدّمة، كما هدفت أيضاً إلى معرفة أثر جودة الخدمة المصرفية على الأداء المصرفي. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة، تمّ الاعتماد على طريقتين: الأولى من خلال تطوير استبانة لجمع المعلومات المطلوبة من العملاء، حيث ورّعت 750 استبانة على عملاء المصارف الأردنية في محافظة إربد. والثانية من خلال جمع المعلومات المالية عن هذه المصارف بهدف تحديد النسب المالية المطلوبة. وقد توصّلت الدراسة إلى أنّ مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدّمة من قبل المصارف الأردنية كانّ جيّداً. فقد أوضحت النتائج وجود فروق ذو دلالة إحصائية بين تقييم عملاء المصارف التجارية والإسلامية لمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدّمة، حيث كانّ تقييم عملاء المصارف التجارية أعلى من تقييم عملاء المصارف الإسلامية.

. دراسة السبئي (2017)، السعودية: بعنوان: (قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"). هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية، ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، وقد اشتملت الدراسة على عينة مقصودة من عملاء مصرفي الراجحي والبلاد الإسلاميين عددها (69) مفردة وخلصت إلى أنّ مستوى الجودة الكلية للخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة، غير أنّ أهميتها النسبية تختلف من بعد لآخر فنجدها في أبعاد الأمان والثقة والجوانب المادية الملموسة مرتفعة جداً وهذا حسن، لكنها بالمقابل لم تعط الاهتمام نفسه للجوانب التطبيقية كالاستجابة لرغبات العملاء ومساعدتهم وتطوير الخدمة المقدمة لهم، وكذلك الاهتمام الشخصي بالعميل.

. دراسة بحلق (2021)، الكويت: بعنوان: (الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية وأثره في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في المصارف الإسلامية الكويتية). هدفت الدراسة إلى تعرّف أثر الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية في تحقيق الميزة التنافسية لدى المصارف الإسلامية العاملة في الكويت، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وزعت على عينة بلغت (150) موظفاً، وأظهرت الدراسة مجموعة من النتائج، أهمها: أن الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية المتعلق في مجال العاملين، ومجال حماية العملاء، والمجال البيئي، والمجال الخيري يعمل على تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية الكويتية، وقد أوصت الدراسة ضرورة مضاعفة اهتمام المصارف الإسلامية بالإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية وزيادة مخصصاتها المالية المتعلقة بذلك.

. دراسة لخضر ومصطفى (2021)، الجزائر: بعنوان: (أثر تنوع الخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون). هدفت الدراسة إلى اختبار أثر الخدمات المصرفية الإسلامية في رضا الزبون، إذ تتنوع هذه الخدمات بين الخدمات التقليدية، الخدمات الاستثمارية والخدمات الاجتماعية كونها بديلاً ومنافساً قوياً لخدمات البنوك التقليدية، وأن تقديمها يجب أن يتماشى مع حاجات الزبائن المتنوعة والمتجددة، اعتمد الباحثان على الاستبانة، حيث وزعت (155) استبانة على عينة من زبائن بنك البركة الجزائري، توصلت الدراسة إلى وجود أثر ايجابي وقوي بين الخدمات المصرفية الإسلامية ورضا الزبون، كما أوصت الدراسة بتشجيع هذا النوع من الخدمات تلبيّة لحاجيات الزبون وإرضائه باعتباره محور العملية التسويقية وأحد أهم الاستراتيجيات التي تركز عليها البنوك.

. دراسة الطيرة والحاسي (2023)، ليبيا: بعنوان: (جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية دراسة حالة مصرف الوحدة الإسلامي).

هدفت الدراسة إلى تعرّف جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية دراسة حالة مصرف الوحدة الإسلامي، ولغرض تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وشملت عينة الدراسة (55) موظفاً وموظفة، وجمعت البيانات باستخدام الاستبانة، وكانت أهم نتائج الدراسة: وجود أثر لجودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية، وذلك بسبب تجديد

جودة الخدمات المصرفية والسعي للتعرف على مدى الاهتمام من قبل مسؤولين المصارف برفع القدرة التنافسية لجذب العملاء.

8-2- دراسات أجنبية:

دراسة أسمان وآخرين (Osman, et al (2009) حول تفضيلات العملاء للبنوك الإسلامية المالية، وهدفت الدراسة إلى تحديد الأهمية النسبية الخاصة بمعايير اتخاذ القرار حول البنك الذي فيه نظام بنكي إسلامي، وتم تقويم تفضيل العملاء لاختيار البنك باستخدام نموذج كارتر CARTER الذي يشتمل على عدد من أبعاد جودة الخدمة، كما بحثت الدراسة جودة الخدمة ورضا العملاء في المقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية التي تقدم منتجات وخدمات على أسس إسلامية. وتم جمع البيانات باستخدام الاستبانة بالنسبة لمتغيرات الدراسة الستة وهي التأكيد، والاعتمادية، والملموسية، والتعاطف، والاستجابة والالتزام بالمبادئ الإسلامية، وتم توزيع الاستبانة على (200) فرد من البالغين من مفردات عينة الدراسة التي تم اختيارها بأسلوب العينة الملائمة، وتم استعادة (141) فقط للتحليل الإحصائي من (17) بنكاً إسلامياً. وأظهرت الدراسة أن إتباع المبادئ الإسلامية يعدُّ أهم معيار في اختيار البنك الإسلامي، يتبعه الاعتمادية، فالملموسية، فالاستجابة، فالضمان، فالتعاطف.

دراسة حق وآخرين (Haque, et al (2009) ودراسة برهوم وآخرون (2022) حول العوامل المؤثرة في اختيار العملاء للبنوك الإسلامية. وهدفت الدراسة إلى بحث العوامل الرئيسة التي تعكس إدراك العملاء ورضاهم عن البنوك الإسلامية. وبشكل محدّد، هدفت الدراسة إلى تحليل إدراك العملاء للبنوك الإسلامية وتحديد، وجودة خدماتها، وتوفير الخدمات، والثقة في البنك، والبعد الديني والاجتماعي للنظام البنكي الإسلامي. واستخدمت الدراسة نموذجاً لوغاريتمياً (Logit model) لتحديد آثار المتغيرات التفسيرية، وقد أكد التحليل وجود علاقة إيجابية معنوية لجودة الخدمات، وتوفرها، والأبعاد الدينية والاجتماعية، والثقة في البنك مع إدراك العملاء للبنوك الإسلامية. واعتمدت الدراسة على أسلوب المعاينة الملائمة (Sampling Convenience) التي بلغ حجمها (575) فرداً وتم جمع البيانات باستخدام الاستبانة التي تمّ توزيعها باستخدام عدد من الطرق منها: وجهاً لوجه، ومن خلال البريد الإلكتروني والتقليدي.

التعليق على الدراسات السابقة: من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة وجد الباحث أنّ بحثه الحالي قد اتفق مع الدراسات السابقة في بعض الجوانب من ناحية كدراسة متغير المسؤولية

الاجتماعية للمصارف، وجودة الخدمات المصرفية في دراسة كل من: عطاوي وآخرون (2014)، السبئي (2017)، بخلق (2021)، لخضر ومصطفى (2021)، الطيرة والحاسي (2023)، واختلفت في بعض الجوانب من ناحية أخرى فبعض الدراسات السابقة كانت عينتها من العاملين في المصارف، أما البحث الحالي كانت عينته من الزبائن المتعاملين مع المصارف. كما يتميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة في أنه: خصص لدراسة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للمصارف، وجودة الخدمات المصرفية.

تاسعاً - الإطار النظري:

9-1- مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية والمحاسبة عنها:

تتبع فكرة المسؤولية الاجتماعية في المنظمات من خلال مسؤوليتها تجاه البيئة الخارجية (العامري والغالبي، 2008، 48)، وتشمل المسؤولية الاجتماعية بمفهومها الواسع والشامل الالتزام بتحقيق التوازن بين أطراف متعددة ولكنها مترابطة تتمثل بمصالح وحاجات كل من المنظمات الانتاجية والعاملين فيها والبيئة الخارجية والمجتمع.

وقدم الباحثون العديد من التعريفات للمسؤولية الاجتماعية، فقد بين Drunker أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، ومن وجهة نظر Holmos تمثل التزام على منشأة الأعمال تجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل: محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها (Holmos, 1985, 435). كما عرّفها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة المسؤولية الاجتماعية بأنها الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل. كما عرّفت المسؤولية الاجتماعية بأنها المسؤولية الأخلاقية للمنظمة تجاه مجموعة أصحاب المصالح التي تتأثر بشكل مباشر أو غير مباشر بأعمال المنظمة (Jones, 2001, 153)، ويبيّن هذا التعريف أن للأخلاق دور كبير في المسؤولية الاجتماعية. أمّا "بريدي" (Pride) فيعرف المسؤولية الاجتماعية على أنها الإقرار بأن نشاطات الأعمال لها تأثير في المجتمع واعتبار ذلك التأثير في

اتخاذ قرارات الأعمال (Pride, 2005, 42). فيما بين Williams بأنها التزام قطاع الأعمال بمتابعة السياسات والأعمال التي تفيد المجتمع (Williams, 2002, 42).

وتساعد في الآونة الأخيرة الحديث عن المسؤولية الاجتماعية للشركات على اختلاف أنواعها، وأهمية عدم اقتصار تقويم الأداء على الجانب الاقتصادي ومدى تحقيق الشركة للأرباح، إنما النظر أيضاً إلى مدى اهتمام الشركة بالجوانب الاجتماعية، وجعل المسؤولية الاجتماعية ضمن المسؤوليات الأساسية للشركة. ويعد شلدون Sheldon في عام 1923/ أول من أشار إلى أهمية اهتمام الشركة بالمسؤولية الاجتماعية عند أداء وظائفها المختلفة (جربوع، 2007، 240).

وفقاً للوثيقة الخضراء Green Paper التي نشرتها اللجنة الأوروبية European Commission في تموز 2001/، تعرّف المسؤولية الاجتماعية بأنها: "مفهوم تقوم الشركات من خلاله بدمج اهتماماتها الاجتماعية والبيئية مع عملياتها الأساسية، وتتفاعل مع الأطراف الأخرى على أساس طوعي". وبيّنت هذه الوثيقة أن الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية له تأثير مباشر في إنتاجية العاملين، ويدعم الموقف التنافسي للشركة (Bronchain, 2003, 7). وعرّف المصرف الدولي المسؤولية الاجتماعية بأنها: "تعهد الشركة على الإسهام بالتنمية الاقتصادية المستدامة، والتعامل مع العاملين وممثليها والمجتمع المحلي بشكل طوعي، من أجل تحسين جودة الحياة بأسلوب يعود بالفائدة على الشركة والتنمية" (Anto & Astuti, 2008, 19).

وعرّف مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD) المسؤولية الاجتماعية للشركات بأنها: "تعهد من قطاع الأعمال بالمشاركة في التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والإقليمي بغرض تحسين جودة حياتهم". ومن المتوقع أن تسهم معايير المسؤولية الاجتماعية في تعزيز الركائز الثلاثة لتحقيق التنمية المستدامة Sustainable Development هي:

1. التنمية الاقتصادية.
2. التنمية الاجتماعية.
3. الحماية البيئية.

ويُقصد بالتنمية المستدامة: "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتهم الخاصة".

وفي عام 2010/ أصدرت المنظمة الدولية للمقاييس International Organization for Standardization (ISO) المواصفة ISO 26000 التي تتعلّق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات،

وذلك بهدف مساعدتها على الإسهام في التنمية المستدامة. وحددت هذه الموصفة سبع مجالات للمسؤولية الاجتماعية، هي: (ISO, 2010).

1. الحوكمة.
2. الموارد البشرية.
3. العاملين.
4. البيئة.

5. العمليات.
6. العملاء.
7. المجتمع.

ويبين المجلس الاقتصادي والاجتماعي الهولندي على أن مساهمة الشركة في رفاية المجتمع يشمل تحقيق القيمة في ثلاث مجالات، هي: (أ) البعد الاقتصادي، (ب) البعد الاجتماعي، (ج) البعد البيئي، ولا بد من دمج المسؤولية الاجتماعية في رسالة ورؤية وفلسفة الشركة وثقافتها. وامتدت الدعوى إلى الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية إلى القطاع المصرفي، وبيّنت دراسة (Azim, 2011, 39) أنه يجب على المؤسسات المالية عدم اقتصار اهتمامها بالربحية والنمو، بل أيضاً أن تهتم بالمجتمع والبيئة، وأنها مسؤولة عن تأثير أنشطتها على العاملين والمساهمين والعملاء والمجتمع.

9-2- نطاق مجالات محاسبة المسؤولية الاجتماعية:

في ظل الاعتبارات التي ألزمت المنظمات الاقتصادية المعاصرة بقبول القيام ببعض الأنشطة ذات المضمون الاجتماعي، ظهرت عدة محاولات تهدف إلى تحديد الأنشطة المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للمنظمات الاقتصادية التي ينبغي أن تدخل في دائرة اهتمام المحاسبة. وقد وجدت اتجاهات متباينة في تحديد هذه الأنشطة وتبويبها في مجموعات متجانسة. والاتجاه السائد لتحديد مجالات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الاقتصادية هو تقسيمها إلى أربع مجالات هي: التفاعل مع المجتمع، والمساهمة في تنمية الموارد البشرية، والمساهمة بتنمية الموارد الطبيعية والبيئة، وتحسين نوعية المنتج أو الخدمة (Gray, 2002, 243). ويمكن تحديد مجموعات الأنشطة ذات المضمون الاجتماعي التي تقوم بها مؤسسات المصارف الإسلامية في الوقت الراهن على النحو الآتي:

- الأنشطة ذات العلاقة بالمجتمع: وتتمثل بالأنشطة التي تؤدي إلى تحقيق منافع لكافة أفراد المجتمع لغرض المساهمة بتنمية ورفاهية المجتمع كالأنشطة الخاصة برعاية المعوقين، وتدريب طلبة الجامعات، وتدعيم البرامج التي تحد من الأوبئة والأمراض.

- الأنشطة ذات العلاقة بالعاملين: وتتضمن الأنشطة التي توجه تلبية لمتطلبات العاملين بالمنظمة وتحسين أحوالهم بصفة عامة، لذلك فإن هذا المجال يمثل مجالاً داخلياً. ومن أمثلة هذه الأنشطة توفير الرعاية الصحية للعاملين وتهيئة ظروف للعمل تتصف بالأمن والسلامة.
- الأنشطة ذات العلاقة بالبيئة: وتشمل الأنشطة التي تؤدي إلى تخفيف أو منع التدهور البيئي التي تهدف لحماية الموارد الطبيعية والبيئة المحيطة والمحافظة عليها. ويعد الاهتمام بهذا المجال أمراً حيوياً ليس فقط لأثره على نوعية الحياة، بل لأثره على ما تتحمله الدول من نفقات للمحافظة على البيئة الطبيعية.
- الأنشطة ذات العلاقة بحماية المستهلك: وتشتمل على بالأنشطة المرتبطة بالعلاقات مع العملاء من حيث تحقيق رضائهم على المنتج أو الخدمة والمحافظة على مصالحهم، ومنها على سبيل المثال تعرّف المستهلكين بخصائص المنتج وطرق ومجالات استخدامه، ووضع بيانات على عبوة المنتج للتعريف بحدود ومخاطر الاستخدام وتاريخ عدم الصلاحية.

9-3- مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

اختلف تعريفات الخدمة بشكل عام، ومفهوم جودة الخدمة بشكل خاص، فجودة الخدمة من جانب مقدم الخدمة تتمثل في مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعية، أما جودة الخدمة من منظور المستفيد فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعمالاته (سلمان، 2013)؛ بينما يرى (Wright & Christopher, 2002) جودة الخدمة بأنها: درجة الرضا التي يمكن أن تحققها الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق إشباع وتلبية حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم. ويمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية على أنها: ملاءمة ما يتوقعه العملاء من خدمة مصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العميل نتيجة حصولهم على الخدمة (ونوس، 2023، 61) (حجي، 2017، 365). وعرفها (Alqudah, et al, 2013, 25) بأنها كافة الأنشطة والعمليات التي يمارسها البنك لتلبي حاجات ورغبات الزبائن من الخدمة من أجل الحصول على رضا الزبائن لتحقيق الهدف الذي يسعى إليه البنك لزيادة أرباحه، وأضاف (Santouridis, et al, 2012, 7) على أنها: "جودة الوفاء أو تجاوز توقعات الزبائن، وهي درجة واتجاه التوافق بين التصورات وتوقعات الزبائن".

ومن هنا فإنه ينظر الى جودة الخدمة المصرفية بأنها ذات قيمة استراتيجية، وأن دراستها تساعد المصرف على الاحتفاظ بالزبائن واكتساب ولائهم للمصرف لأطول فترة ممكنة، بالإضافة الى جذب زبائن جدد إلى المصرف وتطوير العلاقات بين الزبون والمصرف وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح والحصة السوقية وجعل الاداء المصرفي ذا مستوى عالٍ. وتتمثل المزايا التي تحققها جودة الخدمة للمصرف في تحقيق الميزة التنافسية ومواجهة الضغوط التنافسية من المصارف الأخرى، وتخفيض التكاليف بسبب انخفاض الأخطاء في المعاملات المصرفية، والحصول على أسعار وعمولات أكبر، زيادة قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد، وبيع خدمات مصرفية جديدة، وجعل الزبائن بمثابة مندوبي مبيعات للمصرف من خلال اقناع الزملاء والأقارب على التعامل مع المصرف.

9-4- معايير جودة الخدمات المصرفية:

المعايير التي تحدّد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية من وجهة نظر العملاء كما حددها (Payane, 1991) هي:

9-4-1- الملموسية: حيث يتم تقييم جودة الخدمات المصرفية من قبل العميل في ضوء مظهر التسهيلات المادية، (مثل: المعدات، والأجهزة، والإفراد، ووسائل الاتصال (التابعة للمصرف)، فالمصرف الذي يمتلك صرافاً آلياً أو معدات لتدقيق وحساب النقد، أو لا يمتلك أبسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء (أجهزة التكييف أو الإضاءة الكافية أو المقاعد أو الطاولات ... الخ)، ستكون نتيجة تقييم خدماته سيئة من قبل العميل، وتعرّف الملموسية على أنها التسهيلات المادية المرتبطة بتقديم الخدمة وتشمل المرافق المادية والمعدات ومظهر الموظفين، وفي هذا البعد يتم قياس المقومات والتسهيلات المادية المتاحة في المؤسسة، وتتضمن أربعة أبعاد تقيس التجهيزات من الأجهزة والمعدات والأثاث والديكور والإضاءة ومظهر العاملين (الشويعر، 2005، 27).

9-4-2- الاستجابة: يعني إلى مدى استعداد ورغبة المصرف في تقديم المساعدة للعملاء، والرد على استفساراتهم، والسرعة في تقديم الخدمة التي يحتاجون إليها، والمساهمة في حل مشكلات العملاء المحددة، من خلال استعداد ورغبة مدير المصرف مثلاً، في لقاء عميل معين لديه مشكلة عاجلة تتطلب مساعدته وتدخله لحل هذه المشكلة. وتعني الاستجابة لطلب العملاء في تقديم الخدمة السريعة عند اللزوم، وفي هذا البعد يتم قياس الجهوزية لدى العاملين لتقديم الخدمات

الفورية لطالبيها، ويتم التركيز هنا على المقدرة الفعلية لدى العاملين على تقديم الخدمة فعلاً في سرور ورحابة ودون تذمر من تقديم تلك الخدمات (سلمان، 2013).

9-4-3- الأمان: يعني خلو المعاملات التي تتم بين العميل والمصرف من الخطورة والشك، مثل: ما درجة الأمان لاستخدام العميل لصراف الآلي. وتعني قدرة العاملين على بث الثقة والطمأنينة في نفوس العملاء أي متلقو الخدمة، ويتم التركيز في هذا البعد على قياس مقدرة العاملين على بث الطمأنينة في نفوس العملاء حين طلب الخدمة والحصول عليها.

9-4-4- الاعتمادية: تشير الاعتمادية على قدرة المصرف على إنجاز أداء الخدمة الموعدة بشكل دقيق يعتمد عليه. فالعميل يتطلع لأن يقدم له المصرف خدمة دقيقة، من حيث الوقت والسرية والإنجاز، وأن يعتمد على المصرف في هذا المجال بالذات. فالاعتمادية تعني القدرة على أداء الخدمة الموعودة بدقة ودقة، وفي هذا البعد يتم قياس مقدرة العاملين على تأدية الخدمة بدقة في الموعد المقرر وبجودة ترضي طالب الخدمة من حيث الوقت المحدد ونوعية الخدمة المقدمة له.

9-4-5- التعاطف: يُعبّر عن درجة العناية بالعميل ورعايته، والاهتمام بمشكلاته، وإيجاد حلول لها بطرق راقية. بقصد بها التعاطف والرعاية، والاهتمام الفردي الذي تبديه المؤسسة تجاه العملاء من خلال الموظفين فيها، وقدرة الموظفين على إظهار اللباقة والدماثة والاحترام لطالبي الخدمة، وفي هذا البعد يتم التركيز أيضاً على قياس ملاءمة الجو العام داخل المؤسسة لاحتياجات المستفيدين بالنسبة لساعات العمل (الزامل وآخرون، 2012).

9-4-6- التوكيد: حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق معايير جودة الخدمات من خلال ممارسة الإجراءات والأساليب التي تضمن لها الوفاء بهذه المعايير، والتأكد المستمر من تحقيق المستويات المنشودة، وفي ضوء ذلك تحرص المؤسسات على أن تضع نظاماً داخلياً لضمان الجودة، وتقييم أدائها بصورة دورية، وإعداد خطة التحسين والتطوير في ضوء نتائج التقييم الذاتي، وذلك تمهيداً للتقييمات الخارجية التي تستهدف تقديم المؤسسة للمساعدة من أجل مزيد من تطوير الأداء المؤسسي، وتتمثل معايير مجال توكيد الجودة والمساعدة (سلمان، 2013).

9-4-7- الامتثال: يتضمن مفهوم الامتثال في المؤسسات الاقتصادية مجموعتين من المستويات، الأولى تشمل القواعد والأنظمة الخارجية التي تفرضها الجهات الرقابية والإشرافية المنظمة عموماً، مثل: المجمع والهيئات الدولية والمحلية المتخصصة بالأنشطة المتنوعة وتنظيم

القطاع، سواء المالي أو الاقتصادي والصناعي أو التجاري وهكذا، والمستوى الثاني هو الامتثال للأنظمة الداخلية للمراقبة والإشراف من قبل المؤسسة المالية نفسها لتحقيق الامتثال للقواعد المفروضة من الخارج، خاصة قواعد دمج إدارات الحوكمة والمخاطر والجودة والامتثال مع الأخذ بالاعتبار أنَّ عدم الامتثال يؤدي للتعرض لمخاطر السمعة والغرامات والعقوبات التي تؤدي بالطبع إلى الخسائر المالية والمعنوية (فوزي، 2015).

عاشراً- إجراءات البحث الميدانية:

10-1- منهج البحث:

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي بهدف تعرّف مدى التزام المصارف التجارية في الأردن بالمسؤولية الاجتماعية وفق معايير جودة الخدمات المصرفية؛ حيث قام الباحث بجمع المعلومات من خلال أدوات البحث وهي: (التقارير المالية للمصارف، استبانة المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية)، وبعد ذلك تمّ تفرّغ المعلومات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتحليلها تحليلًا إحصائيًا للإجابة عن أسئلة البحث واختبار فرضياتها، وصولاً إلى نتائج البحث، ثمّ حُلّلت النتائج كيفياً من خلال تفسير النتائج، ومقارنتها بالدراسات السابقة، إذ فُسر المؤلف، وعلّل المختلف، ثمّ قُدمت بعض المقترحات في ضوء النتائج التي توصّل اليها.

10-2 - مجتمع البحث وعينته:

تكوّن المجتمع الأصلي من جميع زبائن المصارف التجارية الخاصة بفروع محافظة عمّان في الأردن، للعام (2024م). ولتحقيق أهداف البحث أعتد أسلوب العينة العشوائية البسيطة في السحب، وسحبت عينة من الزبائن في المصارف التجارية من المجتمع الأصلي بواقع (97) مفردة من الزبائن المستفيدين من خدمات البنك العربي والبنك الأردني الكويتي والبنك الإسلامي الكويتي بمحافظة عمّان في الأردن، وتوضح الجداول فيما يأتي توزيع أفراد عينة البحث (الزبائن) حسب متغيرات البحث الأصلية.

