

مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 43 . العدد 32

1442 هـ . 2021 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

رئيس هيئة التحرير	أ. د. ناصر سعد الدين
رئيس التحرير	أ. د. هائل الطالب

مديرة مكتب مجلة جامعة البعث

بشرى مصطفى

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

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

الاتصال بالعنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة جامعة البعث

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

. هاتف / فاكس : 963 31 2138071 ++

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

. البريد الإلكتروني : magazine@albaath-univ.edu.sy

ISSN: 1022-467X

قيمة العدد الواحد : 100 ل.س داخل القطر العربي السوري

25 دولاراً أمريكياً خارج القطر العربي السوري

قيمة الاشتراك السنوي : 1000 ل.س للعموم

500 ل.س لأعضاء الهيئة التدريسية والطلاب

250 دولاراً أمريكياً خارج القطر العربي السوري

توجه الطلبات الخاصة بالاشتراك في المجلة إلى العنوان المبين أعلاه.
يرسل المبلغ المطلوب من خارج القطر بالدولارات الأمريكية بموجب شيكات

باسم جامعة البعث.

تضاف نسبة 50% إذا كان الاشتراك أكثر من نسخة.

شروط النشر في مجلة جامعة البعث

الأوراق المطلوبة:

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

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

11- تكتب المراجع ضمن النص على الشكل التالي: [1] ثم رقم الصفحة ويفضل استخدام التهميش الإلكتروني المعمول به في نظام وورد WORD حيث يشير الرقم إلى رقم المرجع الوارد في قائمة المراجع.

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

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

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

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

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

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

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

ج . إذا كان المرجع أو البحث منشوراً باللغة العربية فيجب تحويله إلى اللغة الإنكليزية و التقيد

بالبنود (أ و ب) ويكتب في نهاية المراجع العربية: (المراجع In Arabic)

رسوم النشر في مجلة جامعة البعث

1. دفع رسم نشر (20000) ل.س عشرون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.
2. دفع رسم نشر (50000) ل.س خمسون 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 (3000) ل.س ثلاثة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.

المحتوى

الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث
32-11	د. رولا إسماعيل د. محمد ديوب لينا عيزوقي	الدور الإقتصادي والإجتماعي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية
66- 33	منى أحمد غزال	دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون دراسة ميدانية على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية
108-67	أ. د. حسن مشرقي د. احمد حمود نور عيسى	دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس
156-109	ريميم البرماوي أ. د. مطيع الشلبي	دور المشاركة في الأداء المالي للمصارف الإسلامية (دراسة مقارنة بين مصرف البركة- سورية و مصرف دبي الإسلامي)

الدور الإقتصادي والاجتماعي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية.

طالبة الماجستير: لينا عيزوقي - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين

الدكتور المشرف: محمد ديوب - المشرف المشارك: د. رولا إسماعيل

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مجالات التنمية الإقتصادية والاجتماعية وواقعها الراهن في الاقتصاد السوري، إضافة إلى دراسة دور هذه المشاريع في الإقتصاد السوري وبيان أثر مساهمتها في بعض مؤشرات التنمية الإقتصادية والاجتماعية (التوظيف- التصدير- الناتج المحلي الإجمالي)، حيث أن علاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالتنمية تكمن في المساهمة في هذه المؤشرات، وذلك يعود إلى الخصائص التي تتسم بها هذه المشاريع كالقدرة على التجديد والإبتكار وخلق فرص عمل وتنويع النشاط الإقتصادي.

الكلمات المفتاحية: المشاريع الصغيرة والمتوسطة- الناتج المحلي الإجمالي - هيئة مكافحة

البطالة

The economic and social role of small and medium enterprises in Syria

ABSTRACT

This study aims to identify the importance of small and medium enterprises in the fields of economic and social development, and their current reality in the Syrian economy, in addition to studying the role of these projects in the Syrian economy and showing the impact of their contribution on some indicators of economic and social development (employment - export - GDP), Whereas, the relationship of small and medium enterprises with development lies in contributing to these indicators, due to the characteristics that characterize these projects, such as the ability to renewal, innovation, create job opportunities and diversify economic activity.