الجدول (1) توزيع أفراد عينة البحث (الزبائن) وفق متغيرات البحث

متغيرات البحث	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	47	48.45%

51.55%	50	إناث	المؤهل العلمي
100%	97	المجموع الكلي	
31.95%	31	ثانوية فما دون	
45.36%	44	إجازة جامعية	
22.68%	22	دبلوم فأعلى	
100%	97	المجموع الكلي	

10-3- أدوات البحث:

اعتمد البحث الحالي على الأداتين الآتيتين:

10-3-1- استبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية:

. الاستبانة في صورتها الأولى:

بعد مراجعة الأدبيات النظرية المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية، ومراجعة الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة، قام الباحث بإعداد استبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية، وتتكوّن الاستبانة في صورتها الأولى من (25) بنداً، موزعة على المحاور الفرعية.

. التأكد من الخصائص السيكمترية لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية:

. دراسة الصدق البنوي للاستبانة: قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة عرضية من (16) فرداً من الزبائن في المصارف التجارية في محافظة عمّان، لم تشملهم العينة الأصلية لدراسة الصدق والثبات لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية.

1 . صدق البناء الداخلي: تمّ إجراء معامل الارتباط بيرسون الدرجة الكلية والمحاور والبند الفرعية، وفق الآتي:

الجدول (2) معاملات الارتباطات (بيرسون) بين الدرجة الكلية والمحاور الفرعية لاستبانة

المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية

محاوّر الاستبانة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	القرار
المحور الأول: (البُعد المجتمعي)	0.884**	0.000	دال عند

(0.01)			
دال عند (0.01)	0.000	**0.844	المحور الثاني: (البُعد البيئي)
دال عند (0.01)	0.000	**0.878	المحور الثالث: (البُعد التعليمي)
دال عند (0.01)	0.000	**0.858	المحور الرابع: (البُعد الاقتصادي)

يلاحظ من الجدول (2) أنَّ ارتباط الدرجة الكلية مع المحاور الفرعية تراوحت ما بين (0.837 - 0.884)، وهي ذات قيم دالة إحصائياً، ما يدل على أنَّ استبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية متجانسة في قياس الغرض الذي وضعت من أجله، وتتسم بصدق البناء الداخلي.

وأظهرت نتائج ارتباط الدرجة الكلية مع البنود الفرعية دالة إحصائياً تتراوح قيم الارتباط ما بين (0.325 و 0.897)، ما يدل على أنَّ استبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية متجانسة في قياس الغرض الذي وضعت من أجله، وتتسم بصدق البناء الداخلي.

. دراسة الثبات لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية: تمَّ حساب التجزئة النصفية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان - براون، وثبات ألفا كرونباخ، وجاءت النتائج كما يشير إليها الجدول (3):

الجدول (3) نتائج ثبات التجزئة النصفية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان - براون وثبات ألفا

كرونباخ لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية

ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	محاور الاستبانة
0.710	0.884	المحور الأول: (البُعد المجتمعي)
0.778	0.871	المحور الثاني: (البُعد البيئي)
0.738	0.858	المحور الثالث: (البُعد التعليمي)
0.775	0.885	المحور الرابع: (البُعد الاقتصادي)

0.762	0.881	الدرجة الكلية
-------	-------	---------------

يلاحظ من الجدول (3) أنَّ جميع قيم معاملات الثبات دالة إحصائياً، حيث بلغت قيمة معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية في الدرجة الكلية (0.881)، وبلغت قيمة معامل الثبات وفق طريقة ألفا كرونباخ (0.762)، وتدل على ثبات الاستبانة، وتسمح بإجراء البحث.

. الصورة النهائية لاستبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية: يضم فقرات الاستبانة البالغ عددها (25) بنداً للاستبانة الموجهة إلى الزبائن في المصارف التجارية.

الجدول (4) الصورة النهائية لتوزع بنود استبانة المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية

أرقام البنود	عدد البنود	محاور الاستبانة
1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8	8	المحور الأول: (البُعد المجتمعي)
9، 10، 11، 12، 13	5	المحور الثاني: (البُعد البيئي)
14، 15، 16، 17، 18	5	المحور الثالث: (البُعد التعليمي)
19، 20، 21، 22، 23، 24، 25	7	المحور الرابع: (البُعد الاقتصادي)

. طريقة تصحيح الاستبانة:

تتم الإجابة على فقرات الاستبانة بوحدة من بدائل الإجابة الآتية حسب المقياس الخماسي: (درجة الموافقة مرتفعة جداً، مرتفعة، متوسطة، منخفضة، معدومة). فالفقرات تُعطى درجاتها وبالترتيب السابق على النحو الآتي: (5-4-3-2-1).

10-3-2- استبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية:

. الاستبانة في صورتها الأولى:

بعد مراجعة الأدبيات النظرية المرتبطة بجودة الخدمات في المصارف التجارية، ومراجعة الأدوات المستخدمة في الدراسات السابقة، قام الباحث بإعداد استبانة جودة الخدمات في

المصارف التجارية، وتتكوّن الاستبانة في صورتها الأولية من (51) بنداً موزعة على المحاور الفرعية.

. التأكد من الخصائص السيكومترية لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية:

. دراسة الصدق البنوي للاستبانة: قام الباحث بتطبيق الاستبانة على عينة عرضية من (16) فرداً من الزبائن في المصارف التجارية في محافظة عمّان، لم تشملهم العينة الأصلية لدراسة الصدق والثبات لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية. وتم حساب الصدق وفق الآتي:

1. صدق البناء الداخلي:

تمّ حساب معامل الارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية والمحاور الفرعية، كما في الجدول (5):
الجدول (5) معاملات الارتباطات (بيرسون) بين الدرجة الكلية والمحاور الفرعية لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية

المحاور الاستبانة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	القرار
المحور الأول: (الامتثال)	0.886**	0.000	دال عند (0.01)
المحور الثاني: (الاعتمادية)	0.911**	0.000	دال عند (0.01)
المحور الثالث: (الأمان)	0.870**	0.000	دال عند (0.01)
المحور الرابع: (التعاطف)	0.880**	0.000	دال عند (0.01)
المحور الخامس: (الاستجابة)	0.869**	0.000	دال عند (0.01)
المحور السادس: (الملموسية)	0.761**	0.000	دال عند (0.01)

المحور السابع: (التوكيد)	0.860**	0.000	دال عند (0.01)
--------------------------	---------	-------	-------------------

يلاحظ من الجدول (5) أنَّ قيمة معامل الارتباط بين الدرجة الكلية للاستبانة مع المحاور الفرعية تراوحت ما بين (0.761 - 0.911)، مما يدل على أنَّ استبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية متجانسة في قياس الغرض الذي وضعت من أجله، وتتسم بصدق البناء الداخلي.

وأظهرت نتائج قيم معامل الارتباط بين الدرجة الكلية للاستبانة والبنود الفرعية تراوحت بين (0,188 - 0,898)، وهذا يدلُّ وجود ارتباط إيجابي ودالٍ إحصائياً بين المجموع الكلي والبنود الفرعية المكوّنة لها؛ مما يدل على أنَّ استبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية متجانسة في قياس الغرض الذي وضعت من أجله، وتتسم بالصدق الداخلي.

. دراسة الثبات لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية:

طبّق الباحث أنواع الثبات الآتية على استبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية:

1. ثبات التجزئة النصفية: حُسبت التجزئة النصفية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان - براون، وجاءت النتائج كما يشير إليها الجدول (6):

الجدول (6) نتائج ثبات التجزئة النصفية باستخدام معامل سبيرمان - براون وثبات ألفا

كروناخ لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية

محاو الاستبانة	التجزئة النصفية	ألفا كروناخ
المحور الأول: (الامتثال)	0.886	0.747
المحور الثاني: (الاعتمادية)	0.811	0.782
المحور الثالث: (الأمان)	0.870	0.803
المحور الرابع: (التعاطف)	0.880	0.719
المحور الخامس: (الاستجابة)	0.869	0.739
المحور السادس: (الملموسية)	0.761	0.703
المحور السابع: (التوكيد)	0.879	0.800
الدرجة الكلية	0.894	0.759

يلاحظ من الجدول (6) أنَّ جميع قيم معاملات الثبات دالة إحصائياً، وبلغت قيمة الثبات بالتجزئة النصفية في الدرجة الكلية للاستبانة (0.894)، وبلغت قيمة الثبات باستخدام ألفا كرونباخ في الدرجة الكلية للاستبانة (0.759)، وتدل على ثبات الاستبانة، وتسمح بإجراء البحث. . الصورة النهائية لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية:

الجدول (7) الصورة النهائية لتوزع بنود لاستبانة جودة الخدمات في المصارف التجارية

أرقام البنود	عدد البنود	محاور الاستبانة
1، 2، 3، 4، 5، 6، 7، 8، 9	9	المحور الأول: (الامتثال)
10، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 17، 18، 19، 20، 21	12	المحور الثاني: (الاعتمادية)
22، 23، 24، 25، 26	5	المحور الثالث: (الأمان)
27، 28، 29، 30، 31، 32، 33، 34	8	المحور الرابع: (التعاطف)
35، 36، 37، 38، 39، 40، 41	7	المحور الخامس: (الاستجابة)
42، 43، 44، 45، 46	5	المحور السادس: (الملموسية)
47، 48، 49، 50، 51	5	المحور السابع: (التوكيد)

10-4- القوانين الإحصائية المستخدمة في البحث:

للحصول على نتائج الاستبانتين بعد انتهاء الباحث من تطبيق أدوات البحث قام الباحث بإدخال البيانات إلى الحاسوب تمهيداً لمعالجتها، والحصول على النتائج باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الـ (SPSS) رقم النسخة (15)، واستخدمت مجموعة من القوانين: (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، ت ستودينت (t-test) لدلالة الفروق بين المتوسطات، معامل الترابط (بيرسون Pearson)، معادلة (كرونباخ ألفا)، معادلة (سبيرمان - براون Spearman - Brown)، تحليل التباين للانحدار الذاتي (Analysis of Variance)).

الحادي عشر - نتائج أسئلة البحث ومناقشتها وتفسيرها:

11-1- ما درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن؟

للإجابة عن هذا السؤال من وجهة نظر الزبائن تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية، والدرجات المتحققة لكل محور من محاور استبانة درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن تناولها البحث الحالي وفقاً لإجابات أفراد عينة البحث، ومن ثمّ ترتيب محاور الاستبانة من الأكثر تحقّقاً في تطبيق المسؤولية الاجتماعية إلى الأقل تحقّقاً، والجدول الآتي يوضّح النتائج التي تمّ التوصل إليها:

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تحقّق محاور استبانة درجة

ممارسة المسؤولية الاجتماعية في البنوك التجارية بالأردن من وجهة نظر الزبائن

م.	محاور الاستبانة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الرتبي	الرتبة	درجة التحقّق
1.	المحور الأول: (البُعد المجتمعي)	33.05	4.926	4.13	1	مرتفعة
2.	المحور الثاني: (البُعد البيئي)	20.44	3.132	4.08	2	مرتفعة
3.	المحور الثالث: (البُعد التعليمي)	20.28	3.162	4.05	3	مرتفعة
4.	المحور الرابع: (البُعد الاقتصادي)	28.37	4.571	4.05	3	مرتفعة
	الدرجة الكلية	102.14	15.791	4.08		مرتفعة

يتضح من الجدول السابق الآتي:

- إنّ القيمة الإجمالية للمتوسط الحسابي التي تعبّر عن درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في المصارف التجارية في الأردن من وجهة نظر الزبائن، جاءت بدرجة مرتفعة على الدرجة الكلية للاستبانة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (102.14) والانحراف المعياري (15.791).

■ كان أكثر المحاور تحققاً وفق تقدير أفراد عينة البحث (الزبائن) هو المحور الأول: (البُعد المجتمعي) الذي جاء في المرتبة الأولى بمتوسط رتبي بلغ (4.13)، يليه في المرتبة الثانية المحور الثاني: (البُعد البيئي) بمتوسط رتبي بلغ (4.08)، وجاء في المرتبة الثالثة المحور الثالث: (البُعد التعليمي) بمتوسط رتبي بلغ (4.05)، والمحور الرابع: (البُعد الاقتصادي) بمتوسط رتبي بلغ (4.04).

تُظهر النتائج مدى إدراك البنوك التجارية العاملة في الأردن لأهمية تنفيذ نشاطات المسؤولية المجتمعية، بحيث يساعدها ذلك على تحقيق الميزة التنافسية والتميز عن المصارف الأخرى، كما ويدل ذلك على اهتمام المصارف بأخلاقيات العمل وحقوق العاملين وسعي المصارف لتقديم مزايا خاصة لموظفيه وعائلاتهم مما ينقل صورة إيجابية للعملاء وجميع الفئات ذات العلاقة أن هذه المصارف تتمتع ببيئة عمل أخلاقية تشجعهم على التعامل مع المصارف التجارية وتعزز ثقتهم به، ما يعزز أن يصبح المصرف مميزاً ومفضلاً عن المصارف الأخرى.

كما أن العملاء يدركون أن المصارف التجارية هي مؤسسات يتوجب عليها أن تتبنى أهدافاً اجتماعية، وأنه يجب أن تعمل على تبني القيم العربية وترويجها نحو موظفيها، وعملائها، والجمهور. فعملاء المصارف التجارية يعولون كثيراً عليها، فهم يتوقعون من هذه المصارف المساهمة في رفاهية المجتمع ودعم مشاريع التنمية المستدامة، والتخفيف من حدة الفقر.

11-2- ما مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن؟

للإجابة عن هذا السؤال من وجهة نظر الزبائن حُسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجة الكلية، والدرجات المتحققة لكل محور من محاور استبانة مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن تناولتها البحث الحالي وفقاً لإجابات أفراد عينة البحث، ومن ثمّ ترتيب محاور الاستبانة من الأكثر تحققاً في مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن إلى الأقل تحققاً، والجدول الآتي يوضّح النتائج التي تم التوصل إليها:

الجدول (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة تحقُّق محاور استبانة مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن من وجهة نظر الزبائن

م.	محاور الاستبانة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الرتبي	الرتبة	درجة التحقُّق
1.	المحور الأول: (الامتثال)	31.28	8.998	3.47	3	مرتفعة
2.	المحور الثاني: (الاعتمادية)	45.05	7.818	3.75	2	مرتفعة
3.	المحور الثالث: (الأمان)	17.03	5.555	3.40	5	متوسطة
4.	المحور الرابع: (التعاطف)	27.01	8.881	3.37	6	متوسطة
5.	المحور الخامس: (الاستجابة)	24.28	6.681	3.46	4	مرتفعة
6.	المحور السادس: (الملموسية)	19.33	2.877	3.86	1	مرتفعة
7.	المحور السابع: (التوكيد)	17.31	5.224	3.46	4	مرتفعة
	الدرجة الكلية	181.29	46.034	3.55		مرتفعة

يتضح من الجدول السابق الآتي:

- إنّ القيمة الإجمالية للمتوسط الحسابي التي تعبّر عن مستوى الالتزام بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن من وجهة نظر الزبائن، جاء بدرجة مرتفعة على الدرجة الكلية للاستبانة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (181.29) والانحراف المعياري (46.034).

▪ كان أكثر المحاور تحققاً وفق تقدير أفراد عينة البحث (الزبائن) هو المحور السادس: (الملموسية) الذي جاء في المرتبة الأولى بمتوسط رتبي بلغ (3.86)، يليه في المرتبة الثانية المحور الثاني: (الاعتمادية) بمتوسط رتبي بلغ (3.75)، وجاء في المرتبة الثالثة المحور الأول: (الامتثال) بمتوسط رتبي بلغ (3.47)، ثم جاء في المرتبة الرابعة المحور الخامس: (الاستجابة)، والمحور السابع: (التوكيد) بمتوسط رتبي بلغ (3.40)، يتبعه في المرتبة الخامسة المحور الثالث: (الأمان) بمتوسط رتبي بلغ (3.40)، يليه في المرتبة السادسة والأخيرة المحور الرابع: (التعاطف) بمتوسط رتبي بلغ (3.37).

وبناءً على تلك المعطيات يتضح أنَّ المصارف التجارية تلتزم بمعايير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الخاصة في الأردن. حيث أظهرت النتائج أنَّ المصارف تمتلك شبكات فروع متعددة تتعامل مع أعداد كبيرة من العملاء، وتُقدّم خدمات مصرفية متنوعة وشاملة وتسعى لتلبية احتياجات المتعاملين مع المصرف كافة والوصول إلى أكبر عدد من المستفيدين في أكامن تواجدهم، من أجل ضمان تحسين جودة الخدمات المصرفية المُقدمة.

الثاني عشر - نتائج فرضيات البحث ومناقشتها وتفسيرها:

اختبرت الفرضيات الآتية:

12-1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية في

تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث؟

تمّ دراسة أثر تطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية في تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث باستخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)، وجاءت النتائج وفق الآتي:

الجدول (10) تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variances) للعلاقة بين تطبيق

المسؤولية الاجتماعية للمصارف التجارية وتحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف

التجارية في الأردن

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط
---------	----------------	--------------	----------------	-----------------	---------------	---------------------	----------------

0.944	0.89 2	0.00 0	777.48 3	54928.36 8	1	54928.36 8	الانحدار	1
				70.831	96	6658.132	الخطأ المتبقي	
					97	61586.50 0	المجموع	

يتضح من الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية لـ F بلغت (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05)، هذا يعني أن النموذج ذو أهمية. كما أن معامل التحديد R² إيجابي ويُشير إلى أنه (89.2%) من التباين في المتغير التابع (معايير جودة الخدمات المصرفية) مُفسر بالتغير في تطبيق نظام المسؤولية الاجتماعية ومعايير الأربعة، أي أنه راجع إلى (البُعد المجتمعي، البُعد البيئي، البُعد التعليمي، البُعد الاقتصادي) والجدول الآتي يعرض نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر تطبيق نظام المسؤولية الاجتماعية بمعايير الأربعة على تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن.

الجدول (11) تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لتأثير تطبيق نظام المسؤولية الاجتماعية في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن

مستوى دلالة T	قيمة T المحسوبة	المعاملات النمطية	المعاملات غير النمطية		النموذج Model	
		Beta	الخطأ المعياري	B		
0.002	3.180	0.944	2.916	9.273	ثابت Constant	2
0.000	27.847		0.050	1.386	نظام المسؤولية الاجتماعية	

يتضح من الجدول السابق أنَّ لتطبيق نظام المسؤولية الاجتماعية أثراً إيجابياً في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن لأن مستوى الدلالة (0.000) أصغر من (0.05)، فضلاً عن أنَّ المعاملات النمطية (Beta) التي تعبر عن نسبة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع بلغت (94.4%)، وهي قيمة معتبرة، وهذا يُبين الإجابة عن السؤال الرئيس للبحث بأنَّ: "تطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية يُسهم في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث".

12-2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق المصارف التجارية لأبعاد المسؤولية الاجتماعية (البُعد المجتمعي، البُعد البيئي، البُعد التعليمي، البُعد الاقتصادي) في تحسين تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن محل البحث؟

تم اختبار تأثير كل معيار من معايير نظام المسؤولية الاجتماعية الأربعة، أي تأثير كل من: (البُعد المجتمعي، البُعد البيئي، البُعد التعليمي، البُعد الاقتصادي) في تطبيق المصارف التجارية للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن مدار البحث. وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (12) تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لتأثير تطبيق أبعاد نظام المسؤولية الاجتماعية في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن

النموذج Model	المعاملات غير النمطية		المعاملات النمطية	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T
	B	الخطأ المعياري			
3	Constant ثابت	-1.903	1.788	-1.064	0.290
	المحور الأول: (البُعد	0.472	0.216	2.188	0.031
				0.154	
				0.227	

		0.218 0.484 0.285			المجمعي
0.017	2.270		0.328	0.489	المحور الثاني: (البُعد البيئي)
0.001	3.265		0.285	0.460	المحور الثالث: (البُعد التعليمي)
0.002	3.213		0.303	0.975	المحور الرابع: (البُعد الاقتصادي)

يتضح من الجدول السابق أنَّ معيار البُعد الاجتماعي يؤثر إيجابياً في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن، لأنَّ مستوى الدلالة ($T=0.031 < 0.05$)، فضلاً عن أن نمط المعاملات النمطية (Beta) التي تعبر عن نسبة تأثير البُعد الاجتماعي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن كانت (0.154) أي (15.4%) وهي قيمة جيدة نسبياً، وبناءً على ذلك يُمكن القول: "هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق البُعد الاجتماعي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن".

ويتضح من الجدول السابق أنَّ البُعد البيئي يؤثر إيجابياً في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن، لأنَّ مستوى الدلالة ($T=0.017 < 0.05$)، فضلاً عن أن نمط المعاملات النمطية (Beta) التي تعبر عن نسبة تأثير البُعد البيئي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن كانت (0.227) أي (22.7%) وهي قيمة جيدة نسبياً، وبناءً على ذلك يُمكن القول: "هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق البُعد البيئي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن"، كما يتضح من الجدول السابق أنَّ البُعد التعليمي يؤثر إيجابياً في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن، لأنَّ مستوى الدلالة ($T=0.001 < 0.05$)، فضلاً عن أن نمط المعاملات النمطية (Beta) التي تعبر عن نسبة تأثير البُعد التعليمي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن كانت (0.218) أي (21.8%) وهي قيمة جيدة نسبياً، وبناءً على ذلك يُمكن القول: "هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق البُعد التعليمي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن"؛

وأخيراً يتضح من الجدول السابق أنَّ البُعد الاقتصادي يؤثر إيجابياً في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن، لأنَّ مستوى الدلالة ($T=0.000 < 0.05$)، فضلاً عن أنَّ نمط المعاملات النمطية (Beta) التي تعبر عن نسبة تأثير البُعد الاقتصادي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن كانت (0.484) أي (48.4%) وهي قيمة جيدة نسبياً، وبناءً على ذلك يُمكن القول: "هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق البُعد الاقتصادي في تحقيق معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية في الأردن".

ويمكن تفسير النتائج السابقة بأنَّ المصارف التجارية الخاصة في الأردن شأنها في ذلك شأن المؤسسات المالية والتجارية الأخرى أدركت ولو جزئياً أهمية أن تتبنى تطبيق معايير جودة الخدمات المصرفية بغية تحسين مجمل الأداء المالي والمصرفي لأنشطتها المختلفة بما ينسجم مع مفهوم ومبادئ التنمية المستدامة، كما أنَّ هذا الإدراك يعكس قدرتها رغم الظروف الصعبة على التكيف والتوافق مع تحديات عصر معايير الجودة، حيث أصبح العديد من الزبائن يطلبون من إدارة المؤسسات المصرفية وعلى نحو متزايد تلبية متطلبات المواصفات الدولية وعلى رأسها سلسلة معايير جودة الخدمات المصرفية، كشرط للتعامل مع المؤسسات المصرفية، وفي هذا السياق بدأت العديد من المؤسسات بوضع سياسات مصرفية واضحة وموثوقة بالتوافق مع التشريعات الخاصة بالبيئة المصرفية، وكذلك مراعاة لوجهات نظر ومتطلبات ذوي المصالح، لذلك يرى الباحث أنَّ هذه النتيجة هي نتيجة منطقية، وتعبّر عن تحسُّن في مفهوم المبحوثين (الزبائن) في لمعايير جودة الخدمات المصارف التجارية الخاصة ومتطلبات تطبيقها والتزاماتها.

الثالث عشر - المقترحات والتوصيات: في ضوء نتائج البحث يُمكن تقديم المقترحات والتوصيات الآتية:

➤ توجيه سياسات المسؤولية التعليمية للبنوك برعاية حفلات التخرج بشكل أكبر مع تقديم المنح للطلاب المتميزين وفقاً لما يجدونه في أثناء رعاية هذه الحفلات، وهذا يؤدي إلى تعزيز رفع مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى المصارف التجارية.

➤ يجب أن تستثمر البنوك التجارية بالقيام بمسؤوليتها المجتمعية وتطوير المهام المطلوبة منها ضمن هذه المسؤولية لتبقى عند حسن ظن المتعاملين معها. وبما أنَّ العملاء لا يعتقدون بأنَّ

- البنوك تقوم بأنشطة صحية من الممكن إعلام العملاء حين حدوث مثل هذه الأنشطة عبر التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.
- نصي إدارة البنوك بتبيان الأعمال التي تقوم بها ضمن المسؤولية البيئية للمتعاملين معها لكي تلقى هذه الأعمال وقعها لدى المتعاملين مع البنوك. ممكن أن يتم ذلك عن طريق إرسال رسائل قصيرة لعملاء البنوك تتعلق بالنشاطات المجتمعية التي تقوم بها البنوك من حملات مساهمة في حماية البيئة إلى حملات راعية صحية للكبار في السن والأيتام.
- على البنوك الاستمرار بتقديم ما يتوجب عليها من أعمال المسؤولية الاجتماعية للشركات في المجتمع ووضع هذه الأعمال بصورة واضحة أمام المتعاملين وأفراد المجتمع وهذا يضمن زيادة تعزيز ولاء العملاء بشكل جيد لدى الأفراد حول المصارف، وتحقيقها لمعايير جودة الخدمات المصرفية.
- من الممكن أن تقوم البنوك بربط أكثر من نشاط معاً فمن الممكن أن تقوم في أثناء ريعها لحفلات تخرج طلاب الجامعات أن تُشرك هؤلاء الطلاب بالأنشطة التي تقوم بها كدعوتهم للمشاركة بنشاط تشجير بيئي طلاب الجامعات أو زيارة دور المسنين والأيتام.
- العمل على توضيح السياسات التي تنظم العمل بالمصرف، وكذلك الإجراءات وآليات العمل التي يتبعها من خلال إقامة الندوات والمؤتمرات التي تدعم سياستها في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، والتي يُمكن أن تساهم في إبراز رؤية وطبيعة عمل المصارف التجارية.
- العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية ومحاولة توظيفها في برامج المسؤولية الاجتماعية، وتحديث الخدمات المصرفية المقدمة حالياً في المصارف التجارية.
- الاستمرار في الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع من خلال الممارسات التي يقوم بها المصارف التجارية.

قائمة مراجع البحث

أ- المراجع العربية:

- بخلق، طلال ناصر علي. (2021). الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية المجتمعية وأثره في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في المصارف الإسلامية الكويتية. مجلة جرش للبحوث والدراسات، 22(2)، 995-1029.

- برهوم، أديب؛ عبد الحميد، فاطمة؛ علي، سها سليمان. (2022). مستوى توافر أبعاد المعرفة التسويقية في القطاع المصرفي: دراسة ميدانية في فروع المصارف التجارية التقليدية الخاصة في مدينة طرطوس. مجلة جامعة البعث، 44(15)، 47-70.
- جريوع، يوسف محمود. (2007). مدى تطبيق القياس والإفصاح في المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية بالقوائم المالية في الشركات بقطاع غزة. مجلة الجامعة الإسلامية: سلسلة الدراسات الإنسانية، 5(1)، 281-293.
- حجي، إدريس رمضان. (2017). تحليل العوامل المؤثرة في الطلب على جودة الخدمات المصرفية، دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأهلية في أربيل. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، 9(40).
- الزامل، محمود؛ أحمد، ناصر؛ جردات، محمد سعود؛ عريقات، أحمد يوسف؛ فوطه، سحر حمد. (2012). تسوق الخدمات المصرفية. ط1، عمان: اثناء لنشر والتوزيع.
- السبيئي، صادق أحمد. (2017). قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية". مجلة العلوم الاقتصادية والمالية، 23(97)، 174.
- سلمان، محمد إبراهيم. (2013). مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة جامعة الأقصى بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة Servperf. مجلة جامعة الأقصى، المجلد السابع عشر.
- الشويعر، خولة بنت محمد. (2009). قياس جودة خدمات المكتبات العامة: دراسة حالة مكتبة الملك عبد العزيز العامة بالرياض. مجلة دراسات المعلومات، 5(5)، 21-38.
- الطيرة، خالد خليل؛ الحاسي، أسماء مبارك. (2023). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية دراسة حالة مصرف الوحدة الإسلامي. مجلة الدراسات الاقتصادية، 6(1)، 110-136.
- عطاوي، إلهام؛ الحمود، تركي؛ سعيد، محمد. (2014). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف: دراسة ميدانية في المصارف الأردنية (منطقة إربد). مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 2(32)، 187-224.

- فوزي، محمد. (2015). تطوير كفاءة إدارة الالتزام في الشركات المساهمة، مجلة الشرق، تم الاسترجاع بتاريخ 2024/8/03، <http://al-sharq.com/news/details/301408>.
- لخضر، عمارة؛ مصطفى، يونس. (2021). أثر تنوع الخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون. مجلة الاستراتيجية والتنمية، 11(2)، 350-367.
- ونوس، حيدر إبراهيم. (2023). أثر التركيز والحصة السوقية في الأداء المالي للمصارف المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية (دراسة تطبيقية). مجلة جامعة البعث، 45(5)، 59-76.

ب- المراجع الأجنبية:

- AL qudah, K., AL- beshtawi, S., AL- Tarawneh, K. (2013). The impact of service quality on Customer satisfaction of Jordan Insurance Companies. *International Journal of Management & information Technology*, 5(2).
- Anto, H., Astuti, D. R. (2008). Persepst Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility: Kasus Pada bank Syariah Di Diy. *SINERGI*, Vol. 10, No. 1, Januori.
- Azim, M., Ahmed, E., D'Netto B. (2011) Corporate Social Disclosure in Bangladesh: A Study of the Financial Sector. *International Review of Business Research Papers*, 7(2), March.
- Bronchain, p. (2003). *Towards a Sustainable Corporate Social Responsibility*. European Foundation for the Improvement of Living and Working Condition, Ireland.
- Castka, P., Balzarova, M. A. (2007). A critical look on quality through CSR lenses: Key challenges stemming from the development of ISO 26000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(7), 738-752.
- Drunker, p. F. (1977). *An Introductory View of Management*. Harper's college press, U.S.A.
- Gray, R. (2002). The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society: Accounting Is Applied in the Financial Statements of Companies in Gaza Strip. *Journal of Islamic university: Human studies series*, 15(1), 239- 281.
- Haque, A., Osman, J., and Hj Ismail, A. Z. (2009). "Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences". *American Journal of Applied Sciences*, 6 (5): 922-928.

- Jones, G. R. (2001). *Organizational Theory*. Prentice Hall, USA.
- Nelling, E., Webb, E. (2009). Corporate social responsibility and financial performance: the “virtuous circle” revisited. *Rev Quant Finan Acc*, (32), 197–209.
- Osman, I., Ali, H., Zainuddin, A., and Rashid, W., (2009). "Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking". *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 1, No. 1, pp. 197- 202.
- Santouridis, I., Trivellas, P., Reklitis, P. (2012). *Internet service quality and customer satisfaction: Examining internet banking in Greece*. Total Quality Management.
- Stupak, R. J., Leitner, P. M. (Eds.). (2001). *Handbook of public quality management*. Marcel Dekker.
- Williams, C. (2002). *Management*. South – Western College Publishing, USA.

قائمة الملاحق

الملحق (1)

القسم الأول:

البيانات الديمغرافية للمستجيب:

الجنس: ☐ ذكور ☐ إناث

المؤهل العلمي: ☐ ثانوية فما دون ☐ إجازة جامعي ☐

فأعلى

القسم الثاني: بنود الاستبانة:

بصفتك أحد زبائن المصرف ومُستفيد من خدماته يُرجى الإجابة عن البنود الآتية:

استبانة المسؤولية الاجتماعية للبنوك التجارية في الأردن

م	بنود الاستبانة	خيارات الإجابة درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	تتوافق أهداف المصارف التجارية في الأردن مع أهداف وقيم المجتمع					
2.	تقوم المصارف التجارية في الأردن ببرامج تدريب منهي لتعزيز القدرات وتأهيل الكوادر مهنية					
3.	تقوم المصارف التجارية في الأردن بدعم أعمال الجمعيات الخيرية					
4.	تقوم المصارف التجارية في الأردن بالمساهمة في تقليل مشكلة البطالة في المجتمع					
5.	تسعى المصارف التجارية في الأردن لمراعاة حقوق الإنسان وكذلك احترام عادات وتقاليد المجتمع					
6.	يلتزم المصرف بممارسة الأعمال التي تتوافق مع القوانين المحلية السارية في المجتمع والدولة					
7.	يتحمل المصرف مسؤوليته تجاه أفراد المجتمع ككل دون تمييز					
8.	يوفر المصرف فرص وظيفية وتدريبية					

					متكافئة وعادلة للجميع	
					تعمل المصارف التجارية في الأردن للمحافظة على الموارد الطبيعية وترشيد استهلاك الطاقة	9.
					تعد حماية البيئة من أهم مرتكزات قيم الإدارة والثقافة العامة في المصارف التجارية في الأردن	10.
					تقوم المصارف التجارية في الأردن بنشر حملات توعية لحماية والحفاظ على البيئة.	11.
					تساهم المصارف التجارية في الأردن مع الجهات ذات العلاقة في المحافظة على نظافة البيئة.	12.
					تستخدم المصارف التجارية في الأردن تقنيات حديثة ضمن مراكز عملها لتجنب مسببات التلوث البيئي	13.
					تقوم المصارف التجارية في الأردن بتقديم منح للطلاب المتميزين	14.
					تقوم المصارف التجارية في الأردن برفع مستوى الوعي والثقافة من خلال الندوات والمحاضرات.	15.
					تقوم المصارف التجارية في الأردن برعاية حفلات تخريج دفعات طلاب الجامعات	16.
					تقوم المصارف التجارية في الأردن باستقطاب الطلاب الأوائل من الجامعات	17.

					تقوم المصارف التجارية في الأردن بتحفيز الطالب على التفوق من خلال برامج المتعددة لدعم الطلاب المتميزين	18.
					يساهم المصرف التجاري في دعم الاقتصاد المحلي والوطني	19.
					يهدف المصرف التجاري للوصول إلى مستوى أعلى من الكفاية في العمل	20.
					يساهم المصرف التجاري في توفير مصادر الحياة الكريمة للمجتمع المحلي	21.
					يوفر المصرف التجاري فرص عمل جيدة	22.
					يحرص المصرف التجاري على تحقيق الربح بأساليب مشروعة	23.
					يسعى المصرف التجاري إلى التميز عن المصارف الأخرى بالأساليب المشروعة	24.
					يساهم المصرف التجاري في توفير فرص عمل للمرأة لتفعيل دورها في زيادة الدخل للمواطنين وتحسين معاشاتهم	25.

الملحق (2) استبانة معايير جودة الخدمات في المصارف التجارية

م	بنود الاستبانة	خيارات الإجابة درجة الموافقة				
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	عند تقديم العميل لأي استفسار شرعي					

					حول الخدمات المقدم فإن المصرف يتجاوب معه بشكل سريع.	
					يتميز المصرف بسرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه.	2.
					تميّز المصرف بدقة العمل وعدم ارتكاب الأخطاء	3.
					أشعر بالأمان في أثناء تعامله مع المصرف التجاري عبر الانترنت.	4.
					تتميز خدمات المصرف التجاري بتنوع كبير لتلائم الاحتياجات المختلفة للعملاء.	5.
					يلتزم موظفو المصرف بالسلوك المصرفي.	6.
					يظهر المصرف تصميم الطابع الحضاري المعاصر	7.
					يسهم المصرف في التعريف بالمعاملات التجارية	8.
					لا يسمح المصرف بالتعامل بأموال مصدرها غير شرعي.	9.
					يقدم المصرف خدمات بدون أخطأ.	10.
					يؤدي المصرف خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير.	11.
					يؤدي المصرف خدماتها دون انقطاع.	12.
					يعمل المصرف على حل مشاكل المشتركين المتعلقة بالخدمات بسهولة ويسر.	13.

					14. قدرة موظفي المصرف على تقديم الخدمات بسهولة ويسر.
					15. يؤدي المصرف خدماتها بشكل متميز.
					16. ينجز المصرف الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.
					17. يقدم المصرف نصائح في اختيار الخدمة الملائمة لطبيعة متوسطة عملك.
					18. يقدم المصرف مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية.
					19. يتوفر لدى المصرف موظفون ذو كفاءة عالية
					20. يقوم المصرف بالوفاء بما وعد به.
					21. أسعار الخدمات المقدمة عادلة.
					22. يشعر بالاطمئنان في التعامل مع المصرف
					23. يقدم المصرف خدمات خالية من المخاطر
					24. يمتلك موظفو المصرف قدرات عالية في تقديم الخدمة.
					25. يتابع موظفو المصرف الإجراءات الخاصة بالعملاء منذ طلب الخدمة ولغاية التقديم.
					26. تشعر بحرص المصرف على أن تكون الاتصالات الخاصة بالعملاء سرية
					27. تراعي المصرف القوانين والتعليمات في تحديد الأسعار.
					28. تضع المصرف مصلحة الزبون في مقدمة

					اهتمامها.	
					29. يبدي الموظف النصيحة الصادقة للزبائن	
					30. يتوفر لدى المصرف بيئة دالية اجتماعية قائمة على الاحترام والورد	
					31. يعرف العاملون في المصرف مصلحة الزبون ويسعون لتحقيقها.	
					32. يلقي الزبون اهتماماً شخصياً في تعامله مع المصرف	
					33. ينشر المصرف معلومات تساعد الزبون على التمييز بين ما يحتاجه من خدمات	
					34. يوفر المصرف ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن.	
					35. تصل جهود المصرف الترويجية للزبائن بشكل مؤثر.	
					36. تهتم إدارة المصرف بشكاوى واستفسارات العملاء.	
					37. موظفو المصرف على استعداد تام لتقديم المساعدة.	
					38. يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء.	
					39. يرد المصرف على طلبات الزبائن بشكل مريح.	
					40. يساعد تصميم المصرف على تقديم الخدمات بسهولة.	

					41. يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم المصرف ويدون تجاوزه.
					42. التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز
					43. تستخدم المصرف معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة
					44. التصميم الداخلي للشركة يوفر جواً مريحاً لك
					45. تهتم المصرف بالنظافة والإضاءة والتكييف.
					46. مواقع المصرف المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول إليها بسهولة
					47. أسعار الخدمات المقدمة واضحة
					48. توافر التجهيزات في المصرف التقنيات اللازمة للزبائن
					49. يحافظ المصرف على خصوصية المعاملات
					50. ينشر المصرف تقارير واضحة عن الأنشطة الاستثمارية التابعة له.
					51. يوضح المصرف مميزات الخدمات المصرفية

تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات

"دراسة ميدانية على المستشفيات الخاصة في جبلة"

□ ملخص □

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة بمدينة جبلة، معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي ومراجعة الأدبيات ذات الصلة. كما تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 20 لتحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته.

أظهرت النتائج أن المستشفيات الخاصة في جبلة تعاني من ضعف في الرقابة الاستراتيجية، حيث تقتصر إلى القدرة على رصد التغيرات واتخاذ القرارات الفعالة، بالإضافة إلى قصور في التدريب وتحسين العمليات. كما تعاني من ضعف في إدارة الأزمات، يتجلى في غياب الخطط المتخصصة وضعف التعاون مع الجهات الأخرى.

خلصت الدراسة إلى ضرورة تعزيز الرقابة الاستراتيجية في هذه المستشفيات من خلال تحسين آليات الرصد واتخاذ القرارات بسرعة وكفاءة، وتوفير التدريب المستمر وتعزيز الابتكار. كما يُوصى بوضع خطط شاملة لإدارة الأزمات وتشكيل فرق متخصصة وتعزيز التعاون مع المستشفيات الأخرى.

الكلمات المفتاحية: الرقابة الاستراتيجية، رقابة الاستشعار، رقابة اتخاذ القرار، رقابة الممارسة، رقابة التعلم، إدارة الأزمات.

The Impact Of Strategic Agility On Crisis Management

A Field Study On Private Hospitals In "Jableh"

□ ABSTRACT □

This study aimed to explore the impact of strategic agility on crisis management in private hospitals in Jableh city, relying on the descriptive analytical approach and reviewing the relevant literature. The data were also analyzed using SPSS 20 to achieve the research objectives and test its hypotheses.

The results showed that private hospitals in Jableh suffer from weak strategic agility, as they lack the ability to monitor changes and make effective decisions, in addition to deficiencies in training and improving operations. They also suffer from weak crisis management, manifested in the absence of specialized plans and weak cooperation with other parties.

The study concluded that strategic agility should be enhanced in these hospitals by improving monitoring mechanisms and making decisions quickly and efficiently, providing continuous training and promoting innovation. It is also recommended to develop comprehensive crisis management plans, form specialized teams and enhance cooperation with other hospitals.

Keywords: Strategic Agility, Sensing Agility, Decision Agility, Practice Agility, Learning Agility, Crisis Management.

1- مقدمة (Introduction): تُعد إدارة الأزمات من أبرز التحديات التي تواجه المنظمات الصحية، خصوصاً المستشفيات الخاصة، حيث تتطلب استراتيجيات فعالة للتعامل مع المواقف الحرجة التي تهدد استمراريته وجودتها. تشمل الأزمات المحتملة الكوارث الطبيعية والأزمات المالية والإدارية، مما يستدعي وضع خطط سريعة ومنظمة لضمان سلامة المرضى وموظفي المستشفى.

تظهر الرقابة الاستراتيجية كعامل محوري في تحسين إدارة الأزمات، حيث تشير إلى قدرة المنظمة على الاستجابة السريعة والمرنة للتغيرات والضغوطات الداخلية والخارجية. من خلال تعزيز القدرة على اتخاذ القرارات الفعالة، يمكن للمستشفيات الخاصة في جبلة تجاوز الأزمات بنجاح.

تتضمن العلاقة بين الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات تأثيرات متبادلة، إذ تسهم الرقابة في تحسين استراتيجيات إدارة الأزمات، مما يعزز المرونة والكفاءة في التعامل مع القضايا الطارئة. لذا، فإن فهم كيفية تطبيق مبادئ الرقابة الاستراتيجية لتعزيز إدارة الأزمات في المنظمات الصحية يشكل أساساً مهماً لدراستنا الميدانية.

وانطلاقاً من هنا جاءت فكرة البحث عن تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة (مستشفى الحكمة التخصصي، مستشفى الأسد الجراحي، مستشفى النور التخصصي) في جبلة.

2- مشكلة البحث (Research Problem): تواجه المستشفيات الخاصة (مستشفى الحكمة التخصصي، مستشفى الأسد الجراحي، مستشفى النور التخصصي) في جبلة تحديات كبيرة نتيجة للأزمات المستمرة التي تعصف بالقطاع الصحي في سوريا، مما أدى إلى تدهور الخدمات الصحية

المقدمة للمرضى. ومنذ بداية الحرب، تأثرت هذه المنظمات بشكل ملحوظ، مما استدعى البحث عن حلول فعالة للتعامل مع الأزمات المتكررة. وقد أظهرت الملاحظات الميدانية للباحث وجود عدة ظواهر سلبية تؤثر على جودة الخدمات الصحية، مثل التأخير في تقديم الرعاية، ونقص الكوادر الطبية المؤهلة، ونقص المواد والأجهزة الطبية اللازمة.

في هذا السياق، يبرز مفهوم "الرقابة الاستراتيجية" كأحد العوامل المحتملة لتحسين قدرة المستشفيات على إدارة الأزمات بكفاءة وفعالية. تُظهر الرقابة الاستراتيجية القدرة على التكيف السريع مع الظروف المتغيرة والاستجابة الفعالة للأزمات، مما يساهم في تقليل آثارها السلبية.

تتمثل مشكلة البحث في دراسة العلاقة بين الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة، ويسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس: هل هناك تأثير معنوي للرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في هذه المستشفيات؟ وتتفرع عنه الأسئلة التالية:

- 1- هل هناك تأثير معنوي لرقابة الاستشعار في إدارة الأزمات في هذه المستشفيات؟
- 2- هل هناك تأثير معنوي لرقابة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات في هذه المستشفيات؟
- 3- هل هناك تأثير معنوي لرقابة الممارسة (التطبيق) في إدارة الأزمات في هذه المستشفيات؟
- 4- هل هناك تأثير معنوي لرقابة التعلم في إدارة الأزمات في هذه المستشفيات؟

3- أهمية البحث (Research Importance):

1/3- الأهمية النظرية (Theoretical Importance): تتجلى الأهمية النظرية لهذا البحث في استكشاف العلاقة بين الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة، وهو موضوع ذو أهمية متزايدة في ظل الظروف الراهنة التي تمر بها المنظمات الصحية السورية. حيث تمثل إدارة الأزمات أحد التحديات الرئيسية التي تواجه هذه المنظمات، مما يستدعي ضرورة فهم العوامل التي تعزز من قدرتها على التكيف والاستجابة الفعالة. يقدم البحث إطاراً نظرياً شاملاً حول دور الرقابة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة (رقابة الاستشعار، رقابة اتخاذ القرار، رقابة الممارسة، ورقابة التعلم) وكيفية تأثيرها على إدارة الأزمات. هذا الإطار يساهم في إثراء الأدبيات

العلمية المتعلقة بإدارة الأزمات ويعزز من الفهم الأكاديمي للرشاقة الاستراتيجية كأداة فعالة في تحسين الأداء المؤسسي.

2/3- الأهمية العملية (Practical Importance): تتمثل الأهمية العملية للبحث في تركيزه على القطاع الصحي، ولا سيما المستشفيات الخاصة في جبلة، وهو قطاع حيوي يتطلب استراتيجيات فعالة للتعامل مع الأزمات. يوفر البحث معلومات قيمة لمتخذي القرارات في هذه المستشفيات، مما يساعدهم على تعزيز استعدادهم وقدرتهم على مواجهة التحديات والأزمات المتكررة. من خلال إجراء دراسة ميدانية، يسعى البحث إلى معالجة الفجوات القائمة بين المستشفيات الخاصة في المنطقة، مما يساهم في تبادل الخبرات والدروس المستفادة. كما يمكن أن تستفيد المنظمات الصحية الأخرى في المناطق ذات الظروف المشابهة من النتائج والتوصيات التي سيتوصل إليها هذا البحث، مما يعزز من فعالية استراتيجيات إدارة الأزمات في القطاع الصحي بشكل عام.

4- أهداف البحث (Research Objectives): يسعى البحث لتحقيق الأهداف الرئيسية الآتية:

- الهدف الرئيس الأول: تحديد مدى توافر الرشاقة الاستراتيجية في المستشفيات الخاصة في جبلة.
- الهدف الرئيس الثاني: تحديد مدى تطبيق إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.
- الهدف الرئيس الثالث: تحديد مدى تأثير الرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة. وينبثق عن الهدف الثالث مجموعة من الأهداف وهي:
 - 1- تحديد إن كان هناك تأثير معنوي لرشاقة الاستشعار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.
 - 2- تحديد إن كان هناك تأثير معنوي لرشاقة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.
 - 3- تحديد إن كان هناك تأثير معنوي لرشاقة الممارسة (التطبيق) في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.

4- تحديد إن كان هناك تأثير معنوي لرقابة التعلم في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.

5- تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات التي يمكن في حالة الأخذ بها الاستفادة منها من قبل المستشفيات الخاصة في جبلة.

5- **فرضيات البحث (Research Hypotheses):** تمت صياغة الفرضية الرئيسة الآتية:
يوجد تأثير معنوي للرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة ؟
وينبثق عن الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- يوجد تأثير معنوي لرقابة الاستشعار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة؟
- 2- يوجد تأثير معنوي لرقابة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة؟
- 3- يوجد تأثير معنوي لرقابة الممارسة (التطبيق) في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة؟

4- يوجد تأثير معنوي لرقابة التعلم في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة ؟

6- **الدراسات السابقة (Previous Studies):**

1/6- **الدراسات العربية (Arabic Studies):**

• دراسة (إسبر، 2020) بعنوان **تقويم مدى ممارسة الرقابة الاستراتيجية لرفع**

فعالية إدارة الأزمات في شركة الساحل للغزل في جبلة

هدفت هذه الدراسة إلى تقويم مدى ممارسة الرقابة الاستراتيجية في شركة الساحل للغزل في جبلة، لتعزيز فعالية إدارة الأزمات. تشمل أهداف الدراسة تقييم جوانب مختلفة من الرقابة الاستراتيجية، مثل الاستشعار، وتدفق الموارد، واتخاذ القرار، والممارسة، والتعلم.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الأدبيات ذات الصلة، بالإضافة إلى المنهج الإحصائي الاستدلالي باستخدام برنامج SPSS 20 لتحليل البيانات المجمعة من المقابلات الشخصية والاستبيانات .