Keyword: Small And Medium Enterprises-GDP-Unemployment Control Authority

مقدمة:

تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة من أهم روافد عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك باعتبارها منطلقاً أساسياً لزيادة الطاقة الإنتاجية من ناحية، والمساهمة في معالجة مشكلتي البطالة والفقر من ناحية أخرى كونها مشاريع مناسبة لتطبيق سياسة التوظيف الذاتي بالإضافة إلى قدرتها الإستيعابية الكبيرة للأيدي العاملة، وإنخفاض حجم الإستثمار وتكلفة خلق فرصة العمل فيها مقارنة بالمشروعات الكبيرة التي تتخفف نسبتها في الدول النامية. إضافة إلى أن هذه المشروعات تشكل ميداناً لتطوير المهارات الإدارية والفنية والإنتاجية والتسويقية، وتفتح مجالاً واسعاً أمام المبادرات والمباردين، مما يخفف الضغط على القطاع العام في توفير فرص العمل للداخلين الجدد إلى سوق العمل. كما أنها اللبنة الأساس لقيام المشروعات الكبيرة التي تتكون من تجمع لإنتاج الصناعات الصغيرة والمتوسطة والتي تتكامل أفقياً ورأسياً وأمامياً وخلفياً مكونة فيما بينها تلك المشروعات العملاقة.

ويعد هذا النوع من المشروعات هام جداً في سورية نظراً لأن سورية بلد ذو معدل نمو عال للسكان مما يجعل هذه المشروعات ضرورية لإستيعاب العمالة وتخفيض نسب البطالة، ورشد الإقتصاد الوطني بالسلع والخدمات. كما تمتلك سورية ثروات طبيعية يمكن لاستثمارها بمشاريع صغيرة ومتوسطة أن تحقق الإكتفاء الذاتي وتحقيق نقلة نوعية للإقتصاد السوري بالإنتقال إلى مرحلة تصدير المنتجات.

مشكلة البحث:

لا تزال مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي ومعدلات التوظيف والتصدير منخفضة على الرغم من تفوق الكثير من صناعاتها وخاصة في المجال الحرفي واليدوي واتسامها بالإبتكار والإبداع والتراكم التاريخي للمهارات، لذلك يفترض أن يكون لهذه المشاريع دور هام في تنمية الإقتصاد السوري، وبالتالي يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤل الآتي:

- ما مدى مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية؟

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من حاجة الاقتصاد السوري للمشاريع الصغيرة والمتوسطة نظراً لأهميتها الاقتصادية الكبيرة كونها:

- تعد الأكثر عدداً والأكثر إعتماً على الخامات والكفاءات المحلية، والأكثر استخداماً للتقنية المتوفرة محلياً الأمر الذي يساهم في امتصاص أعداد كبيرة من الأيدي العاملة والتخفيف من مشاكل البطالة.
- تؤدي دوراً مهماً في اكتساب المهارات الفنية والتقنية، وهي كذلك صاحبة الدور الأكبر في تلبية احتياجات السكان من السلع والخدمات وتساهم في ولادة مشاريع جديدة تدعم النمو الاقتصادي.
- تعد ساحة للإبداع وتنمية المواهب والابتكارات التقنية والإدارية وتفتح مجالاً واسعاً أمام المبادرات الفردية والتوظيف الذاتي مما يخفف الضغط على القطاع العام في توفير فرص عمل.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

- التعريف بأهمية ودور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية بكافة مجالاتها.
- دراسة دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في بعض مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سورية.

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير لزيادة نسبة صادرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة على زيادة معدلات التصدير.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاعات المختلفة ونسبة مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي الإجمالي.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة الممولة وبين عدد فرص العمل (معدلات التوظيف).

منهجية البحث:

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى دراسة واقع وأهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية وتحليل أثر مساهمتها في زيادة معدلات التوظيف والتصدير ونمو الناتج المحلي الإجمالي. كما تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS 20 في تحليل البيانات، واختبار صحة الفرضيات.

الدراسات السابقة:

1- د مقابلة، إيهاب. (2009). المشاريع الصغيرة وتخفيف البطالة. ورقة عمل حول دور المنشآت الصغيرة والمتوسطة في تخفيف أزمة البطالة. إعداد منظمة العمل العربية، المنتدى العربي للتشغيل - بيروت.