تعاني شركة الساحل للغزل من ضعف الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات بسبب الهيكل التنظيمي التقليدي الرأسي الذي يعيق تمكين الموظفين وبطيل اتخاذ القرار. كما تركز أساليب

التخطيط على القيادة المركزية، مما يحد من استجابة المنظمة للأزمات. يتطلب تحسين هذه الرقابة إعادة تقييم الهيكل التنظيمي وأساليب التخطيط لتعزيز فعالية إدارة الأزمات.

• دراسة (العنزي، 2022) بعنوان دور الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات السعودية /السعودية/

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات السعودية، من خلال تحديد مستوى تطبيق هذه الرقابة والصعوبات التي تواجهها، وكذلك العلاقة بين أبعادها وإدارة الأزمات. استخدم الباحث المنهج الوصفي الارتباطي، حيث تم توزيع استبانة مكونة من 40 عبارة على عينة من 142 قائداً أكاديمياً من ثلاث جامعات سعودية. ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن مستوى تطبيق الرقابة الاستراتيجية بجميع أبعادها (الحساسية الاستراتيجية، الالتزام الجماعي، المقدرات الجوهرية، وضوح الرؤية والتوجه الاستراتيجي) في إدارة الأزمات كان متوسطاً. كما تم تحديد الصعوبات التي تواجه تطبيق هذه الرقابة على أنها عالية. وأكدت النتائج وجود علاقة إيجابية طردية بين الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، مما يشير إلى أهمية تعزيز هذه الأبعاد لتحسين إدارة الأزمات في الجامعات السعودية.

2/6- الدراسات الأجنبية (Foreign Studies):

• دراسة (Myrvang and Yagmur, 2023) بعنوان تأثير الرقابة التنظيمية على عملية إدارة الأزمات والمرونة التنظيمية: مثال على قطاع الصحة.

The effect of organizational agility on crisis management process and organizational resilience: Health sector example.

هدفت الدراسة إلى استخدام نموذج المعادلة الهيكلية للكشف عن تأثير الرقابة التنظيمية على إدارة الأزمات والمرونة التنظيمية في المنظمات الصحية /إسطنبول/. وتم استخدام تصميم البحث الارتباطي، وهو منهجية بحث تستخدم لدراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر. ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن الرقابة التنظيمية تلعب دوراً هاماً وإيجابياً في إدارة الأزمات، حيث تؤثر بشكل كبير على المرونة التنظيمية أكثر من تأثيرها على إدارة الأزمات.

- دراسة (Alsheyyab, 2024) بعنوان أثر الرشاقة الاستراتيجية على إدارة الأزمات في قطاع أمن الطاقة في الأردن.

The Impact of Strategic Agility on the Crisis Management of Energy Security sector in Jordan.

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير المرونة الاستراتيجية على قدرة القطاع على مواجهة الأزمات وتحقيق الاستدامة، من خلال فحص أبعاد الرشاقة الاستراتيجية مثل البصيرة الاستراتيجية، والتوجه نحو الاستجابة الداخلية والخارجية، وقدرة الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات. تم قياس إدارة الأزمات عبر مؤشرات متعددة تشمل اكتشاف إشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء الأضرار، ونشاط الترميم والتعلم. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي مع عينة عشوائية من 200 مدير من أصل 1622 في الشركات الأردنية. وتم تحليل البيانات باستخدام تحليل المعادلة الهيكلية (SEM) عبر برنامج SMART-PLS 4. ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث وجود تأثير كبير للبصيرة الاستراتيجية والتوجه نحو الاستجابة الخارجية وقدرة الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات على إدارة الأزمات، بينما لم يُظهر التوجه نحو الاستجابة الداخلية تأثيراً ملحوظاً. تقدم الدراسة توصيات مهمة لمديري القطاع لتعزيز المرونة الاستراتيجية وتحسين إدارة الأزمات بفعالية وكفاءة.

- اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة: تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على تأثير الرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات ضمن بيئة جديدة، وهي المستشفيات الخاصة في جيلة. تُعدّ هذه الدراسة ذات أهمية خاصة في ظل الظروف الراهنة التي تمر بها البلاد، نظراً للدور الحيوي الذي تلعبه هذه المستشفيات في تقديم الرعاية الصحية والإسعافية للمواطنين. كما تُعدّ هذه القضية من الموضوعات التي لم تحظَ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين.

يتوقع أن تسهم الدراسة في تقديم توصيات واضحة لتحسين الاستعداد لمواجهة الأزمات المستقبلية، بالإضافة إلى تحديد نقاط الضعف والتحسين في إدارة الأزمات، مما يوجه الجهود نحو

تعزيز هذه الجوانب. كما يُنتظر أن تُثري الدراسة المعرفة والتطبيق في مجالات الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات.

الاختلاف الرئيسي عن الدراسات السابقة هو أن هذه الأخيرة لم تتناول تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات داخل المستشفيات الخاصة في جبلة، وفقاً لما هو متاح للباحث.

الإطار النظري (Theoretical Framework)

أولاً: الرقابة الاستراتيجية (Strategic Agility):

1- مفهوم الرقابة الاستراتيجية (Strategic Agility Concept):

ظهر مصطلح "الرقابة الاستراتيجية" لأول مرة في أوائل التسعينيات، حيث تم تقديمه في عام 1991م من قبل معهد بحوث أياكوكا (Iacocca) بدعم من الحكومة الأمريكية. وقد جاء هذا المصطلح في تقرير بعنوان "استراتيجية مؤسسة التصنيع في القرن الحادي والعشرين من وجهة نظر خبراء الصناعة"، الذي أكد على ضرورة اعتماد استراتيجيات رشيقة لتتيح للمنظمات التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال. (Park, 2011, P27) (Kale et al, 2019, P278) في عام 1993، قدم بيتر دراكر (Peter Drucker) مفهوم "المنظمة الرشيقة"، مشيراً إلى أهمية تعزيز المرونة والقدرة على الاستجابة في المنظمات الحديثة. وقد كان لهذا المفهوم تأثير كبير على تطوير استراتيجيات العمل داخل المنظمات. في نفس العام، تم تعريف الرقابة الاستراتيجية لأول مرة في دراسة (Goldman and Nagel, 1993) على أنها قدرة المنظمة على تحقيق الربح في بيئة تنافسية تتميز بالتغيرات المستمرة وغير المتوقعة. (Badway and 2023, P118) (Elsanhawy,

بينما عرّف (Alsheyyab et al, 2024, P4775) الرقابة الاستراتيجية بأنها قدرة المنظمة على التعرف على التغيرات في بيئة الأعمال من خلال تحليل الفرص والتهديدات، ومن ثم تقديم استجابة سريعة وفعالة عبر إعادة تنظيم الموارد والعمليات والاستراتيجيات. تعكس هذه القدرة قدرة المنظمة على التكيف مع الظروف المتغيرة وتحقيق الاستفادة القصوى من الفرص المتاحة، مما يعزز من قدرتها التنافسية واستدامتها في السوق.

مما سبق توصل الباحث إلى تعريف الرشاقة الاستراتيجية: بأنها "القدرة الديناميكية للمنظمات على التكيف السريع والفعال مع التغيرات البيئية والسوقية، من خلال تحليل الفرص والتهديدات، وإعادة تنظيم الموارد والعمليات والاستراتيجيات بما يضمن تحقيق الأهداف طويلة المدى والبقاء الناجح في بيئات العمل المتغيرة".

2- أهمية الرشاقة الاستراتيجية (The Importance Of Strategic Agility):

وفقاً لـ (Alsharah, 2020, P29-43) (عبد الحسن، 2022، ص255) ، تُعد الرشاقة الاستراتيجية عنصراً حيوياً للشركات في العصر الحديث، حيث تتيح لها القدرة على الاستشعار والتفاعل مع متطلبات البيئة المتغيرة. كما تعزز هذه الرشاقة من قدرة المنظمات على الصمود والاستعداد لمواجهة الظروف المتغيرة، مما يسهل الاستجابة الفعالة لمختلف التحديات البيئية.

تشمل الفوائد الرئيسية للرشاقة الاستراتيجية تحسين المرونة وزيادة سرعة وكفاءة الأداء، مما يشكل ميزة تنافسية فعالة. تتيح هذه القدرة للمنظمات على التكيف السريع مع الظروف والمتغيرات المستقبلية، وتعزيز العمل الجماعي وتقوية العلاقات طويلة الأمد مع أصحاب المصلحة، الأمر الذي يساهم في تلبية احتياجاتهم.

علاوة على ذلك، فإن الرشاقة الاستراتيجية تُعزز تدفق المعلومات داخل المنظمة، مما يُساهم في استغلال الفرص المتاحة بكفاءة وإدارة المخاطر الناجمة عن التغيرات غير المتوقعة. كما تساعد المنظمات على أن تظل متقدمة على المنافسين من خلال استغلال الفرص المتاحة تحت ظروف متغيرة، مما يعزز الأداء العام ويشجع على الابتكار والاستجابة السريعة للتغيرات.

بالتالي، يستنتج الباحث إن الرشاقة الاستراتيجية تمثل ضرورة حتمية للمنظمات التي تسعى لتحقيق استدامتها وكفاءتها في بيئة تتسم بالتغير المستمر والتنافس الشديد. إذ أن قدرتها على التحول والتجديد دون فقدان مكانتها في السوق تساهم بشكل كبير في تحقيق الأهداف التنموية والنمو الاقتصادي على مستوى أوسع.

3- أبعاد الرشاقة الاستراتيجية (Dimensions Of Strategic Agility):

تناولت الأدبيات العلمية أبعاد الرشاقة الاستراتيجية، حيث تختلف هذه الأبعاد حسب سياق البحث والمتغيرات المعتمدة. يُعدُّ هذا التباين طبيعياً نظراً لطبيعة مفهوم الرشاقة، الذي يُفهم كحالة ديناميكية وليست منهجاً ثابتاً. وعندما يتم تحويل الرشاقة إلى منهجية صارمة، فإنها تفقد خصائصها الأساسية وقدرتها على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال.

يوضح الجدول أبعاد الرشاقة الاستراتيجية كما تم تناولها في الأدبيات العلمية السابقة

أسم الباحث	أبعاد الرشاقة الاستراتيجية
The Manufacturer, 2013	التخطيط، التنظيم، الأفراد، التكنولوجيا
Doz and Kosonen, 2010	الحساسية الاستراتيجية، وحدة القيادة، سيولة الموارد وتقنية المعلومات
Koçyiğit, 2020	السرعة، الاستجابة، المرونة، الكفاءة
Emotions and Loyalty, 2021	التخطيط، التنظيم، التكنولوجيا، الأفراد، وضوح الرؤية، المقدرات الجوهرية، المسؤولية المشتركة، سرعة الاستجابة
Badway and Elsanhawy, 2023	الاستشعار، الاستجابة، الكفاءة
Elali, 2021	الحساسية الاستراتيجية، الالتزام الجماعي، سيولة الموارد
Alshawabekh, 2019	وضوح الرؤية، المقدرات الجوهرية، تحديد الأهداف الاستراتيجية، المسؤولية المشتركة، اتخاذ الإجراءات
Ludviga and Kalvina, 2023	رشاقة الاستشعار، رشاقة اتخاذ القرار، رشاقة الحركة
Alsheyyab et al, 2024	الرؤية الاستراتيجية، التوجه نحو الاستجابة الداخلية، التوجه نحو الاستجابة الخارجية، قدرة الموارد البشرية، قدرة تكنولوجيا المعلومات

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

وقد تناول عدد من الباحثين، مثل (Park, 2011, P92) (Badway 2023, P120) (and Elsanhawy, (إسبر، 2020، ص408) (الوهيبي و شعيل، 2020، ص300) عدة أبعاد رئيسية للرقابة الاستراتيجية، تشمل: رقابة الاستشعار، رقابة اتخاذ القرار، ورقابة الممارسة. بالإضافة إلى هذه الأبعاد الثلاثة، تم إدراج بُعد إضافي هو رقابة التعلم. والذي يعزز قدرة المنظمة على استخلاص الدروس من التجارب السابقة بسرعة وفعالية، يمكن هذا البعد المنظمات من الاستجابة السريعة للأحداث الطارئة حتى قبل حدوثها. تشكل هذه الأبعاد مجتمعة إطاراً متكاملًا يسهم في تعزيز مرونة المنظمات في مواجهة التحديات المتزايدة في بيئات الأعمال الديناميكية.

1/3- رقابة الاستشعار (Sensing Agility): الأساس الحيوي للرقابة الاستراتيجية، تُعد رقابة الاستشعار عنصراً أساسياً يُبنى عليه باقي عناصر الرقابة الاستراتيجية، حيث تتضمن الأنشطة المرتبطة بالمسح الاستراتيجي للأحداث البيئية التي قد تؤثر بشكل كبير على استراتيجية المنظمة وأدائها. وفقاً لـ (Park, 2011, P93)، فإن رقابة الاستشعار تشير إلى قدرة المنظمة على استشعار الفرص والتهديدات في السوق بشكل فعال وفي الوقت المناسب، مما يعني ضرورة مراقبتها المستمرة للبيئة المحيطة بها والتعرف على الأحداث المهمة التي قد تؤثر على أدائها. تبدأ عملية الاستشعار بفهم شامل للبيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، وهو ما يسهم في إدراك الاتجاهات المتغيرة ومصادرها وأنواعها وخصائصها. (Seo and Paz, 2008, P136) من خلال هذه الخطوة الأساسية، تتمكن المنظمة من جمع المعلومات حول التغيرات البيئية وتصنيفها بناءً على قواعد محددة مسبقاً، مما يعزز قدرتها على التفاعل بفعالية مع تلك التغيرات.

من خلال دمج هذه الأفكار، يتضح أن رقابة الاستشعار ليست مجرد عملية رصد، بل هي نظام متكامل يتطلب فهماً عميقاً للبيئة المحيطة وقدرة على التحليل والتنبؤ. إن قدرة المنظمة على استشعار التغيرات بفعالية وسرعة تُعدّ ضرورية للبقاء والنمو في بيئات الأعمال الديناميكية.

مما سبق توصل الباحث أن تعزيز رقابة الاستشعار يُعدّ خطوة حيوية لأي منظمة تسعى للنجاح في عالم متسارع التغيرات. إن الاستثمار في تقنيات جمع البيانات وتحليلها، بالإضافة إلى تطوير ثقافة تنظيمية تدعم التعلم المستمر، يمكن أن يساهم بشكل كبير في تحسين قدرة المنظمة على التكيف مع التحديات والفرص الجديدة. لذلك، ينبغي على القادة والممارسين في مجال الإدارة

الاستراتيجية أن يولوا اهتماماً خاصاً لرشاقة الاستشعار كعنصر محوري ضمن استراتيجياتهم لتحقيق النجاح المستدام.

2/3- رشاقة اتخاذ القرار (Agile Decision Making): تُعدّ عنصراً حيوياً في قدرة المنظمات على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة الأعمال. بعد استشعار هذه التغيرات، تبرز أهمية اتخاذ قرارات سريعة وفعالة تعتمد على المعلومات المستشعرة، مما يساعد المنظمات على تحديد الفرص والتهديدات في الوقت المناسب. تتضمن هذه العملية جمع وتنظيم وتقييم المعلومات ذات الصلة، مما يمكن المنظمة من وضع خطط عمل استراتيجية تهدف إلى تعظيم الفرص وتقليل تأثير التهديدات. (Park, 2011, P93)

تُعدّ عملية اتخاذ القرار محوراً أساسياً في الإدارة، حيث تتداخل مع جميع وظائفها. (حسين وحسين، 2020، ص194) يتطلب اتخاذ قرارات مدروسة مشاركة جميع المستويات الإدارية، مما يعزز من جودة القرارات ويساهم في تحقيق مستوى عالٍ من الرشاقة التنظيمية. (الصويحي، 2020، ص6) يعتمد نجاح رشاقة اتخاذ القرار على سرعة التنفيذ، إمكانية التطبيق الفعلي، والاستجابة السريعة للتغيرات. ومع ذلك، يجب على المنظمات تحقيق توازن بين المركزية وسرعة الاستجابة. إن مشاركة العاملين في صنع القرار قد تؤدي إلى تحسين جودة القرارات، لكنها قد تؤثر سلباً على سرعة اتخاذها، مما يستدعي دور القيادة في تحقيق هذا التوازن لضمان فعالية العملية.

من وجهة نظري كباحث، تُعدّ رشاقة اتخاذ القرار أمراً حاسماً في تعزيز القدرة التنافسية للمنظمات. إن الاستثمار في تطوير آليات اتخاذ القرار السريعة والفعالة يساهم بشكل كبير في تمكين المنظمات من الاستجابة بمرونة للتحديات والفرص المتاحة، وبالتالي تعزيز قدرتها على البقاء والنمو في بيئات العمل الدينامية.

3/3- رشاقة الممارسة- التطبيق (Agility Practice- Application): تُعدّ رشاقة الممارسة مرحلة حيوية بعد اتخاذ القرارات المستندة إلى المعلومات المستشعرة والمحلة، حيث تركز على تنفيذ تلك القرارات من خلال إعادة تنظيم الموارد وتعديل العمليات التجارية. تشمل هذه الرشاقة تعديلات في العمليات التجارية وإعادة تصميم الهيكل التنظيمي، بالإضافة إلى تنفيذ استراتيجيات تنافسية جديدة مثل تقديم منتجات أو نماذج تسعير مبتكرة. وفقاً لـ (Park, 2011, P24-29)،

تتعلق رشاقة الممارسة بإعادة تشكيل الموارد التنظيمية بشكل ديناميكي وتعديل العمليات وفقاً لخطط العمل.

من منظور (Sherehiy, 2008) ، تعني رشاقة الممارسة (التطبيق) تنفيذ المهام المتعلقة بالتكيف مع التغيرات بكفاءة عالية، مع التركيز على سرعة تعديل الإنتاج وطرح الخدمات الجديدة. وفي هذا السياق، تلعب نظم المعلومات دوراً محورياً في تمكين المنظمات من الاستجابة بسرعة من خلال توفير معلومات دقيقة وكافية، كما أشار إليه. (Seo and Paz, 2008, P137)

مما سبق توصل الباحث أن تعزيز رشاقة الممارسة يعد أمراً أساسياً للمنظمات التي تسعى للبقاء في المنافسة. يتطلب ذلك استثماراً في تطوير نظم المعلومات وتعزيز الثقافة التنظيمية التي تدعم الابتكار والتكيف السريع مع التغيرات. إن القدرة على إعادة تشكيل الموارد والعمليات بشكل ديناميكي يمكن أن تمنح المنظمات ميزة تنافسية كبيرة في بيئات الأعمال المتغيرة.

4/3- رشاقة التعلم (Learning Agility): تُعد من العوامل الجوهرية التي تعزز قدرة المنظمات الرشيقة على التكيف مع الظروف المتغيرة والأزمات. تشير الدراسات إلى أن قدرة المنظمة على الأداء في مواقف جديدة وغير متوقعة تُعزز من خلال التعلم الرشيق، الذي يُعد نقطة قوة في مواجهة التهديدات وتجاوز نقاط الضعف، واستغلال الفرص المتاحة. (إسبر، 2020، ص409) وفقاً لرؤية (Raut et al, 2022, P648)، فإن رشاقة التعلم تعكس قدرة القوى العاملة على التكيف السريع والاستجابة الإيجابية للتغيرات البيئية، حيث يتمتع الأفراد بعقلية إيجابية تجاه التعلم المستمر وتحسين الأداء من خلال تطوير مهاراتهم في التحليل وحل المشكلات. كما يُظهر هؤلاء الموظفون استباقية في التعلم، حيث يتنبؤون بالتحديات المحتملة ويبدأون في اتخاذ الإجراءات اللازمة لمعالجتها.

من وجهة نظري كباحث، تُعد رشاقة التعلم عنصراً حاسماً في تعزيز قدرة المنظمات على البقاء والنمو في بيئات العمل الديناميكية. إن الاستثمار في تطوير مهارات التعلم والتكيف لدى القوى العاملة يُسهم بشكل كبير في تحقيق المرونة والابتكار، مما يضمن استجابة فعالة للأزمات والتغيرات المستمرة.

ثانياً: إدارة الأزمات (Crisis Management)

1- مفهوم إدارة الأزمات (Crisis Management Concept)

تعود أصول كلمة "أزمة" (Crisis) إلى الكلمة اللاتينية "Krinein" التي تعني "أن تقرر"، مما يشير إلى أن الأزمة تمثل لحظة حاسمة تتطلب اتخاذ قرار. في اللغة الصينية، تُعدّ كلمة (危机) WEIJI (") عن مفهوم الأزمة من خلال دمج كلمتين: ("Wei") التي تعبر عن الخطر، و ("Ji") التي تمثل الفرصة المحتملة لاستثمارها لتفادي هذا الخطر (Maher and Jahaniam, 2016) (إسبر، 2020، ص409)

وفقاً لـ (أحمد، 2013، ص18) يُعدّ مفهوم الأزمة شائع الاستخدام في مختلف المجالات، مما يجعل من الصعب وضع تعريف شامل له. كما أشار تشارلز ما كلياند إلى التحديات المرتبطة بتعريف الأزمة بسبب تنوع الدراسات التي تناولت هذا الموضوع. وفقاً لـ (Canyon, 2020, P5) ، فإن إدارة الأزمات تُعدّ عملية تتضمن تحديد وتقييم الأضرار الناتجة عنها، واتخاذ التدابير اللازمة للسيطرة عليها.

إدارة الأزمات، كما يوضح (Alsheyyab et al, 2024, P4776)، تشمل مجموعة من الأساليب الإدارية المنهجية التي تتضمن التحضير والتخطيط لمواجهة الأزمات، بالإضافة إلى تفعيل استراتيجيات فعالة للاستجابة السريعة عند حدوثها. تركز هذه الإدارة على مراحل متعددة تبدأ من الاستعداد والتخطيط، مروراً بالتعامل مع الأزمة، وصولاً إلى التعافي وإعادة البناء.

مما سبق توصل الباحث إن إدارة الأزمات هي العملية المنهجية التي تتضمن التحضير المسبق والتخطيط لمواجهة الأزمات، وتقييم الأضرار الناجمة عنها، واتخاذ قرارات استراتيجية فعالة لضمان استجابة سريعة وفعالة، مما يساهم في الحد من تأثير الأزمات على الأرواح والممتلكات والمجتمع بشكل عام.

2- مراحل إدارة الأزمات (Crisis Management Stages)

تتعدد النماذج النظرية التي تناولت مراحل تطور الأزمات، حيث تسلط الضوء على العمليات والاستراتيجيات المختلفة التي يمكن تبنيها للتعامل مع الأزمات بفعالية. يعكس هذا التنوع أهمية فهم الديناميكيات المعقدة للأزمات وكيفية إدارتها بشكل متكامل.

اسم الباحث	مراحل إدارة الأزمات
Arnold, 1980	مرحلة الصدمة، مرحلة إنكار الأزمة، مرحلة الاعتراف بالأزمة، ومرحلة التكيف
Mitroff, 1987	مرحلة ما قبل الأزمة، مرحلة الأزمة، مرحلة ما بعد الأزمة
Slatter, 1993	مرحلة إنكار الأزمة، مرحلة إخفاء الأزمة، مرحلة تحليل الأزمة، ومرحلة الانهيار التنظيمي
Aliwa, 2003	المرحلة التحذيرية، مرحلة نشوء الأزمة، مرحلة انفجار الأزمة، مرحلة انحسار الأزمة
Muhammad, 2011	مرحلة الميلاد، مرحلة النمو، مرحلة النضج، مرحلة الانحسار، ومرحلة الاختفاء
Al-Lami and Al-Issawi, 2015	مرحلة تجنب الأزمة، التهيئة لإدارة الأزمة، الاعتراف بوجود أزمة، مرحلة احتواء الأزمة، مرحلة حل الأزمة، مرحلة الاستفادة من الأزمة
Smith, 2021	التخطيط والاستعداد والاستجابة للأزمات والتعامل مع الآثار الناجمة عنها
Saflo, 2023	اكتشاف إشارات الإنذار، الاستعداد والوقاية، احتواء الأضرار والحد منها، استعادة النشاط، التعلم
Jawad, 2024	مرحلة التخفيف، مرحلة الاستعداد، مرحلة التصدي للأزمة، مرحلة الاستجابة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

مما سبق توصل الباحث إلى تباين النماذج التي تناولت مراحل إدارة الأزمات، ولكنها عموماً تشمل أربع مراحل رئيسية: مرحلة ما قبل الأزمة، والوقاية والاستعداد، وأثناء الأزمة، وما بعد الأزمة، حيث تركز كل مرحلة على استراتيجيات محددة لتعزيز قدرة المنظمات على التعامل الفعال مع الأزمات.