درس البحث واقع البطالة في الدول العربية وأسبابها وأنواعها والجهود المبذولة لمواجهتها، إضافة إلى دراسة مفهوم وخصائص المشاريع الصغيرة والمعوقات التي تواجهها في التشغيل وتوليد فرص العمل، وأهميتها بالنسبة لأصحابها بما توفره من تحقيق دخل مستمر وتحسين المستوى الاجتماعي واستثمار المهارات الإبداعية، وأهميتها بالنسبة للدولة كونها الحلقة الأولى للبدء بتحقيق الاكتفاء الذاتي، وتحقيق الاستقرار للسكان وتخفيض نسبة الهجرة الداخلية من الريف إلى المدن، وتوصل البحث إلى النتائج الآتية:

- إن هذه المشروعات هي أهم ركائز مواجهة البطالة في الدول العربية، ويحتاج الإهتمام بها إلى تضافر جهود العاطلين عن العمل (الريادة والمبادرة) والحكومة (من خلال التشريعات والقوانين المساعدة) والقطاع الخاص (كمؤسسات للتمويل) والمؤسسات الدولية (للدعم المالي والفني).
- المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة هي أحد الحلول للبطالة الناتجة عن الخصخصة إذا ما تم استخدام جزء من عوائدها لتمكين العمالة التي يتم التخلي عنها من دخول هذا القطاع كمالك ومدير للمشروع وكمنتج في ذات الوقت. وبالاعتماد على خبراتهم في المؤسسة الأم يمكن الاستفادة من التشابك مع هذه المؤسسة من خلال إقامة مشاريع

مكملة لها، الأمر الذي يحتاج إلى إعادة تأهيل العمالة التي يتم التخلي عنها من خلال التدريب.

2-أيوب، رائدة، الجدوى الاجتماعية للمشاريع المتناهية الصغر وتأثيراتها على النساء في الريف السوري، 2010.

قدم البحث دراسة لفعالية المشاريع المتناهية الصغر ومدى مساهمتها في تمكين النساء اقتصادياً واجتماعياً ودورها كأداة من أدوات التنمية الريفية.

أهم النتائج التي توصل إليها البحث أن 97% من الأسر ضمن العينة المدروسة قد زاد دخلها بعد تأسيس المشروع، وأهم الأسباب التي ساعدت المرأة على النجاح بمشروعها كانت التدريب وتوفر الخبرة الفنية بالمشروع.

3- أ.د. خليل، عبد الرزاق.نقموش، عادل. دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية. جامعة الأغواط.

قدم البحث دراسة نظرية لتعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأنواعها والأهمية الكبيرة لإقامتها وبالأخص في مجال التنمية الاقتصادية إضافة إلى دراسة مجالات أنشطتها، كما درس البحث مكانة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري.

وتوصل البحث إلى ضرورة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تقتضي تحسين القدرة التنافسية وتطوير المنظومة المعلوماتية الاقتصادية والإحصائية، إضافة إلى ضرورة تأهيل المحيط المجاور للمؤسسة، و ذلك بخلق تنسيق فعال بين المؤسسة الصغيرة والمتوسطة ومكونات محيطها القريب.

4- Thorsten, Beck. Asli, Demirguc_kunt.(2004). SMEs Growth, and poverty. World Bank, Washington.

المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومعدل النمو والفقير

جمعت الدراسة مؤشرين جديدين للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم لتحليل الاقتصاد القياسي، ويتمثل أحدهما في حصة قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في إجمالي القوى العاملة الرسمية في قطاع الصناعة التحويلية، ومؤشراً يعتمد على نوعية بيئة الأعمال التجارية التي تواجه الشركات من جميع الأحجام. إضافة إلى دراسة العلاقة بين حجم قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة والنمو الإقتصادي ومعدل الفقر في البلد.

وتوصلت الدراسة إلى أن قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة المزدهر هو سمة من سمات الاقتصادات المزدهرة، وبأن نوعية بيئة الأعمال التي تواجه جميع الشركات الكبيرة منها والصغيرة تؤثر على النمو الإقتصادي.