بحسب (إسبر، 2020، ص410)، تمر الأزمات بمراحل متعاقبة تتباين فيها ظروف فهمها وشدتها. وقد تعددت تصنيفات مراحل الأزمات وفقاً لتشخيص الكتاب والباحثين لظروف معالجتها. في هذا الإطار، قدم (Mitroff, 1987) نموذجاً لمراحل إدارة الأزمات، حيث يشير إلى أن اتباع المنهج العلمي في إدارة الأزمات يساهم في تجنب ردود الفعل العشوائية، مما يعزز قدرة المنظمة على التعامل بفعالية مع الأزمات.

1- مرحلة قبل الأزمة وتهتم بالمنع والتحضير: تتضمن اكتشاف الإنذار المبكر وتقدير الخطر والاعتراف به وتفسيره

2- مرحلة الوقاية والاستعداد: تتضمن تطوير استراتيجيات تساعد على المنع وتهيئة فريق إدارة الأزمة.

3- مرحلة أثناء الأزمة: وتهتم بالسيطرة على الأزمة.

4- مرحلة ما بعد الأزمة: وهي تهتم بالتعلم من الأزمة واستخلاص الدروس والعبر المستفادة.

3- استراتيجيات إدارة الأزمات (Crisis Management Strategies)

بحسب (Saflo et al, 2023, P15) فإن الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات هي أساليب واستراتيجيات غير تقليدية تتناسب مع روح العصر الحديث، وتستخدم في الأزمات. من بين هذه الاستراتيجيات الحديثة:

1- استراتيجية تجزئة الأزمة: تعتمد على تحليل دقيق للعوامل المسببة للأزمة وتقسيم تأثيرها إلى أجزاء قابلة للحل، مما يساعد في محاصرة الأزمة وتقليل ضغوطها. (Saflo et al, 2023, P15)

2- استراتيجية تغيير مسار الأزمة: تُستخدم عند تصاعد الأزمات الحادة، حيث يتم تحويل مسار الأزمة إلى مجال آخر أكثر فعالية لتخفيف آثارها. (Saflo et al, 2023, P15)

3- استراتيجية احتواء الأزمة: تركز على محاصرة الأزمة في نطاق ضيق من خلال الحوار والتفاهم، مما يساعد على تقليل تأثيرها السلبي. (أحمد، 2013، ص42)

4- استراتيجية إنهاء الأزمة: تهدف إلى إفراغ محتوى الأزمة من خلال عدم الاتفاق على مضمونها، مما يقلل من الضغوط المؤدية لنشوء الأزمة. (Saflo et al, 2023, P15)

- 5- استراتيجية تشكيل فرق العمل: تتطلب تشكيل فرق متعددة التخصصات لمناقشة الأزمات ووضع حلول سريعة، مما يعزز فعالية الاستجابة للأزمات المعقدة. (الخصيري، 2003، ص294)
 - 6- استراتيجية الاحتياطي التعبوي: تركز على تحديد نقاط الضعف لتكوين احتياطي وقائي يمكن استخدامه عند حدوث أزمة، مما يساهم في تعزيز جاهزية المنظمة. (أحمد، 2013، ص42)
 - 7- استراتيجية المشاركة الديمقراطية: تعزز الشفافية في التعامل مع الأزمات التي تتعلق بالعنصر البشري، مما يساهم في بناء الثقة بين الإدارة والموظفين. (أحمد، 2013، ص42)
 - 8- استراتيجية التدمير الذاتي للأزمة: تُستخدم في حالة غياب المعلومات، حيث يتم استهداف جوانب الأزمة الضعيفة للقضاء عليها واستقطاب قيادات جديدة. (الخصيري، 2003، ص294)
 - 9- استراتيجية الوفرة الوهمية: تعتمد على استخدام الأسلوب النفسي لتغطية الأزمات، مثل توفير المواد الغذائية بشكل مؤقت لتخفيف القلق العام. (Saflo et al, 2023, P15)
- بناءً على ما سبق، ركزت الدراسات السابقة على أنجح الاستراتيجيات الحديثة لمواجهة الأزمات التي اتفق عليها الباحثون، وهي: تجزئة الأزمة، احتواء الأزمة، تغيير مسار الأزمة، حشد الاحتياطيات، إنهاك الأزمة، وتشكيل فرق العمل. (Saflo et al, 2023, P15)

مما سبق توصل الباحث إن الاستراتيجيات الحديثة لإدارة الأزمات تظهر مرونة وفاعلية أكبر مقارنة بالاستراتيجيات التقليدية، حيث تتناسب مع تعقيدات الأزمات في العصر الحديث. من المهم أن تعتمد المنظمات على تحليل دقيق للأزمات وتشكيل فرق عمل متعددة التخصصات لضمان استجابة فعالة وسريعة. كما أن تعزيز الشفافية والمشاركة الديمقراطية يعد عنصراً حيوياً لبناء الثقة وتقليل التوترات خلال الأزمات.

4- أسباب فشل الأزمات (Reasons For The Failure Of Crises)

بحسب (بورزان، 2021، ص38) هناك ستة أخطاء أساسية في إدارة الأزمات تقود إلى الفشل

ينبغي تجنبها:

1- التجاهل الواضح لوجود أزمة، أو تأخير الاعتراف بوجود أزمة.

2- انعدام الشفافية والوضوح مع عملاء المنظمة.

3- تجنب مناقشة الموضوع مع فريق العمل وأصحاب المصالح.

4- عدم توثيق تفاصيل الأزمة والنتائج المترتبة عليها بشكل دوري.

5- عدم التواصل مع قاعدة العملاء المتضررة.

6- عدم الأمانة والتعهد بالتزامات لا يمكن تحملها.

مما سبق توصل الباحث إلى أن الأخطاء المذكورة تمثل تحديات حقيقية تواجه المنظمات أثناء الأزمات. من المهم أن تكون هناك استراتيجيات فعالة للتواصل وإدارة الأزمات لضمان استجابة سريعة وفعالة. توصل الباحث إلى بعض الأسباب الإضافية التي قد تساهم في فشل إدارة الأزمات، والتي تتضمن: (فشل القيادة، عدم التعلم من الأزمات السابقة، تجاهل الثقافة التنظيمية)

5- عوامل النجاح في إدارة الأزمات (Success Factors In Crisis Management)

بحسب (حلاق، 2020، ص68-66) يُعدّ الرصد العلمي الدقيق لعوامل النجاح في إدارة الأزمة ضرورياً، حيث يجب أن يركز على أهم العوامل التي لها صلة مباشرة بوقف الأزمة وبالمراحل المختلفة لتطورها. ويركز على العوامل الآتية:

1- الوقت: يُعدّ الوقت عنصراً حاسماً في إدارة الأزمات، حيث يؤثر بشكل مباشر على إدراك الأزمة وفعالية الاستجابة لها.

2- توفير المعلومات والبيانات: يتطلب النجاح توافر معلومات دقيقة حول الأنشطة والمخاطر المحتملة وتأثيراتها على المنظمة.

3- توفير نظم إنذار مبكر: يجب أن تكون هذه النظم فعالة ودقيقة لرصد علامات الخطر وإبلاغ متخذي القرار في الوقت المناسب.

4- الاستعداد الدائم لمواجهة الأزمات: يتضمن ذلك تطوير القدرات والخطط وتدريب الأفراد لضمان الاستجابة الفعالة للأزمات.

5- القدرة على حشد وتعبئة الموارد المتاحة: يتطلب تعظيم الوعي بالمخاطر بين الأعضاء وتحفيز العمل الجماعي لمواجهة التحديات.

6- توفير نظام اتصال يتسم بالكفاءة والفاعلية: يساهم نظام الاتصال الفعال في تسريع تدفق المعلومات وتعزيز التنسيق بين الأطراف المختلفة.

مما سبق توصل الباحث أن هذه العوامل أساسية لنجاح إدارة الأزمات، حيث أن تكاملها يساهم في تعزيز قدرة المنظمات على التكيف والاستجابة السريعة. التركيز على الوقت والمعلومات والاتصالات أمر بالغ الأهمية، مما يستدعي استثمار المنظمات في تطوير هذه الجوانب لضمان فعالية استجابتها للأزمات المستقبلية.

ثالثاً: تأثير الرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات (The Impact of Strategic

Agility on Crisis Management

تُعَدّ الرشاقة الاستراتيجية من العوامل الأساسية في تعزيز كفاءة إدارة الأزمات، حيث تتيح للمنظمات، مثل المستشفيات الخاصة، التكيف السريع مع التغيرات المفاجئة في بيئة العمل. من خلال اعتماد أساليب مرنة وابتكارية، تستطيع هذه المنظمات تحسين استجابتها للأزمات، مما يقلل من تأثيرها السلبي على الخدمات المقدمة. تساهم الرشاقة في تعزيز القدرة على اتخاذ قرارات مستندة إلى تحليل دقيق للبيانات، مما يعزز التنسيق بين الفرق المختلفة ويضمن استمرارية العمليات. كما تساهم في خلق ثقافة مؤسسية تدعم التعلم المستمر، مما يمكن المستشفيات من الاستفادة من التجارب السابقة وتطبيق الدروس المستفادة. بالتالي، فإن الرشاقة الاستراتيجية تعزز من قدرة المستشفيات الخاصة في جبلة على مواجهة التحديات وتحقيق نتائج إيجابية في أوقات الأزمات. (إعداد الباحث)

عرض البحث والمناقشة والتحليل (Presentation Of Research, Discussion

And Analysis

1- منهجية البحث (Research Methodology): تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لاستعراض وتحليل الأدبيات ذات الصلة بالموضوع من المراجع العربية والأجنبية. وتحليل البيانات المستخلصة، تم استخدام برنامج SPSS الإصدار 20. تم جمع البيانات من خلال إجراء مقابلات شخصية مع عينة محددة من المشاركين، بالإضافة إلى توزيع استبيان مصمم خصيصاً لجمع المعلومات اللازمة لدراسة العلاقة بين الرشاقة الاستراتيجية وإدارة الأزمات. وقد تم إعداد الاستبيان استناداً إلى الدراسات السابقة الموثوقة في الأدبيات العربية والأجنبية.

2- للتحقق من صدق الاستبيان (To Verify The Validity Of The Questionnaire): تم عرضه على مجموعة من الأكاديميين في كلية الاقتصاد لتقييم مدى ملاءمته لتحقيق أهداف البحث. وبناءً على ملاحظاتهم القيمة، تم إجراء التعديلات اللازمة لتحسين جودة الاستبيان وموثوقيته.

3- مجتمع البحث (Research Community): تمثل مجتمع البحث في المستشفيات الخاصة في جبلة.

4- عينة البحث (Research Sample): تكونت عينة البحث من مدراء الإدارة العليا والوسطى والدنيا، حيث تم اختيارهم على النحو الآتي:

مدراء الإدارة العليا: عددهم (3) مدير

مدراء الإدارة الوسطى: عددهم (9) مدير

مدراء الإدارة الدنيا: عددهم (17) مدير

5- الحدود المكانية (Spatial Boundaries): تشمل المستشفيات الخاصة (مستشفى الحكمة التخصصي، مستشفى الأسعد الجراحي، مستشفى النور التخصصي) في جبلة.

6- الحدود الزمنية (Time Limits): تم تنفيذ البحث خلال الفترة الممتدة من شهر تشرين أول إلى كانون أول لعام 2024.

7- أداة جمع البيانات (Data Collection Tool): تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لجمع البيانات والذي يتكون من خمسة نقاط لتقييم آراء المشاركين على الشكل الآتي:

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

النتائج والمناقشة (Results and discussion)

اختبار صدق وثبات المقياس: تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لتقييم ثبات المقياس، حيث تم حساب قيمة معامل الثبات لجميع عبارات الاستبانة بشكل مجمع، كما هو موضح بالجدول رقم (1).

الجدول (1) عدد العبارات الداخلة في الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات Case Processing Summary

	N	%
Valid Cases	29	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	29	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (2) إلى أن قيمة معامل ألفا كرونباخ الكلية بلغت 0.994، مما يدل على مستوى عالٍ من الثبات. نظراً لأن هذه القيمة تتجاوز 0.7، فإنها تشير إلى أن جميع العبارات المدرجة في الاستبانة تتمتع بموثوقية قوية، مما يستدعي عدم استبعاد أي عبارة من الاستبانة.

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.994	28

20 اصدار SPSS المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج

معامل ثبات متغيرات الدراسة كل على حدة: قام الباحث بحساب معامل ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة بشكل منفصل، حيث أظهرت النتائج الموضحة في الجدول (3) أن قيم معامل ألفا كرونباخ لجميع العبارات المستخدمة في قياس كل متغير كانت أعلى من 0.7، تشير هذه النتائج إلى وجود ثبات قوي للبيانات وصلاحيته، مما يستدعي عدم حذف أي عبارة من العبارات المستخدمة في الاستبانة.

الجدول (3) معامل ألف كرونباخ لكل متغير على حدة

المتغير المستقل	Cronbach's Alpha	N of Items	المتغير التابع	Cronbach's Alpha	N of Items
الرقابة الاستراتيجية	.990	16	إدارة الأزمات	.986	12

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20

المتوسطات ونتائج اختبار الوسط الحسابي المتعلقة ببندود استبانات البحث:

أولاً: فيما يتعلق ببندود استبانة محور الرقابة الاستراتيجية

جدول (4) المتوسطات ونتائج اختبار الوسط الحسابي المتعلقة ببندود محور الرقابة الاستراتيجية

المحور	السؤال	Mean	Sig
رقابة الاستثمار	1- تستطيع المستشفى تحديد التغييرات السريعة في بيئة العمل المحيطة بها؟	2.51	.000
	2- تعمل المستشفى على تحديد الفرص والتهديدات في الوقت المناسب؟	2.58	.003
	3- تشجع المستشفى الموظفين على الإبلاغ عن أي تغييرات ملحوظة في الأداء أو الخدمة؟	2.48	.000
	4- يتم إشراك جميع الإدارات في عمليات رصد المخاطر المحتملة؟	2.51	.000
رقابة اتخاذ القرار	5- تتخذ المستشفى قراراتها بدون تأخير لمواجهة الظروف المتغيرة؟	2.55	.000
	6- لدى المستشفى نظام واضح لتوزيع المسؤوليات عند اتخاذ القرارات الهامة؟	2.58	.003
	7- تستفيد المستشفى من المعلومات المتاحة بشكل فعال عند اتخاذ القرارات؟	2.58	.003
	8- تدعم الإدارة العليا اتخاذ القرارات بشكل لامركزي لحل المشاكل الطارئة؟	2.55	.001
رقابة الممارسة	9- تقوم المستشفى بتوفير التدريب والتطوير المهني للموظفين؟	2.68	.017
	10- يتم تنفيذ التغييرات بسرعة عندما يتطلب الأمر ذلك؟	2.62	.005
	11- تعمل المستشفى على تحسين العمليات الداخلية بانتظام لمواجهة التحديات الجديدة؟	2.48	.000
	12- تقوم المستشفى بتشجيع الابتكار والتجريب في أساليب العمل؟	2.44	.000
رقابة التعلم	13- تقوم المستشفى بشكل دوري في تقييم الأداء العام لتحديد الدروس المستفادة؟	2.62	.005
	14- تم تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لتعزيز مهارات الموظفين؟	2.62	.005
	15- تقوم المستشفى بمشاركة المعرفة والخبرات بين الفرق المختلفة داخل المستشفى؟	2.51	.000
	16- تقوم المستشفى بتوثيق التجارب الناجحة والفاشلة لتكون مرجعاً للمستقبل؟	2.48	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20

يتضح من الجدول السابق أنه على المنظمات محل البحث العمل على إحداث توافق مع جميع البنود الواردة فيه، حيث تبين أن هذه المنظمات لا تطبق البنود المتعلقة بالرقابة الاستراتيجية، وقد أظهرت نتائج اختبار كل بند أن القيمة المحسوبة لـ t كانت أقل من مستوى المعنوية المستخدم، ومتوسط درجات كل بند منخفض عن معيار المتوسط المستخدم (3).

فيما يتعلق ببندود استبانة محور إدارة الأزمات

تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات "دراسة ميدانية على المستشفيات الخاصة في جبلة"

جدول (5) المتوسطات ونتائج اختبار الوسط الحسابي المتعلقة ببند محور إدارة الأزمات

Sig	Mean	السؤال
.000	2.51	1- تهتم المستشفى برصد مؤشرات حدوث الأزمات وتحليلها؟
.005	2.65	2- يتم وضع سيناريوهات وخطط لإدارة الأزمات؟
.000	2.44	3- لدى المستشفى سيناريوهات متعددة تتناسب مع أي ظرف طارئ؟
.000	2.48	4- يتم التعامل مع الأزمات وفق المنهجية العلمية؟
.003	2.58	5- يقومون بتوفير الدعم اللازم للاستعداد للأزمات المتوقعة؟
.010	2.65	6- يتم اتخاذ التدابير اللازمة للتعامل مع الأزمات عند حدوثها؟
.000	2.48	7- يتوفر فريق إدارة الأزمات لمواجهة حالات نشوبها؟
.000	2.51	8- تقوم المستشفى باستخلاص العبر والدروس المستفادة من الأزمات السابقة؟
.000	2.48	9- يتم التعلم من تجارب الآخرين في التعامل مع الأزمات؟
.000	2.55	10- لدى المستشفى سجل خاص بالدروس المستفادة من الأزمات السابقة؟
.000	2.48	11- يوجد تعاون مشترك مع المستشفيات الخارجية ذات العلاقة في كيفية الاستعداد للأزمات والوقاية منها؟
.000	2.51	12- تعمل المستشفى على إجراء البحوث والدراسات في مجال إدارة الأزمات؟

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20

يتضح من الجدول السابق أنه على المنظمات محل البحث العمل على إحداث توافق مع جميع البنود الواردة فيه، حيث تبين أن هذه المنظمات لا تطبق البنود المتعلقة بإدارة الأزمات، وقد أظهرت نتائج اختبار كل بند أن القيمة المحسوبة لـ t كانت أقل من مستوى المعنوية المستخدم، ومتوسط درجات كل بند منخفض عن معيار المتوسط المستخدم (3).

2/3- اختبار الفرضيات:

من أجل اختبار الفرضيات قام الباحث بحساب معامل ارتباط بيرسون

1/2/3- اختبار الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير معنوي للرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة والجدول رقم (6) يوضح نتائج اختبارها.

جدول (6) معامل الارتباط بيرسون بين الرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات

إدارة الأزمات	الرقابة الاستراتيجية	
.978**	1	Pearson Correlation
.000		Sig. (2-Tailed)
29	29	N

Pearson Correlation	.978**	1
Sig. (2-Tailed)	.000	
N	29	29

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

جدول (7) تحليل الانحدار البسيط Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.978 ^a	.957	.955	.119

A. Predictors: (Constant), الرشاقة الاستراتيجية

مصدر البيانات في الجدولين (6) و (7): نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20 يتضح من الجدول (6) أن هناك تأثير معنوي للرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات. حيث أن 1- معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.978 ، وهو يدل على وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، وهذا الارتباط طردي. 2- إن مستوى المعنوية المحسوب أصغر من مستوى المعنوية المستخدم، كما يوضح الجدول (7) أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.957 (مما يعني أن 95.7% من التغيرات في إدارة الأزمات يتبع لتغيرات في الرشاقة الاستراتيجية) بناءً على ما سبق، نتوصل إلى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لأبعاد الرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات، مما يعني وجود تأثير كبير للرشاقة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة. 2/2/3- اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية: ف 1- يوجد تأثير معنوي لرشاقة الاستشعار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة والجدول رقم (8) يوضح نتائج اختبارها.

جدول (8) معامل الارتباط بيرسون بين رشاقة الاستشعار وإدارة الأزمات

	رشاقة الاستشعار	إدارة الأزمات
Pearson Correlation	1	.980**
Sig. (2-Tailed)		.000
N	29	29
Pearson Correlation	.980**	1

تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات "دراسة ميدانية على المستشفيات الخاصة في جبلة"

Sig. (2-Tailed)	.000	
N	29	29

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

جدول (9) تحليل الانحدار البسيط Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.980 ^a	.960	.959	.114

A. Predictors: (Constant), رقابة الاستشعار

مصدر البيانات في الجدولين (8) و (9): نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20 يتضح من الجدول (8) أن هناك تأثير معنوي لرقابة الاستشعار و إدارة الأزمات، حيث أن 1- معامل الارتباط بيرسون 0.980، وهو يدل على وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، وأن هذا الارتباط طردي. 2- إن مستوى المعنوية المحسوب أصغر من مستوى المعنوية المستخدم، كما يوضح الجدول (9) أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.960 (مما يعني أن 96% من التغيرات في إدارة الأزمات يتبع لتغيرات في رقابة الاستشعار) بناءً على ما سبق، نتوصل إلى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لرقابة الاستشعار في إدارة الأزمات، مما يعني وجود تأثير كبير لرقابة الاستشعار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة. 2/2/3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية: ف 2- يوجد تأثير معنوي لرقابة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة والجدول (10) يوضح نتائج اختباره.

جدول (10) معامل الارتباط بيرسون بين رقابة اتخاذ القرار وإدارة الأزمات

	رقابة اتخاذ القرار	إدارة الأزمات
Pearson Correlation	1	.963**
Sig. (2-Tailed)		.000
N	29	29
Pearson Correlation	.963**	1
Sig. (2-Tailed)	.000	
N	29	29

**. Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

جدول (11) تحليل الانحدار البسيط Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.963 ^a	.928	.925	.173

A. Predictors: (Constant), رشاقة اتخاذ القرار

مصدر البيانات في الجدولين (10) و (11): نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

يتضح من الجدول (10) أن هناك تأثير معنوي لرشاقة اتخاذ القرار وإدارة الأزمات، حيث أن 1- معامل الارتباط بيرسون 0.963 ، وهو يدل على وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، وأن هذا الارتباط طردي. 2- إن مستوى المعنوية المحسوب أصغر من مستوى المعنوية المستخدم، كما يوضح الجدول (11) أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.928 (مما يعني أن 92.8% من التغيرات في إدارة الأزمات تتبع لتغيرات رشاقة اتخاذ القرار)

بناءً على سبق، نتوصل إلى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لرشاقة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات، مما يعني وجود تأثير كبير لرشاقة اتخاذ القرار في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.

3/2/3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية: ف 3- يوجد تأثير معنوي لرشاقة الممارسة (التطبيق) في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة والجدول (12) يوضح نتائج اختبار.

جدول (12) معامل الارتباط بيرسون بين رشاقة الممارسة (التطبيق) وإدارة الأزمات

	رشاقة الممارسة	إدارة الأزمات
Pearson Correlation	1	.937**
Sig. (2-Tailed)		.000
N	29	29
Pearson Correlation	.937**	1
Sig. (2-Tailed)	.000	
N	29	29

**. Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

جدول (13) تحليل الانحدار البسيط Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.937 ^a	.877	.873	.199

A. Predictors: (Constant), (التطبيق), (الممارسة)

مصدر البيانات في الجدولين (12) و (13): نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

يتضح من الجدول (12) أن هناك تأثير معنوي لرقابة الممارسة في إدارة الأزمات، حيث أن 1- معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.937 وهو يدل على وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، وأن هذا الارتباط طردي. 2- إن مستوى المعنوية المحسوب أصغر من مستوى المعنوية المستخدم، كما يوضح الجدول (13) أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.877 (مما يعني أن 87.7% من التغيرات في إدارة الأزمات يتبع لتغيرات رقابة الممارسة)

بناءً على سبق، نتوصل إلى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لرقابة الممارسة في إدارة الأزمات، مما يعني وجود تأثير كبير لرقابة الممارسة في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جيلة.

4/2/3- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية: ف 4- يوجد تأثير معنوي لرقابة التعلم في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جيلة (الجدول (12) يوضح نتائج اختبار).

جدول (14) معامل الارتباط بيرسون بين رقابة التعلم وإدارة الأزمات

	رقابة التعلم	إدارة الأزمات
Pearson Correlation	1	.973**
Sig. (2-Tailed)		.000
N	29	29
Pearson Correlation	.973**	1
Sig. (2-Tailed)	.000	
N	29	29

** . Correlation Is Significant At The 0.01 Level (2-Tailed).

جدول (15) تحليل الانحدار البسيط Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.973 ^a	.947	.946	.129

A. Predictors: (Constant), رشاقة التعلم

مصدر البيانات في الجدولين (14) و (15): نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS إصدار 20

يتضح من الجدول (14) أن هناك تأثير معنوي بين رشاقة التعلم و إدارة الأزمات، حيث أن 1- معامل الارتباط بيرسون بلغ 0.973 وهو يدل على وجود ارتباط قوي بين المتغيرين، وأن هذا الارتباط طردي. 2- إن مستوى المعنوية المحسوب أصغر من مستوى المعنوية المستخدم، كما يوضح الجدول (15) أن قيمة معامل التحديد بلغت 0.947 (مما يعني أن 94.7% من التغيرات في إدارة الأزمات يتبع لتغيرات في رشاقة التعلم)

بناءً على ما سبق، نتوصل إلى رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير معنوي لرشاقة التعلم في إدارة الأزمات، مما يعني وجود تأثير كبير لرشاقة التعلم في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة.

4-النتائج والمقترحات (Results and suggestions)

الاستنتاجات (Conclusions): من خلال الدراسة الميدانية، تم التوصل إلى النتائج الآتية:

1- تبين وجود ضعف في تطبيق الرشاقة الاستراتيجية بأبعادها (رشاقة الاستشعار، رشاقة اتخاذ القرار، رشاقة الممارسة، رشاقة التعلم)، وإدارة الأزمات.

2- يوجد تأثير معنوي للرشاقة الاستراتيجية (رشاقة الاستشعار، رشاقة اتخاذ القرار، رشاقة الممارسة، رشاقة التعلم) في إدارة الأزمات، كان لرشاقة الاستشعار التأثير الأكبر معامل تحديد (0.960) تليها رشاقة التعلم (0.947) ثم رشاقة اتخاذ القرار (0.928) وأخيراً رشاقة الممارسة (0.877).

3- يوجد قصور كبير في رشاقة الاستشعار في المستشفيات الخاصة في جبلة : تعاني المستشفيات الخاصة في جبلة من ضعف في القدرة على تحديد التغيرات السريعة في بيئة العمل،

وتفتقر إلى آليات فعالة لرصد الفرص والتهديدات في الوقت المناسب. لا تُشجّع الموظفين على الإبلاغ عن التغييرات الملحوظة ولا تُشرك جميع الإدارات في رصد المخاطر المحتملة.

4- يوجد قصور كبير في رقابة اتخاذ القرار في المستشفيات الخاصة في جبلة: تواجه المستشفيات تأخيراً في اتخاذ القرارات لمواجهة الظروف المتغيرة، وتفتقر إلى نظام واضح لتوزيع المسؤوليات عند اتخاذ القرارات الهامة. لا تستفيد من المعلومات المتاحة بشكل فعال، ولا تدعم الإدارة اتخاذ القرارات اللامركزية لحل المشكلات الطارئة.

5- يوجد قصور كبير في رقابة الممارسة في المستشفيات الخاصة في جبلة: لا توفر المستشفيات التدريب والتطوير المهني للموظفين، وتُظهر بطئاً في تنفيذ التغييرات الضرورية. كما تُقصر في تحسين العمليات الداخلية بانتظام ولا تُشجّع الابتكار والتجريب في أساليب العمل.

6- يوجد قصور كبير في رقابة التعلم في المستشفيات الخاصة في جبلة: لا تُقيم المستشفيات الأداء بشكل دوري لاستخلاص الدروس المستفادة، ولا تنظم ورش العمل لتعزيز المهارات. لا تُشارك المعرفة بين الفرق المختلفة ولا تُوثق التجارب الناجحة والفاشلة كمرجع مستقبلي.

7- يوجد قصور كبير في إدارة الأزمات في المستشفيات الخاصة في جبلة: تعاني المستشفيات من ضعف في رصد مؤشرات الأزمات ووضع سيناريوهات وخطط مناسبة لإدارتها. لا تتوفر فرق مختصة لإدارة الأزمات أو آليات لتوثيق الدروس المستفادة. كما تفتقر إلى التعاون مع مستشفيات أخرى وإجراء البحوث والدراسات في هذا المجال.

8- الرقابة الاستراتيجية بمختلف أبعادها وإدارة الأزمات لم تُطبق بشكل كافٍ في المستشفيات الخاصة في جبلة، مما يستدعي ضرورة تحسين الأداء وتعزيز القدرة على التعامل مع الأزمات بكفاءة وفعالية.

استناداً إلى النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

1- ضرورة تعزيز تطبيق الرقابة الاستراتيجية في أبعادها الأربعة (رقابة الاستشعار، رقابة اتخاذ القرار، رقابة الممارسة، رقابة التعلم) وإدارة الأزمات داخل المستشفيات الخاصة في جبلة.

2- تعزيز رقابة الاستشعار: يجب تعزيز قدرة المستشفيات على رصد التغيرات السريعة في بيئة العمل وتطوير آليات لرصد الفرص والتهديدات في الوقت المناسب. ينبغي تشجيع الموظفين على الإبلاغ عن التغيرات وإشراك الإدارات المختلفة في مراقبة المخاطر.

3- تعزيز رقابة اتخاذ القرار: توصي بإنشاء نظام واضح لتوزيع المسؤوليات وتسريع اتخاذ القرارات لمواجهة الظروف المتغيرة. ينبغي الاستفادة من المعلومات المتاحة بشكل فعال وتعزيز اللامركزية لحل المشاكل الطارئة.

4- تعزيز رقابة الممارسة: يجب توفير برامج تدريب وتطوير مهني مستمر للموظفين مع تسريع تنفيذ التغييرات الضرورية. ينبغي تحسين العمليات الداخلية وتشجيع الابتكار والتجريب لتحسين أساليب العمل.

5- تشجيع رقابة التعلم: توصي بإجراء تقييم دوري للأداء العام واستخلاص الدروس المستفادة. يجب تنظيم ورش عمل لتعزيز المهارات ومشاركة المعرفة بين الفرق، مع توثيق التجارب كمرجع مستقبلي.

6- تعزيز إدارة الأزمات: يجب تطوير آليات لرصد مؤشرات الأزمات ووضع سيناريوهات وخطط متعددة لمواجهتها. توصي بتشكيل فريق لإدارة الأزمات وتوثيق الدروس المستفادة، مع التعاون مع مستشفيات أخرى وإجراء دراسات وبحوث لتعزيز الاستعداد.

7- يوصي الباحث بضرورة القيام بدراسات تتعلق بالرقابة الاستراتيجية وإدارة الأزمات في المستشفيات العامة والخاصة في سورية، ومن أهمها (تأثير الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات).

مقترحات البحث: يمكن تقديم المقترحات التالية :

1- تطوير خطة شاملة: ينبغي وضع خطة استراتيجية مرنة تتضمن استراتيجيات محددة للتعامل مع الأزمات المحتملة.

2- تدريب الموظفين: تنظيم دورات تدريبية لتعزيز مهارات الموظفين في إدارة الأزمات والقدرة على التكيف مع الظروف المتغيرة.

3- تعزيز التواصل: إنشاء قنوات تواصل فعالة لضمان تدفق المعلومات بين جميع المستويات الإدارية خلال الأزمات.

4- استخدام التكنولوجيا: الاستثمار في نظم المعلومات والتكنولوجيا الحديثة لتحسين القدرة على جمع وتحليل البيانات.

5- تقييم الأداء: إجراء مراجعات دورية للأداء والاستجابة للأزمات لتحديد نقاط القوة والضعف وتحسين الاستراتيجيات المعتمدة.

قائمة المصادر والمراجع (List Of Sources And References)

• العربية

1. أحمد، أخيارهم عبد الله. (2013). التخطيط الاستراتيجي لإدارة الأزمات: دراسة لنموذج أزمة شركة تويوتا. رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر - بسكرة - كلية الحقوق والعلوم السياسية - قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، ص 1-100.
2. إسبر، لمى فيصل. (2020). تقويم مدى ممارسة الرقابة الاستراتيجية لرفع فعالية إدارة الأزمات في شركة الساحل للغزل في جيلة. مجلة جامعة تشرين. العلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، المجلد (42)، العدد (4)، تاريخ النشر 14 / 6 / 2020، ص 401-418.
3. الخضيرى، محسن. (2003). إدارة الأزمات. كتاب، مجموعة النيل العربية طباعة نشر توزيع 2002.
4. الصويغي، هند خليفة سالم. (2020). أثر أبعاد الرقابة التنظيمية في تحقيق الأداء الاستراتيجي "دراسة حالة على شركة سرت لإنتاج النفط والغاز". مجلة الدراسات الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة سرت، المجلد: (3)، العدد: (2)، ص 1-19.
5. العنزي، نايف بن عمّاش السويلم. (2022). دور الرقابة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات السعودية. مقال، جامعة عين شمس، مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، المجلد (3)، العدد (46)، ص 265-294.
6. بورزان، آية رياض العبد الله. (2021). إدارة الأزمات. كتاب. من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، ص 1-225.
7. حسين، بان عبد الأمير. حسين، محمد حسين علي. (2020). الرقابة التنظيمية وفقاً لتوجهات التخطيط الاستراتيجي "دراسة حالة في وزارة التجارة/ الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن". جامعة بغداد، مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، المجلد (26)، العدد (119)، ص 186-210.

8. حلاق، بطرس. (2020). العلاقات العامة والأزمات. كتاب، من منشورات الجامعة الافتراضية، الجمهورية العربية السورية، ص 1-200.
9. عبد الحسن، مثنى توفيق. (2022). تأثير الرقابة الاستراتيجية في الأداء المصرفي المتميز "بحث استطلاعي لآراء عينة من القيادات العليا ف المصارف الأهلية لمحافظة المثنى". جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، العدد (64)، المجلد (2)، ص 249-284.

• الأجنبية

1. Alsharah, Atallah Mohammed Tayser. (2020). Impact Of Strategic Agility Determinants And Dimensions On Institutional Performance Excellence In Government Institutions In The Hashemite Kingdom Of Jordan. International Journal Of Business Administration, Business Administration Department, Imam Muhammad Ibn Sau'd Islamic University, Riyadh, KSA, Published By Sciedu Press, Vol: (11), No: (5), P: 29-43.
2. Alsheyyab, Ata Mousa Tayel. Zahari, Prof. Dr. Fadhilah Binti Mohd. Elias, Dr. Ezanee Bin Mohamed. (2024). The Impact Of Strategic Agility On The Crisis Management Of Energy Security Sector In Jordan. Article, Technology And Supply Chain Excellence Institute (TESCE), School Of Technology Management & Logistics, University Utara Malaysia, Sintok, Kedah, Malaysia, Vol: (6), No: (12), P: 4771-4793.
3. Canyon, Deon. (2020). "Definitions In Crisis Management and Crisis Leadership". Article, Daniel K. Inouye Asia-Pacific Center for Security Studies (Dki Apcss) In Honolulu, USA , P: 1-10.
4. Elsanhawy, Karim Essam Youssef. Badway, Sahar Mohamed. (2023). The Impact of Organizational DNA on Corporate Agility and Sustainability - A Field Study on the Egyptian Petroleum Sector (Oil & Gas Companies), Research Article, Arab Academy for Science , Technology and Maritime Transport , Graduate School of Business (AASTMT) , Cairo , Egypt, The British University in Egypt (BUE) , Journal of Business and Management Sciences, Vol (11), No (2), P: 115-128.
5. Park, Young, Ki. (2011). "The Dynamics Of Opportunity And Threat Management In Turbulent Environments The Role Of

Information Technologies", A Dissertation Presented To The Usc Graduate School University Of Southern California, P: 1-159.

6. Raut, Pradeep Kaut. Das, Jyoti Ranjan. Gochhayat, Jyotiranjana. Das, Kalyan Prasad. (2022). Influence of workforce agility on crisis management: Role of job characteristics and higher administrative support in public administration, Article, Faculty of Management Sciences , Siksha O Anusundhan (Deemed to be University) , Bhudhaneswar , Odisha , Indi * KIT School of Rural Management , Bhubaneswar , " Odisha Knowledge Corporation Limited (OKCL), Vol: (61), No: (3), P: 647-652.
7. Saflo, Amany. Aldarwish, Mostafa. Khadija, Hussam. (2023). The Impact of Modern Crisis Management Strategies on Crisis Management Planning. article, International Journal of Management and Humanities (IJMH) ISSN: 2394-0913 (Online), Vol (9), No (7).
8. Seo, DongBack. Paz, Ariel Isaac La. (2008). Exploring the Dark Side of IS in Achieving Organizational Agility. communications of the ACM, Vol: (51), No: (11), P: 136-139.
9. Yağmur, Özlem Bek. Myrvang, Nursel Aydınтуğ. (2023). The effect of organizational agility on crisis management process and organizational resilience: Health sector example, article, International Journal of Disaster Risk Reduction, Vol (96), No (1).

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

(نيروز مجيد حسن) * (الدكتور سعيد عزيز اسير)[†] (الدكتورة ديماس ماخوس)[‡]

مستخلص

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع) في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية. اعتمدت الباحثة على المقاربة الاستنباطية، واعتمدت على المنهج الوصفي لتوصيف متغيرات البحث وتحليلها اعتماداً على البيانات الأولية التي تمّ جمعها، حيث قامت الباحثة بدراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لجمع البيانات الأولية اللازمة، كما تمّ قياس المتغيرات على كافة البيانات الأولية التي تمّ جمعها من خلال استبانة تمّ تصميمها من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات والأدبيات السابقة، ومن أجل اختبار الفرضيات قامت الباحثة بتفريغ البيانات الأولية في قاعدة بيانات تمّ تحليلها باستخدام برنامج SPSS إصدار 20/. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان منها بلغ معامل الارتباط 0.902 بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية، وهو يدلّ على ارتباط قوي، وبلغ معامل التحديد 0.813، وهو يدلّ على أنّ 81.3% من تغيرات الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\text{Sig} = p = 0.01 < \alpha = 0.000$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة السوقية، الميزة التنافسية، التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع.

* طالبة دكتوراه في قسم ادارة الاعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية

† استاذ مساعد في قسم ادارة الاعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية

‡ مدرّس في قسم ادارة الاعمال، كلية الاقتصاد، جامعة اللاذقية

The effect of market knowledge on competitive advantage

(Field study on insurance companies listed on the Damascus Stock Exchange)

Nayroz M Hasan[§] ** Dr. Said A Isber Dr. Deema Makhous^{††}

ABSTRACT

The study aimed to determine the effect of market knowledge on competitive advantage in its dimensions (cost, quality, delivery, flexibility, creativity) in insurance companies listed on the Damascus Stock Exchange. The researcher relied on the deductive approach and relied on the descriptive approach to describe the research variables and analyze them based on the primary data that was collected. The researcher conducted a field study in insurance companies listed on the Damascus Stock Exchange to collect the necessary primary data. The variables were also measured on all the primary data that were collected. It was collected through a questionnaire that was designed through the researcher's review of previous studies and literature. In order to test the hypotheses, the researcher dumped the raw data into a database that was analyzed using SPSS, version 20.

The study reached a set of results, including the correlation coefficient of 0.902 between market knowledge and competitive advantage, which indicates a strong connection, and the coefficient of determination of 0.813, which indicates that 81.3% of changes in competitive advantage are traceable to changes in market knowledge. Since $\text{Sig} = p = 0.000 < \alpha = 0.01$, the null hypothesis which states that there is no statistically significant effect between market knowledge and competitive advantage in insurance companies listed on the Damascus Stock Exchange was rejected.

Keywords: Market knowledge, competitive advantage, cost, quality, delivery, flexibility, creativity.

[§] PhD student in the Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University

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

^{††} Lecturer in the Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University

مقدمة Introduction:

أخذ موضوع المنافسة يحظى باهتمام واسع النطاق بفعل العديد من التغيرات التي شهدتها الشركات في بيئتها على الصعيدين الداخلي والخارجي، وعلى المستويين المحلي والعالمي حيث بدأت الشركات تدرك هذه المنافسة وتلمس زيادة في حداثتها، فضلاً عن ظهور العديد من المنافسين الجدد، مما دفعها للبحث عن استراتيجيات وسياسات متنوعة تستطيع من خلالها أن تحقق ميزة تنافسية لها، ولهذا توجهت الشركات بمختلف أشكالها إلى البحث عن اكتساب الميزة التنافسية من خلال رفع قدراتها التنافسية والتفوق والتميز على المنافسين.

ومن جهة أخرى للمعرفة السوقية دوراً جوهرياً في تنمية وتطوير الشركات نظراً لاعتبارها من اهم المحددات لنجاح الشركات أو فشلها، وذلك لوجود علاقة ما بين نجاح الشركة وتركيزها على معرفة السوق وحاجات العملاء ورغباتهم التي تدفع أعضاء الشركة إلى العمل الجاد والابتكار والتحديث والمشاركة في اتخاذ القرارات التسويقية والعمل على المحافظة على تقديم خدمة ذات جودة عالية وتحسين الخدمة المقدمة للعملاء وتحقيق الميزة التنافسية والاستجابة السريعة والملائمة لاحتياجات العملاء والأطراف ذوي العلاقة في بيئة عمل الشركة.

لذا فإن هذا البحث يسعى إلى بيان تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

مشكلة البحث:

تعد المعرفة السوقية والتي تتجسد في المعلومات والبيانات المكتسبة بالطرق الحديثة، ومن المصادر المتنوعة إحدى الأساليب التي طرحت لتحقيق التفوق على المنافسين، إذ تمثل المعرفة السوقية الجانب المهم للشركات بشكل عام، فامتلاك المعرفة الكاملة والخاصة بكل الزبائن الذين تتعامل معهم ومعرفة المنافسين لها في السوق، وكذلك معرفتها بالسوق التي تعمل فيه وكيفية الوصول إلى القطاعات التي يمكن خدمتها، كل هذا سيؤدي إلى الكشف عن العناصر الكفوة ووضعها في الموقع المناسب، وتحديد العناصر التي تحتاج إلى دعم وتطوير خدمة عملائها، وهذا يعد السبيل الأنسب للوصول إلى التنافسية المناسبة التي تمكنها من خدمة عملائها بالشكل الأنسب.

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

اختارت الباحثة شركات التأمين نظراً لأهميتها الكبيرة ومساهمتها الفعالة في دعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولبنيتها التنظيمية التي تسمح بعملية تحسين ميزات التنافسية والخدمات المقدمة إلى عملائها.

ولذلك، وفيما يأتي تستعرض الباحثة أسماء شركات التأمين في سوق دمشق للأوراق المالية:

الجدول شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

شركات التأمين	6	المتحدة للتأمين	السورية الدولية للتأمين (أروب)	السورية الكويتية للتأمين
		السورية الوطنية للتأمين	الاتحاد التعاوني للتأمين	العقيلة للتأمين التكافلي

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على الموقع الالكتروني لسوق دمشق للأوراق المالية:

<http://www.dse.sy>، تم الاطلاع على المرجع في 18/ فبراير/ 2022.

لاحظت وجود العديد من المشكلات التي أفرزتها الأزمة الحالية في هذا القطاع وهي تزداد بشكل مضطرد ومنها انخفاض مستوى جودة خدمة العملاء، الأمر الذي دعا الباحثة للبحث عن أسباب هذه الظاهرة والبحث عن جذور هذه المشكلة؛ فوجدت بأن لها انعكاس وتأثير سلبي على أداء الشركات بشكل عام ومن الممكن أن يعود سبب هذه الظاهرة وتأثيرها على انخفاض الأداء إلى عدم الاهتمام بالمعرفة السوقية، فنتيجة التشريعات الأكثر صرامة والتغيرات السريعة والمستمرة لتوقعات العملاء ومع وجود تغيرات في الاحتياجات المالية للأسر وتعدد نمط قرار العملاء واحتدام المنافسة بين الشركات عموماً على المستوى العالمي كان لزاماً على الشركات مواكبة هذه التغيرات مما يفرض عليها ان تبحث عن مداخل استراتيجية جديدة تمكنها من تحقيق التفوق والتميز مع خفض التكاليف في وقت واحد والذي يمكن ان يتحقق من خلال تحقيق المعرفة السوقية والتي تعد اساس تحسين الميزة التنافسية. ولذلك من خلال الملاحظة وبناءً على الدراسات السابقة ومن خلال مقابلات أجرتها الباحثة مع عدد من العاملين في المستويات الإدارية العليا ومع عدد من العملاء في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية والبالغ عددهم 13 عامل في المستويات الإدارية العليا، و 11 عميل، لاحظت أن هناك توجه حقيقي لدى إدارات الشركات نحو تحسين بيئة عملهم، بغية تحسين أداء الشركات من خلال تحسين ميزات التنافسية،

مما دفع الباحثة إلى معرفة تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية، حيث أنّ مظاهر انخفاض مستوى الميزة التنافسية واضحة المعالم وظاهرة للعيان؛ فقامت بطرح التساؤلات الآتية:

- هل تسعى الشركات للبحث عن زبائن جدد؟
 - هل تقوم الشركات ببحوث وتطوير السوق؟
 - هل تمتلك الشركات قاعدة معلومات حول سوق العملاء؟
 - هل تسعى الشركات لفهم حاجات العملاء وتوفير المعلومات عنها لترجمتها الى واقع عملي؟
 - هل تقوم الشركات بالرقابة على النفقات باستمرار؟
 - هل تقوم الشركات بالاتصال بالعملاء عند تقديم خدمات جديدة؟
 - هل تستخدم الشركات وسائل الاتصال الحديثة للاتصال بالعملاء؟
 - هل تقدم الشركات منشورات وإعلانات عن خدماتها بشكل كافي؟
- وعليه تتمثل مؤشرات مشكلة البحث بـ:**

- لا تمتلك شركات التأمين قاعدة معلومات حول سوق العملاء.
- لا تسعى شركات التأمين لفهم حاجات العملاء وتوفير المعلومات عنها لترجمتها الى واقع عملي.

- لا تقوم شركات التأمين بالرقابة على النفقات باستمرار.
 - لا تقوم شركات التأمين بالاتصال بالعملاء عند تقديم خدمات جديدة.
 - لا تستخدم شركات التأمين وسائل الاتصال الحديثة للاتصال بالعملاء.
 - لا تقدم شركات التأمين منشورات وإعلانات عن خدماتها بشكل كافٍ.
 - لا يقوم مندوبي شركات التأمين بإجراء زيارات للعميل لتحقيق التواصل المستمر.
- وبناءً على ما سبق قامت بصياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي: **هل للمعرفة السوقية تأثير في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع) في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟**

وعن هذا التساؤل تتفرع مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- 1- هل للمعرفة السوقية تأثير في التكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟

- 2- هل للمعرفة السوقية تأثير في الجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 3- هل للمعرفة السوقية تأثير في التسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 4- هل للمعرفة السوقية تأثير في المرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟
- 4- هل للمعرفة السوقية تأثير في الإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية؟

أهداف البحث Research Objectives:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

الهدف الرئيس: تحديد تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع) في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الأهداف الفرعية بـ:

- 1- تحديد تأثير المعرفة السوقية في التكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 2- تحديد تأثير المعرفة السوقية في الجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 3- تحديد تأثير المعرفة السوقية في التسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 4- تحديد تأثير المعرفة السوقية في المرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 5- تحديد تأثير المعرفة السوقية في الإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

أهمية البحث The importance of research:

تكمّن أهميّة البحث من خلال:

الأهمية العلمية:

- حيوية الموضوع الذي تتناوله، وهو تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية، وما يمكن أن يمثله من إضافة للتراكم المعرفي من خلال رفد المكتبة العربية بالمعلومات حول أبعاد المعرفة السوقية، ومدى انعكاسها سلباً أو إيجاباً على الميزة التنافسية لشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

- تمثل الدراسة تدعيماً للجهود البحثية في مجالي التسويق والإدارة والذي يعد حقلاً من حقول المعرفة الذي لا يزال يحتاج إلى المزيد من الدراسات المتعلقة بالمعرفة السوقية والميزة التنافسية في الشركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

- تقديم إطار نظري ومفاهيمي لكل من المعرفة السوقية وأبعادها، والميزة التنافسية ومؤشراتها، وبالشكل الذي يقدم معلومات يمكن توظيفها في خدمة التوجه المستقبلي للشركات محل الدراسة.

الأهمية التطبيقية: تكمن الأهمية العملية لهذا البحث كونه يقدم مساهمة من خلال النتائج والتوصيات التي يمكن أن تقدمها الباحثة بما يخدم الشركات محل الدراسة، فيما يتعلق بالمعرفة السوقية وتأثيرها في الميزة التنافسية، نظراً لأهمية العملاء للشركات محل الدراسة. والمساهمة في مساعدة مدراء الشركات في إيلاء اهتمام كبير للمعرفة السوقية والعمل على تحقيق وتعزيز ميزتها التنافسية بأبعادها (التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع) وتؤدي إلى تحقيق هذه الميزة التنافسية وتعزيزها.

الدراسات السابقة Literature Review: من خلال هذه المراجعة قامت الباحثة بالاطلاع على أهم الدراسات والأدبيات السابقة العربية منها والأجنبية وذلك بغية تقديم ملخص موجز عن تلك الدراسات التي تناولت هذه العلاقة بغية الاستفادة منها في دعم هذا البحث.

الدراسات العربية:

- دراسة (صقور والشريف، 2020)

(أثر المعرفة السوقية على الأداء التسويقي: دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في مدينة دمشق وريفها).

هدفت الدراسة الى بيان أهمية قيام الشركات محل الدراسة بالاهتمام بالمعرفة السوقية وجوانبها المختلفة، وتقييم عناصر المعرفة السوقية في الشركات محل الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الكمي في الدراسة، كما تم توزيع 155 استبيان تم استرداد 127 استبانة صالحة للتحليل، وكشفت نتائج الدراسة انه توجد علاقة احصائية وارتباط ايجابي بين المعرفة السوقية والاداء التسويقي، كما يجب الاهتمام وبذل جهد أكبر للتعرف على حاجات الزبائن بشكل أكثر تفصيل ودقة من خلال بحوث المستهلك او من خلال الاستبيانات الممكن توزيعها على الزبائن، بالإضافة الى اهمية معرفة الاستراتيجيات التسويقية التي يقوم بها المنافسون من اجل المحافظة على الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد من اجل زيادة حصصهم السوقية وزيادة ارباحهم.

• دراسة (خاطر، 2021)

"دور المعرفة السوقية في تطبيق تكتيكات التسويق الهجومي: دراسة تطبيقية"

هدفت الدراسة إلى تحديد دور المعرفة السوقية في تطبيق تكتيكات التسويق الهجومي، أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (231) مفردة من مديري التسويق العاملين بشركات ووكالات السياحة والسفر بإقليم القاهرة، النتائج أن تطبيق تكتيكات التسويق الهجومي يختلف معنوياً تبعاً لتوافر أبعاد المعرفة السوقية، كما تشير النتائج إلى أن بحوث وتطوير السوق هو البعد الأكثر أهمية نسبية في تفسير الاختلافات بتطبيق كافة تلك التكتيكات.

• دراسة (خلف، 2019)

"المعرفة السوقية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: بحث تطبيقي في الشركة العامة للإسمنت العراقية"

هدفت الدراسة الى تحديد مدى تبني الشركة محل الدراسة مفهوم المعرفة السوقية وتوظيفها في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة والجودة والتسليم والمرونة والابداع)، تم الاعتماد على المنهج التحليلي واستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، كما تكونت عينة الدراسة من 30 مدير يعملون لدى الشركة محل الدراسة، واهم الاستنتاجات التي توصل اليها البحث ان الاهتمام بالمعرفة السوقية عن المنافسين لم يكن بالمستوى المقبول من الشركة المبحوثة، كونها لا تعتمد

ملاكات متخصصة وخبرة ولا تحدد منافسيها الفعليين في الاسواق المستهدفة، ومن أبرز توصيات البحث زيادة الاهتمام بوجود نظام استخبارات تسويقي يزود المديرين بالمعلومات عن المنافسين.

• دراسة (بلحاج، 2023)

"أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية بالمراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد تم توزيع الاستبيان على (112) موظفاً من مديري ورؤساء الأقسام وعدد من العاملين بالمراكز الصحية الخاصة، وبلغت الاستبيانات المستردة (107) استمارة، بنسبة استرداد قدرها (95%)، ولتحليل بيانات الدراسة تم الاستعانة بالحاسب الآلي واستخدام برنامج إحصائي من حزمة البرمجيات الواردة في (SPSS)، وفقاً للنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والتحليل الانحدار الخطي وتحليلات إحصائية أخرى، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ومن أهم هذه النتائج أن مستوى أبعاد إدارة الجودة الشاملة المتمثلة في (تدريب العاملين، تمكين العاملين، التركيز على تحسين المستمر، والتركيز على المستفيد) في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية كان متوسطاً، وكذلك يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد إدارة الجودة الشاملة ومستوى الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في المراكز الصحية الخاصة قيد الدراسة.

الدراسات الأجنبية:

• دراسة (ERDİL and ÖZDEMİR, 2016) بعنوان:

The Determinants of Relationship between Market Knowledge and Drivers of Export Performance in Foreign: An Application on Turkish Clothing Industry.

"محددات العلاقة بين المعرفة السوقية ومحركات أداء الصادرات في الخارج: تطبيق على صناعة الملابس التركية".

هدفت الدراسة إلى بيان محددات العلاقة بين المعرفة السوقية ومحركات أداء الصادرات في الخارج، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى أن مواصفات منتج الشركة

والخصائص التي تتمتع بها الشركة والعوامل البيئية والتوسع الدولي عبر تجربة الدخول لأسواق أجنبية جديدة لها تأثير معنوي على عملية التصدير في الشركات محل الدراسة. كما أن المعرفة السوقية لها تأثير متوسط على العوامل الداخلية والخارجية للعمل وعملية تصدير الألبسة في الشركات محل الدراسة. كما تم افتراض أبعاد التنافسية من خلال استراتيجيتي التركيز والاختلاف لربط استراتيجية المزيج التسويقي مع عملية التصدير، مثل: التعرف على درجة التنافس في كل سوق أجنبي والعلامات التجارية العالمية ومعرفة الظروف البيئية المحيطة بكل سوق.

• دراسة (Ali & Anwar, 2021) بعنوان:

Porter's Generic Competitive Strategies and its Influence on the Competitive Advantage.

"الاستراتيجيات التنافسية العامة لبورتر وتأثيرها على الميزة التنافسية".

هدفت الدراسة الى تحديد تأثير الاستراتيجيات العامة لبورتر على الميزة التنافسية في صناعة الاستثمار محل الدراسة، وتحديدًا في القطاع المصرفي محل الدراسة، تم الاعتماد على جمع البيانات من خلال استبانة موزعة على اربعة بنوك خاصة في مدينة اربيل، حيث كان حجم العينة 128 فرد من افراد العينة، توصلت النتائج الى ان قيادة التكلفة لها قيمة تنبؤية قوية للميزة التنافسية مما يشير إلى أن نهج قيادة التكلفة سيكون له تأثير مفيد مباشر على الميزة التنافسية، كما اوضحت النتائج ان استراتيجية التمايز لها تأثير إيجابي ضعيف على الميزة التنافسية، كما ان استراتيجية التركيز تنبأت بشكل كبير بالميزة التنافسية، مما يشير إلى أن استراتيجية التركيز سيكون لها تأثير إيجابي ضعيف على الميزة التنافسية، وبناءً عليه خلصت الدراسة إلى أن شركة الاستثمار الناجحة يجب أن تكيف استراتيجية قيادة التكلفة من أجل أن تكون قادرة على اكتساب ميزة تنافسية في السوق.

بما تشابهت واختلفت به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة وتناولت متغيرات تناولتها الدراسات السابقة للمعرفة السوقية والميزة التنافسية، ولكن طبقت هذه الدراسة في بيئة مختلفة عن البيئات السابقة وفي قطاع مختلف وهو شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

نموذج وفرضيات البحث Research Hypotheses:

ينطلق البحث من فرضية رئيسة مفادها

فرضية البحث الرئيسية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية. ويمكن اشتقاق الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 2- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 3- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 4- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- 5- **الفرضية الفرعية الخامسة:** لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

منهجية البحث Research Methodology:

اعتمدت الباحثة على المقاربة الاستنباطية، واعتمدت على المنهج الوصفي لتوصيف متغيرات البحث وتحليلها اعتماداً على البيانات الأولية التي تمّ جمعها، حيث قامت الباحثة بدراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية لجمع البيانات الأولية اللازمة، كما تمّ قياس المتغيرات على كافة البيانات الأولية التي تمّ جمعها من خلال استبانة تمّ تصميمها من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات والأدبيات السابقة، ومن أجل اختبار الفرضيات قامت الباحثة بتفريع البيانات الأولية في قاعدة بيانات تمّ تحليلها باستخدام برنامج SPSS إصدار /20/.

حدود البحث Research limits:

- زمنية: فترة إنجاز البحث خلال العام 2024.
- مكانية: شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
- الموضوعية: متغيرات الدراسة المعرفة السوقية، الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، الإبداع).

الإطار النظري للبحث:

خلال العقود القليلة الأخيرة، أصبحت المعرفة من الموضوعات الأساسية في الإدارة على مستوى أغلب دول العالم، وقد ساعد في ذلك ما أفرزته العولمة من فرص وما نجم عن التطور الكبير في مجال الاتصالات والشبكات وخصوصاً الانترنت، إن نظام الاتصالات الحديث بما يحتويه من تكنولوجيات متقدمة أدى إلى الانتشار الواسع والفهم الكبير لحاجات الزبائن، كما أن منظمات الأعمال تعمل بصورة دائمة على تحقيق النجاح والمحافظة على نجاحها وبقائها، وهذا يجعلها تسعى باستمرار إلى تطوير منتجاتها، واستخدام أدوات ووسائل متجددة، وتسعى إدارة المنظمة الحديثة إلى الاستفادة من المعارف والعلوم التي يستحدثها ويطورها العلماء ودوائر المعرفة باستمرار، وهذه الجهود تؤدي إلى إتاحة الفرص الجديدة، وإلى تحقيق التقدم والتطور المستمر، تناول البحث مجموعة من المفاهيم والأسس المتعلقة بالمعرفة السوقية والميزة التنافسية كالآتي:

1- مفهوم المعرفة السوقية:

لا بدَّ وأنَّ كل مصطلح من المصطلحات العلمية نال عناية من قبل جمهور الباحثين والدارسين، وكل حسب اختصاصه، والمعرفة السوقية شأنه شأن أي مصطلح آخر تمَّ التَّطَرُّقُ له من قبل الباحثين والدارسين وألوه الأهمية، نظراً لدوره في الشركات، وستحاول الباحثة في هذا البحث البدء من حيث انتهى بعض هؤلاء الباحثين، منطلقاً مما توصلوا إليه، علَّها تصل إلى بعض نقاط التوافق أو الاختلاف من خلال دراستها سواءً نظرياً أو عملياً؛ فبحسب دراسة (الزيات والعزاوي، 2010، ص1) عرِّف المعرفة السوقية بأنها المرشد المنضبط للأفراد العاملين في المؤسسة لتطوير الممارسات والتطبيقات في المجال التسويقي المتعدد الاتجاهات ويتجلى ذلك لقدرة المؤسسة في استقرار البيئة التنافسية التسويقية وخلف الإمكانيات المناسبة للتكيف والتعامل معها.

والمعرفة السوقية (Li and Calantone, 1999, P: 14) معلومات منظمة ومهيكلية حول السوق، والمعلومات المنظمة تعني أنها نتيجة عملية منظمة مقارنة مع العملية الاعتبائية، أما المعلومات المهيكلية فتعني بأنها معلومات ذات معنى مقابل المعلومات التي ال تعتبر وثيقة الصلة بالموضوع.

كما أصبحت المعرفة ضرورة ملحة لضمان الاستمرار والتقدم والنجاح، لذلك أنشأت العديد من المنظمات أقساماً خاصة بالبحث والتطوير للحصول على المعرفة من أي مصدر سواء داخلي أو

خارجي عن طريق المحاكاة والتقليد للمنظمات العالمية الناجحة من أجل خلق معرفة جديدة وتحسين الممارسات القائمة لديها، إذ أصبحت تفوق في الأهمية الأصول المادية الأخرى للعديد من المنظمات خاصة في ظل الظروف الحالية التي تمتاز بسرعة التغير التي تعمق حالة عدم التأكد، فتبقى المعرفة هي العنصر الأهم والمصدر الأساسي في تحقيق الميزة التنافسية عندما تتجسد على شكل سلع وخدمات ابتكارية جديدة (أوسو، 2010، ص241).

ومن وجهة نظر (خاطر، 2021، ص796) تظل المعرفة بكافة أشكالها (التكنولوجية، التنظيمية، البيئية،) أحد أهم أصول منظمات الأعمال غير الملموسة في الوقت الحالي، ولكن إلى الحد الذي يعزز درجة فهم المنظمة لاتجاهات وسلوكيات العملاء والمنافسين؛ إن توافر المعلومات عن السوق وخاصة حول العملاء والمنافسين هي الموجه الأساسي لاختيار الاستراتيجيات المناسبة للمنظمة.

وللباحثة رأي موافق لآراء الباحثين السابقين؛ فهي ترى بأن المعرفة السوقية هي الموجه والمحرك الرئيس الذي يمكن المنظمة من الوصول إلى المعلومات التي تمكنها من معرفة عملائها ومنافسيها وإجراء بحوث تسويقية نوعية تمكنها من فهم احتياجات السوق وتلبية احتياجاته بالشكل الذي يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية أصيلة تمكنها من مواكبة التطورات السوقية المتلاحقة وتجعلها تبلغ درجة عالية من التطورات التي تواجه المنظمات الأخرى العاملة في نفس الصناعة ونفس مجال وتخصص العمل.

2- أبعاد المعرفة السوقية:

إن نجاح أو فشل أي منظمة في السوق أصبح يعتمد على قدرتها في فهم وتحليل ما يحدث في بيئتها الخارجية، من أجل ضمان استجابة جيدة. ولعل من أهم النقاط التي يجب على المنظمة التركيز عليها هي: معرفة الزبون، معرفة المنتج، معرفة المجهز ومعرفة المنافس. والتي تتمثل في أبعاد المعرفة السوقية:

1) "معرفة الزبون: تعد معرفة الزبون أمرا مهما للمنظمة وذلك من خلال طبيعة الأنماط السلوكية وكذلك الاستهلاكية التي، يمارسها الزبون بهدف إدراك السلع الحالية والجديدة التي تلبي حاجاته الآن أو في المستقبل (صادق وحامد، 2007، ص18)، ومعرفة الزبون هي عبارة عن الجهود المبذولة من قبل المنظمة لفهم وإدراك حاجات الزبون وتوقعاته ثم الإيفاء بها، وذلك من خلال

جمع البيانات والمعلومات وتحليلها باتجاهين من المنظمة إلى الزبون وبالعكس وصولاً إلى تعزيز علاقة الزبون بالمنظمة وبما يحقق رضاه وولاءه (Kok and Vanzy, 2002, P: 8).

2) "معرفة المنتج": معرفة المنتج فنتضمن وضوح خصائص المنتجات التي يرغب فيها الزبائن، وتلك الخصائص التي ترغب المنظمة في تقديمها ليتسنى لها اشباع حاجات الزبائن والسوق (Murillo et al, 2002, P: 876).

3) "معرفة المجهز": يعد المجهزون شركاء وأفراد ترتبط المنظمة معهم بعقود مهمة في التجهيز بالمواد الأولية أو نصف المصنعة، التي تدخل في الإنتاج. كما يجب أن تكون علاقة المنظمة بمجهزيها جيدة، لأن أي خلل في التجهيز سوف يؤثر سلباً على المنظمة.

4) "معرفة المنافسين": يقصد بالمنافسين كل طرف يشترك مع المنظمة للحصول على المواد أو على الأموال التي ينفقها الزبون أو من أجل الحصول على الأفراد الأكفاء، ويعد المنافسين من أكثر العوامل أهمية لما لهم من تأثير في النشاطات اليومية للأفراد في المنظمة، لذا فإن أي تنافس يواجهه المنظمة ضمن حدود البيئة التي تعمل فيها، يتطلب منها التكيف لمواجهة بهدف الحفاظ على مراكزها وموقعها بين المنظمات (أوسو، 2010، ص 242-243).

3- مفهوم الميزة التنافسية:

على الرغم من أن الميزة التنافسية يتم تعريفها وتفسيرها بشكل مختلف من قبل العديد من الباحثين، إلا أن دراسة حديثة وصفتها بأنها: "استغلال واضح لفرص السوق وتحديد التهديدات التنافسية فوق متوسط الصناعة؛ حيث تحصل الشركات على ميزة تنافسية من خلال تنفيذ استراتيجيات: استغلال نقاط القوة الداخلية لديها، من خلال الاستجابة للفرص البيئية مع تحديد التهديدات الخارجية وتجنب الضعف الداخلي؛ مع الميزة التنافسية المشتقة من خلال إنشاء ودمج: "حزم من الموارد أو القدرات الاستراتيجية" (Jerome et al, 2023, p: 7).

يمكن فهم الميزة التنافسية من خلال النظر إلى الأنشطة العديدة التي تقوم بها الشركة النابعة من تصميم وإنتاج وتسويق وتسليم ودعم المبيعات (Farida and Setiawan, 2022, P: 13). الميزة التنافسية هي الحالة التي تعمل فيها الشركة بكفاءة وجودة أكبر، بحيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين أداء الشركة وتمييز الشركة عن منافسيها (Novitasari and Agustia, 2023, p: 218).

ومن جهة أخرى الميزة التنافسية هي قدرة أي منظمة على تحسين مكانتها في السوق من خلال خلق القيمة المقدمة للعملاء لتمييز منتجها أو خدمتها (Elhawi, 2022, P: 3860).

ظهرت الميزة التنافسية عام 1984 وعرفت بأنها المنافع المتحققة من خلال تطبيق استراتيجية خلق القيمة الفريدة والتي لا تطبق بشكل آني مع المنافسين الحاليين او المحتملين وانما تطبق عندما تكون غير قابلة لتقليد منافع تلك الاستراتيجية والتي تؤدي بذلك الى مستويات اداء تنظيمية متفوقة (الشمري، 2014، ص288).

بحسب Porter "تنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المنظمة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين بحيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع" (شمه، 2019، ص176).

عُرفت الميزة التنافسية بأنها الجهود والابتكارات والتطورات التي تمارسها المنظمات من أجل الوصول إلى مركز وموقف مميز تنفرد به عن غيرها من المنظمات وكذلك الحفاظ على هذا المركز لمدى أطول ويتطور أكثر يواكب التغيرات والتطورات الحاصلة وما تحصل في المستقبل (الدماك، 2022، ص1268).

ومن وجهة نظر (محي الدين والعامري، 2023، ص492) إن أهمية الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسات شيء ضروري من أجل تحقيق التفوق على المؤسسات ويمكن تلخيص هذه الأهمية في التالي:

- تحقيق ميزة تنافسية يقود المؤسسة إلى الاستخدام الأمثل للموارد، بحيث تميزها عن بقية المؤسسات.

- تعمل الميزة التنافسية على تطوير أنشطة البحث وتطوير عمليات المؤسسة بصورة مستمرة من أجل ضمان استمرارية المزايا التنافسية.

- تعطي الميزة التنافسية للمؤسسة السيطرة على السوق أو الحصة السوقية أكبر من منافسيها.

- تعتبر الميزة التنافسية معيار مهما للمؤسسات، وتميزها عن غيرها من المؤسسات من حيث إيجاد نماذج جديدة يصعب على المنافسين تقليدها.

وبحسب (عبد الحميد، 2022، ص120) تبني المؤسسة ميزة تنافسية تجعلها تتميز بخصائص خاصة بها، إذ هناك جوانب تختلف فيها عن المؤسسات المنافسة لها، فكل مؤسسة تحاول التميز

في سوق المنافسة من خلال إتباعها استراتيجية من أجل التنافس، ومن أهم خصائص الميزة التنافسية مايلي:

أنها نسبية وليست مطلقة، أي تحقق ب المقارنة بالمؤسسات الأخرى، وتؤدي إلى تحقيق التفوق الأفضلية عليهم.

هي ليست حكرًا على مؤسسة ما، وإنما يمكن لأي مؤسسة تحقق المواصفات المطلوبة ان تمتلك ميزة تنافسية خاصة بها.

أنها طويلة الأمد وصعبة التقليد من قبل المنافسين وبالتالي فهي تتسم بالتفرد وتعطى المؤسسة قيمة مضافة.

كما تتمثل خصائص الميزة التنافسية بحسب (بلقاسم وسكيو، 2023، ص19) في كونها: تشتق من رغبات وحاجات الزبون.

- تقدم المساهمة الأهم في نجاح الأعمال.

- تقدم الملائمة الفريدة بين موارد المؤسسة والفرص في البيئة.

- تقدم قاعدة للتحسينات اللاحقة.

- تقدم التوجيه والتحفيز لكل مؤسسة.

النتائج والمناقشة:

1- مجتمع وعينة البحث Research community And Sample:

يتمثل مجتمع البحث بالعاملين في دوائر شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، حيث تمّ الحصول على عينة ميسرة بلغ حجم العينة $n = 103$ مفردة، وقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة على (103) عاملاً من مجتمع البحث، استردّت منها (97) استبانة، كان من بينها (6) استبانات غير صالحة للتحليل، وبذلك أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل هو (91) استبانة.

2- أداة الدراسة: لتحقيق أغراض دراستها قامت الباحثة باستخدام أدوات منهجية بغية الحصول على البيانات اللازمة لإتمام بحثها؛ فقد اعتمدت على الملاحظة وقوائم الاستقصاء والمقابلات الشخصية، واستخدمت الاستبانات الورقية مع عدد من أفراد عينة البحث، وقد قامت الباحثة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في محاولة منها للحصول على بيانات تتعلّق بتأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية من خلال 41 عبارة.

اختبار ثبات وصدق المقياس: استخدمت الباحثة معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات المقاييس (غدير، 2012، P، 234-246)، حيث تم حساب معامل كرونباخ لحساب ثبات جميع عبارات الاستبانة معاً، ويظهر الجدول (1) أن قيمة ثبات معامل الثبات ألفا كرونباخ الكلية يساوي 0.987 (معامل ثبات مرتفع) وهي أكبر من 0.6، وهذا يدل على أن جميع العبارات تتمتع بثبات جيد ولا داعي لحذف أية عبارة.

الجدول (1) معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبانة

ألفا كرونباخ	عدد العبارات
.978	41

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

معامل ثبات متغيرات الدراسة كلّ على حدة: كما قامت الباحثة بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة كلّ على حدة وكانت النتائج كالتالي:

الجدول (2) معامل ألفا كرونباخ لكل متغير على حدة

المتغير	ألفا كرونباخ	عدد العبارات لكل متغير
المعرفة السوقية	.977	14
التكلفة	.634	6
الجودة	.902	7
وقت التسليم	.863	5
المرونة	.933	6
الإبداع	.934	3

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

وجدت الباحثة من خلال الجدول (2) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للعبارات المستخدمة في قياس كل متغير على حدة كانت جميعها أكبر من 0.6، وهذا يدل على ثبات مقبول للبيانات وصلاحياتها للدراسة ولا داعي لحذف أية عبارة من العبارات.

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

مقياس الصدق (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة): قامت الباحثة بدراسة علاقة طرفيات عدّة في الدّراسة مع طرف أساسي كالمتوسّط الإجمالي (غدير، 2012، P، 247 - 248)، واختبار تلك العلاقات؛ حيث كانت العلاقات الناتجة معنوية أي ذات دلالة إحصائية؛ وكان ذلك مؤشراً على صدق المقياس. $\alpha = 0.01 < p = \text{Sig}$ ، وبذلك تكون الباحثة قد تأكّدت من صدق وثبات فقرات الاستبانة، وأصبحت الاستبانة صالحة للتطبيق على عيّنة الدّراسة الأساسية.

3- الإحصاءات الوصفية:

قامت الباحثة بحساب الإحصاءات الوصفية لكل عبارة من عبارات الاستبانة وذلك لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة حيث تبين من خلال الجدول (3) مايلي:

الجدول (3) الإحصاءات الوصفية الخاصة ببنود الاستبانة One-Sample Statistics

البعد	عبارات الاستبانة	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المعرفة السوقية	تمتلك الشركة معرفة تفصيلية ودقيقة بالخدمات التي تتعامل بها في السوق التأميني	91	3.01	1.657
	تتحكم الشركة في كل مراحل الخدمة المقدمة لعملائها.	91	3.20	1.536
	موظفو الشركة على دراية بكل الخدمات التي تقدمها	91	2.97	1.479
	تحرص الشركة على إقامة وتنمية علاقات طويلة الأجل مع مصادر التجهيز التي تتعامل معها	91	3.25	1.568
	تراعي الشركة جودة الخدمة عند اختيارها للمجهز.	91	3.21	1.630
	لدى الشركة معرفة جيدة بالسياسات والاستراتيجيات التي تتبعها أو يمكن أن تتبعها شركات التأمين المنافسة	91	3.45	1.600
	لدى الشركة القدرة على تقليد عروض المنافسين	91	3.42	1.613
	تركز الشركة على معرفة خدمات المنافسين وميزاتهم التنافسية	91	3.37	1.582
	لدى الشركة القدرة على تشخيص وتحويل نقاط الضعف لدى المنافسين إلى فرص جديدة لها.	91	3.15	1.632
	تركز الشركة جهودها على معرفة الحاجات والرغبات الحالية	91	3.24	1.566

			والمستقبلية لزيائنها	
1.534	3.15	91	تعتمد الشركة على موظفين ذوو كفاءة، لديهم القدرة على التعامل مع مختلف أنواع العملاء	
1.531	3.01	91	تقوم الشركة بالتحسين المستمر لخدماتها لمواجهة التغيرات التي تطرأ في أذواق عملائها	
1.621	3.08	91	تمتلك الشركة قاعدة بيانات شاملة ودقيقة تخص زبائنها	
1.167	3.55	91	تقوم الشركة باستقصاء آراء الزبائن بعد كل معاملة	
1.36509	3.2190	91	<u>المتوسط الكلي لبعد المعرفة السوقية</u>	
1.195	3.56	91	لدى الشركة تكاليف أقل من المنافسين.	التكلفة
1.288	3.69	91	تسعى الشركة لتخفيض تكاليف العمليات.	
1.361	3.51	91	وصول حجم الإنتاج بشكل يتناسب مع التكلفة	
.734	4.34	91	تستخدم الشركة سياسات البحث والتطوير بهدف تقليل التكاليف.	
.772	4.26	91	تمتلك الشركة عاملين ذو خبرات واسعة.	
1.714	3.08	91	تؤدي الرقابة على العمليات إلى خفض التكاليف.	
.72827	3.7399	91	<u>المتوسط الكلي لبعد التكلفة</u>	
1.769	2.78	91	لدى الشركة جودة تمكناها من الحصول على حصة سوقية مناسبة.	الجودة
1.642	3.16	91	تسعى الشركة لتحقيق تطابق بين جودة المنتجات مع توقعات الزبائن.	
1.674	3.10	91	تطور الشركة الجودة من شكاوى الزبائن.	
1.478	3.45	91	تحافظ الشركة على جودة منتجاته من خلال وسائل المناولة المناسبة.	
1.496	3.37	91	تمتلك الشركة سياسة واضحة للمخزون.	

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

1.499	3.27	91	لدى الموظفين ثقافة حول الجودة.	
1.5029	3.088	91	تلتزم الشركة بالمعايير الدولية للجودة.	
1.25719	3.1758	91	<u>المتوسط الكلي لبعد الجودة</u>	
1.405	3.62	91	تستلم الشركة العناصر الداخلة في الخدمة من الموردين في الموعد المحدد دائماً.	وقت التسليم
1.432	3.55	91	تلتزم الشركة بمواعيد تسليم الخدمات مع الزبائن باستمرار.	
1.488	3.37	91	تمتلك الشركة نظام يمكنها من تخفيض زمن دورة التصنيع للخدمات.	
1.623	3.25	91	تمتلك الشركة نظام يمكنه من تخفيض زمن الفترة الفاصلة بين طلب الخدمة والتسليم.	
1.505	3.40	91	تمتلك الشركة برامج لتطوير خدماتها بسرعة	
1.19886	3.4374	91	<u>المتوسط الكلي لبعد وقت التسليم</u>	
1.417	3.46	91	تقدم الشركة خدمات متنوعة حسب رغبات الزبائن.	المرونة
1.456	3.65	91	تقدم الشركة عروض على الخدمات باستمرار	
1.657	3.01	91	تتبنى الشركة وسائل وأساليب حديثة للإنتاج والتسعير والترويج والتوزيع لمنتجاتها.	
1.536	3.20	91	تقدم الشركة الخدمات حسب الكميات المطلوبة.	
1.479	2.97	91	لدى الشركة إمكانيات للدخول إلى أسواق جديدة.	
1.577	3.19	91	لدى الشركة القدرة على الاستجابة للتغيرات في البيئة المحيطة.	
1.31641	3.2454	91	<u>المتوسط الكلي لبعد المرونة</u>	
1.619	3.19	91	تتميز خدمات الشركة بالتجديد والإبداع المستمر	الإبداع
1.350	3.67	91	تعد خدمات الشركة من الخدمات المتميزة من حيث المواصفات والخصائص	
1.370	3.64	91	تحرص الشركة على الإبداع في التسعير والتوزيع والترويج	

			فضلاً عن إبداعها في الخدمات وفق خطط موضوعة مسبقاً	
1.36388	3.4982	91	المتوسط الكلي لبعد الإبداع	
1.00653	3.4193	91	المتوسط الكلي لمحور الميزة التنافسية	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لكل محور من محاور الاستبانة ما يلي:

المعرفة السوقية:

- تمتلك الشركة معرفة تفصيلية ودقيقة بالخدمات التي تتعامل بها في السوق التأميني
- تتحكم الشركة في كل مراحل الخدمة المقدمة لعملائها.
- موظفو الشركة على دراية بكل الخدمات التي تقدمها
- تحرص الشركة على إقامة وتنمية علاقات طويلة الأجل مع مصادر التجهيز التي تتعامل معها
- تراعي الشركة جودة الخدمة عند اختيارها للمجهز.
- لدى الشركة معرفة جيدة بالسياسات والاستراتيجيات التي تتبعها أو يمكن أن تتبعها شركات التأمين المنافسة
- لدى الشركة القدرة على تقليد عروض المنافسين
- تركز الشركة على معرفة خدمات المنافسين وميزاتهم التنافسية
- لدى الشركة القدرة على تشخيص وتحويل نقاط الضعف لدى المنافسين إلى فرص جديدة لها.
- تركز الشركة جهودها على معرفة الحاجات والرغبات الحالية والمستقبلية لزيائنها
- تعتمد الشركة على موظفين ذوو كفاءة، لديهم القدرة على التعامل مع مختلف أنواع العملاء
- تقوم الشركة بتحسين مستمر لخدماتها لمواجهة التغيرات التي تطرأ في أذواق عملائها
- تمتلك الشركة قاعدة بيانات شاملة ودقيقة تخص زيائنها
- تقوم الشركة باستقصاء آراء الزبائن بعد كل معاملة

التكلفة:

- لدى الشركة تكاليف أقل من المنافسين.

- تسعى الشركة لتخفيض تكاليف العمليات.
- وصول حجم الإنتاج بشكل يتناسب مع التكلفة
- تستخدم الشركة سياسات البحث والتطوير بهدف تقليل التكاليف.
- تمتلك الشركة عاملين ذو خبرات واسعة.
- تؤدي الرقابة على العمليات إلى خفض التكاليف.

الجودة:

- ليس لدى الشركة جودة تمكنها من الحصول على حصة سوقية مناسبة.
- تسعى الشركة لتحقيق تطابق بين جودة المنتجات مع توقعات الزبائن.
- تطور الشركة الجودة من شكاوى الزبائن.
- تحافظ الشركة على جودة منتجاته من خلال وسائل المناولة المناسبة.
- تمتلك الشركة سياسة واضحة للمخزون.
- لدى الموظفين ثقافة حول الجودة.
- تلتزم الشركة بالمعايير الدولية للجودة.

وقت التسليم:

- تستلم الشركة العناصر الداخلة في الخدمة من الموردين في الموعد المحدد دائماً.
- تلتزم الشركة بمواعيد تسليم الخدمات مع الزبائن باستمرار.
- تمتلك الشركة نظام يمكنها من تخفيض زمن دورة التصنيع للخدمات.
- تمتلك الشركة نظام يمكنه من تخفيض زمن الفترة الفاصلة بين طلب الخدمة والتسليم.
- تمتلك الشركة برامج لتطوير خدماتها بسرعة

المرونة:

- تقدم الشركة خدمات متنوعة حسب رغبات الزبائن.
- تقدم الشركة عروض على الخدمات باستمرار
- تتبنى الشركة وسائل وأساليب حديثة للإنتاج والتسويق والتوزيع لمنتجاته.
- تقدم الشركة الخدمات حسب الكميات المطلوبة.
- لدى الشركة إمكانيات للدخول إلى أسواق جديدة.

- لدى الشركة القدرة على الاستجابة للتغيرات في البيئة المحيطة.

الإبداع:

- تتميز خدمات الشركة بالتجديد والإبداع المستمر
- تعد خدمات الشركة من الخدمات المتميزة من حيث المواصفات والخصائص
- تحرص الشركة على الإبداع في التسعير والتوزيع والترويج فضلاً عن إبداعها في الخدمات وفق خطط موضوعة مسبقاً.

بعد ذلك قامت الباحثة باختبار الفرضية الرئيسة والفرضيات المتفرعة عنها:

4- الفرضية الرئيسة للبحث:

فرضية البحث الرئيسة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية. ويمكن اشتقاق الفرضيات الفرعية الآتية:

نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، ولاختبار هذه الفرضيات استخدمت الباحث تحليل الانحدار الخطي، حيث أظهر الجدول رقم (4) ما يلي:

الجدول (4) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.829 ^a	.687	.684	.40945	.687	195.719	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

من خلال الجدول رقم (4) بلغ معامل الارتباط 0.829 وهو يدلّ على ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية.

وبلغ معامل التحديد 0.687، وهو يدلّ على أنّ 68.7% من تغيرات التكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01$ و $\text{Sig} = p = 0.000 < \alpha$ ، وعليه تم رفض

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الجدول (5) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.749 ^a	.561	.556	.83734	.561	113.881	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

من خلال الجدول رقم (5) بلغ معامل الارتباط 0.749 وهو يدلّ على ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية.

وبلغ معامل التحديد 0.561، وهو يدلّ على أنّ 56.1% من تغيرات الجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01 < p = \text{Sig} = 0.000$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الجدول (6) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.478 ^a	.229	.220	1.05876	.229	26.393	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

من خلال الجدول رقم (6) بلغ معامل الارتباط 0.478 وهو يدلّ على ارتباط ضعيف بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية.

وبلغ معامل التحديد 0.229، وهو يدلّ على أنّ 22.9% من تغيرات التسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01 < p = \text{Sig} = 0.000$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

الجدول (7) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.948 ^a	.898	.897	.42242	.898	785.024	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

من خلال الجدول رقم (7) بلغ معامل الارتباط 0.948 وهو يدلّ على ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية.

وبلغ معامل التحديد 0.898، وهو يدلّ على أنّ 89.8% من تغيرات المرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01 < p = \text{Sig} = 0.000$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين محل الدراسة.

نتيجة اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين محل الدراسة.

الجدول (8) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.859 ^a	.738	.735	.70165	.738	251.063	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

تأثير المعرفة السوقية في الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)

من خلال الجدول رقم (8) بلغ معامل الارتباط 0.859 وهو يدلّ على ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية.

وبلغ معامل التحديد 0.738، وهو يدلّ على أنّ 73.8% من تغيرات الإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01$ ، $\text{Sig} = p = 0.000 < \alpha$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين محل الدراسة.

نتيجة اختبار الفرضية الرئيسة التي تنص على: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، حيث أظهر الجدول رقم (9) ما يلي:

الجدول (9) تحليل الانحدار الخطي بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.902 ^a	.813	.811	.43738	.813	387.634	1	89	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

من خلال الجدول رقم (9) بلغ معامل الارتباط 0.902 وهو يدلّ على ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية. وبلغ معامل التحديد 0.813، وهو يدلّ على أنّ 81.3% من تغيرات الميزة التنافسية تتبع لتغيرات المعرفة السوقية؛ وبما أنّ $\alpha = 0.01$ ، $\text{Sig} = p = 0.000 < \alpha$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين محل الدراسة.

تحليل ANOVA لإظهار إن كان يوجد فروق معنوية بين متوسطات إجابات أفراد العينة: قامت الباحثة بإجراء تحليل ANOVA لإظهار إن كان يوجد فروق معنوية بين متوسطات إجابات أفراد العينة لكل متغير من متغيرات البحث، حيث تتصّ فرضية العدم على عدم وجود فروق معنوية بين متوسطات إجابات أفراد العينة؛ في حين الفرضية البديلة تتصّ على وجود فروق معنوية، وكانت النتائج كما في الجدول (10):

الجدول (10) تحليل ANOVA لإظهار الفروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة لكل متغير.

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	167.709	86	1.950	2293.321	.000
Within Groups	.003	4	.001		
Total	167.712	90			

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS اصدار 20.

ومن خلال جدول (10) وجدت الباحثة أنّ $\alpha = 0.05$ ، $\text{Sig} = p = 0.000 < \alpha$ ، أي أنّ قيمة احتمال الدلالة ($\text{Sig} = 0.000$) أصغر من مستوى الدلالة 0.05. مما يعني رفض فرضية العدم، مما يؤكّد على وجود فروق معنوية بين متوسطات إجابات أفراد العينة لكل متغير من متغيرات الدراسة، حيث يمكن ترتيب المتوسطات لكل متغير بحسب حصوله على اجماع الموافقة لإجابات أفراد العينة على العبارات الخاصة به.

5- الاستنتاجات والمقترحات:

الاستنتاجات:

وكنتيجة لاختبار الفرضيات تمكّنت الباحثة من الوصول لعدد من النتائج أهمّها:

- تشير الدراسات السابقة إلى أهمية المفهوم النظري للمعرفة السوقية، إذ أن المعرفة النظرية للمعرفة السوقية تؤدي دور مهماً جداً بالنسبة للشركات؛ فهي تؤدي دوراً مهماً في الميزة التنافسية لها.
- تشير الأدبيات النظرية إلى أهمية مفهوم الميزة التنافسية من الناحية النظرية كون الفهم العلمي لهذا المصطلح يمكن الشركات من التأثير في (الكلفة، الجودة، التسليم، المرونة، والإبداع) أبعاد الميزة التنافسية من خلال الحصول على المعرفة التفصيلية حول المنافسين وهذا ما ظهر في سياق الدراسة.

3. وجود ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية حيث بلغ معامل الارتباط 0.829؛ وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
4. وجود ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية حيث بلغ معامل الارتباط 0.749، وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والجودة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
5. وجود ارتباط ضعيف بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية بلغ حيث بلغ معامل الارتباط 0.478؛ وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والتسليم إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
6. وجود ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية؛ حيث بلغ معامل الارتباط 0.948؛ وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والمرونة إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
7. وجود ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية؛ حيث بلغ معامل الارتباط 0.859، وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والإبداع إحدى أبعاد الميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.
8. وجود ارتباط قوي بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية؛ حيث بلغ معامل الارتباط 0.902؛ وبما أن $\alpha = 0.01$ و $p = 0.000$ $\text{Sig} =$ ، وعليه تم رفض الفرضية العدم التي تقول عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية والميزة التنافسية في شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية.

المقترحات:

توصي الباحثة بالآتي:

1. ضرورة أن تمتلك الشركة معرفة تفصيلية ودقيقة بالخدمات التي تتعامل بها في السوق التأميني وذلك من خلال الاطلاع على احتياجات العملاء من الخدمات التأمينية والعمل على مقابلة تلك الاحتياجات بالشكل الأمثل ومعرفة توجهات المنافسين والخدمات التي يقدموها.
2. يجب أن تتحكم الشركة في كل مراحل الخدمة المقدمة لعملائها من خلال معرفة احتياجات كل مرحلة من المراحل وأن يكون الموظفون على دراية كافية بكل الخدمات التي يتم تقديمها في كل مرحلة.
3. من المهم أن تحرص الشركة على إقامة وتنمية علاقات طويلة الأجل مع مصادر التجهيز التي تتعامل معها وذلك من خلال الحصول على كافة التجهيزات بشكل مستمر.
4. من الضروري ان تراعي الشركة جودة الخدمة عند اختيارها للمجهز وذلك من خلال توفير كافة معايير الجودة في تلك الخدمة من حيث المصداقية واللموسية والاعتمادية.
5. لا بد أن يكون لدى الشركة معرفة جيدة بالسياسات والاستراتيجيات التي تتبعها أو يمكن أن تتبعها شركات التأمين المنافسة وذلك من خلال إجراء دراسات السوق والحصول على كافة المعلومات اللازمة لبناء المعرفة حول المنافسين.
6. يجب أن يتوافر لدى الشركة القدرة على تقليد عروض المنافسين وذلك من خلال إجراء دراسات بحوث السوق والوقوف على الخدمات التي يقدمها المنافسين والعمل على تقديم خدمات تتشابه أو أفضل من التي يقدمها المنافسين.
7. ضرورة أن تركز الشركة على معرفة خدمات المنافسين وميزاتهم التنافسية وذلك من خلال إجراء دراسات السوق التي تمكن الشركة من تقديم خدمات متفردة ومتميزة عن الخدمات التي يقدمها المنافسين.
8. يجب أن يكون لدى الشركة القدرة على تشخيص وتحويل نقاط الضعف لدى المنافسين إلى فرص جديدة لها وذلك من خلال معرفة سلبات خدمات المنافسين والعمل على تلافي وقوع الشركة فيها وإنما تحويلها إلى نقاط قوة وفرص للشركة.
9. ضرورة أن تركز الشركة جهودها على معرفة الحاجات والرغبات الحالية والمستقبلية لزيائنها وذلك من خلال دراسات العملاء الحاليين والمرتقبين وإشباع احتياجاتهم المتطورة.

10. من المهم أن تعتمد الشركة على موظفين ذوو كفاءة، لديهم القدرة على التعامل مع مختلف أنواع العملاء وذلك من خلال الحصول على الموارد البشرية المؤهلة المدربة أو إخضاع عاملها إلى دورات تدريبية تمكنهم من الحصول على الخبرة الكافية في هذا المجال.
11. يجب أن تقوم الشركة بالتنحسين المستمر لخدماتها لمواجهة التغيرات التي تطرأ في أذواق عملائها وذلك من خلال إدخال تعديلات أو إجراء تطوير لخدماتها بما يتناسب مع أذواق واحتياجات العملاء.
12. ضرورة أن تمتلك الشركة قاعدة بيانات شاملة ودقيقة تخص زبائنهم وذلك من خلال إحداث قواعد بيانات تضم العملاء الحاليين والعمل على الاحتفاظ بكافة معلوماتهم وإجراء تحديث مستمر لتلك القواعد.
13. يجب أن تقوم الشركة باستقصاء آراء الزبائن بعد كل معاملة وذلك من خلال استخدام أدوات الاستقصاء كالاستبانات أو المقابلات الشخصية للحصول على آراءهم حول ما تم تقديمه وحول ما يتطلعون للحصول عليه.
14. توصي الباحثة بالانطلاق من حيث توصل الباحثون الآخرون في مجال المعرفة السوقية والميزة التنافسية، وإجراء دراسات تتعلق بالميزة التنافسية مثل دراسة واقع المعرفة السوقية بناءً على الميزة التنافسية المستدامة.

المراجع:

1. أوسو، خيرى علي (2010). دور المعرفة السوقية في تحقيق الابتكار التسويقي دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات السياحية في مدينة دهوك. تنمية الرافدين، المجلد (32)، العدد (97)، ص ص: 235-255.
2. بلحاج، إبراهيم بلقاسم (2023). أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية. مجلة أبحاث، المجلد (15)، العدد (2)، ص ص: 69-93.
3. بلقاسم، فلة؛ سكيو، نور الهدى (2023). دور بناء الكفاءات المحورية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة مناجم الفوسفات -تبسة-. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، والعلوم التجارية، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي -تبسة-، ص 19.

4. خاطر، سامح أحمد فتحي (2021). دور المعرفة السوقية في تطبيق تكتيكات التسويق الهجومي: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد (2)، العدد (1)، الجزء (3)، ص ص: 793-829.
5. خاطر، سامح أحمد فتحي (2021). دور المعرفة السوقية في تطبيق تكتيكات التسويق الهجومي: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد (2)، العدد (1)، الجزء (3)، ص ص: 793-829.
6. خلف، مديحة عباس (2019). المعرفة السوقية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية: بحث تطبيقي في الشركة العامة للسمنت العراقية. مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، المجلد (25)، العدد (1149)، ص ص: 242-263.
7. الدماك، محمد مسلم (2022). دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد (13)، العدد (3)، ص ص: 1258-1280.
8. الزيات، مدوح طايح؛ العزاوي، سامي فياض (2010). تأثير المعرفة السوقية على الولاء للعلامة التجارية للسلع المعمرة. المجلة العربية للإدارة، المجلد (30)، العدد (1)، ص1.
9. الشمري، أحمد عبد الله أمانة (2014). ادارة المعرفة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء شركة زين للاتصالات. المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (10)، العدد (39)، ص ص: 276-311.
10. شمه، عامر (2019). دور أبعاد إدارة المعرفة في تحسين الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في جامعة تشرين. مجلة جامعة تشرين، المجلد (41)، العدد (2)، ص ص: 169-186.
11. صادق، النمر درمان؛ حامد، الملا حسن محمد محمود (2007). تحليل العلاقة بين المعرفة السوقية والاستراتيجيات التسويقية الموجهة بالميزة التنافسية، دراسة عينة من الشركات الصناعية (نينوى). مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (3)، العدد (5)، ص18.

12. صقور، مجد؛ الشريف، بتول محمد (2020). أثر المعرفة السوقية على الأداء التسويقي: دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية العاملة في مدينة دمشق وريفها، مجلة جامعة تشرين-العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 42 (6)، ص 617-633.
13. عبد الحميد، رجب (2022). المكتبات الأكاديمية ودورها في إدارة أرس المال الفكري. العربي للنشر والتوزيع، ص 120.
14. محي الدين، علي محسن علي؛ العامري، عبده أحمد علي (2023). دور القيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية "دراسة ميدانية في المستشفيات الأهلية بالعاصمة صنعاء". مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية، المجلد (4)، العدد (1)، ص ص: 482-509.

المراجع الأجنبية:

1. ALI, B. J; ANWAR, G (2021). Porter's Generic Competitive Strategies and its Influence on the Competitive Advantage. International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (UAEMS) Peer- Reviewed Journal, Vol 7, P 42- 51.
2. ELHAWI, R (2022). Total Quality Management in Achieving Competitive Advantage. Journal of Positive School Psychology, Vol. 6, No. 3, pp: 3959 – 3965.
3. ERDİL, T. S; ÖZDEMİR, O (2016). The Determinants of Relationship between Market Knowledge and Drivers of Export Performance in Foreign: An Application on Turkish Clothing Industry. 12th International Strategic Management Conference, ISMC 2016, 28-30 October 2016, Antalya, Turkey,
4. FARIDA, I; SETIAWAN, D (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8, 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>.
5. JEROME, J. J. J; SONWANEY, V; BRYDE, D; GRAHAM, G (2023). Achieving competitive advantage through Technology - driven proactive supply chain risk management: an empirical study. Annals of Operations Research, <https://doi.org/10.1007/s10479-023-05604-y>.
6. KOK. J.A; VANZY .DC.R (2002). the relationship between knowledge management and business intelligence and customer relationship management, London, p :8
7. LI, T; CALANTONE, R. j (1999). The impact of market knowledge competence on new product advantage, conceptualization and empirical examination, journal of marketing »vol: (1), no (62), p: 14.
8. MURILLO. M; GARCIA, E; ANNABI. H (2002). Customer knowledge management. Journal of operational research society, vol (53), no (8), p: 876.
9. NOVITASARI, M; AGUSTIA, D (2023). Competitive advantage as a mediating effect in the impact of green innovation and firm performance. Business: Theory and Practice, vol (24), no (1), PP: 216-226.