أولاً- تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

يصعب في كثير من الأحيان إعطاء تعاريف دقيقة لبعض المفاهيم وذلك لضيق الحدود الفاصلة والتقارب الشديد في طبيعة نشاطها وأهدافها وهذا ما ينطبق على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبالرغم من انتشارها في دول العالم المتقدم والنامي على حد سواء والتوافق في آراء المفكرين والباحثين بشأن ما لها من أهمية فائقة في عملية التنمية إلا أن مفهومها ما زال يثير جدلاً¹، حيث إن تعبير صغير ومتوسط هما مفهومان نسبيان قد يختلفان من دولة إلى أخرى ومن وقت إلى آخر حتى في داخل الدولة نفسها، فالمؤسسات التي تعتبر صغرى في الدول المتقدمة اقتصادياً ذات الأسواق الكبيرة، تعتبرها الدول النامية متوسطة أو كبيرة.

ويرجع اختلاف وجهات النظر حول تحديد مفهوم واضح ودقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإختلاف درجة النمو من دولة إلى أخرى، وشمولية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإشكالية القطاع غير الرسمي وكذلك تعدد المعايير المعتمدة في تحديد مفهوم لهذه المؤسسات كمعيار العمالة ورأس المال، وحجم المبيعات وإختلاف هذه المعايير حسب مراحل النمو ودرجة التقدم التكنولوجي لكل

¹ د. الشريف، ريجان. بونواله، ريم. **حاضنات الأعمال كآلية لمرافقة المؤسسات الصغيرة - نموذج مقترح في مجال تكنولوجيا المعلومات-** الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، 18- 19 نيسان، 2012. ص2.

دولة، "ولقد أظهرت بعض الدراسات أن هناك ما يتجاوز 50 تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعديد من الدول ليس لديها تعريفاً رسمياً لهذا النوع من المؤسسات"¹.

تعريف المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية:

ميز المرسوم التشريعي رقم (39) الصادر عام (2006) والقاضي بإحداث الهيئة العامة للتشغيل وتنمية المشروعات في سورية بين ثلاثة أنواع من المشاريع:

- المشروعات بالغة الصغر والمشروعات الأسرية: هي المشروعات التي لا يتجاوز رأسمالها (1500000) مليون وخمسمائة ألف ليرة سورية ولا يقل عن (100000) مائة ألف ليرة سورية.

- المشروع الصغير: كل مشروع يمارس نشاطاً اقتصادياً أو إنتاجياً أو خدمياً أو تجارياً ولا يتجاوز رأس ماله (5000000) خمسة ملايين ليرة سورية ولا يقل عن (1500000) مليون وخمسمائة ألف ليرة سورية ولا يقل عدد العاملين فيه عن ستة.

- المشروع المتوسط: كل مشروع يمارس نشاطاً اقتصادياً أو إنتاجياً أو خدمياً أو تجارياً ولا يتجاوز رأس ماله (15000000) خمسة عشر مليون ليرة سورية ولا يقل عن (5000000) خمسة ملايين ليرة سورية ولا يقل عدد العاملين فيه عن ستة عشر عاملاً.²

كما عرفت مديرية المشروعات الصغيرة في وزارة الاقتصاد المشروع الصغير أنه كل مشروع يمارس نشاطاً اقتصادياً أو إنتاجياً أو خدمياً يبلغ رأس ماله أقل من ثلاثة ملايين ليرة سورية ويعمل فيه أقل من عشرة عمال.³

وعلى الرغم من اختلاف التعاريف حسب الدول واختلاف المعايير التي يعتمد عليها في تحديد مفهوم المشروعات الصغيرة والمتوسطة من دولة لأخرى فإنه يمكن القول أن المشروعات الصغيرة

¹ سليمة، غدير. سلمى، كحلة. تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وأفاق، الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، 18-19 نيسان، 2012. ص 2.

² المرسوم التشريعي رقم (39) لعام 2006، المادة 1، دمشق، سورية، 2006/9/14.

³ د زيدان، رامي. المشروعات الصناعية الصغيرة في سورية: دورها في التشغيل والحد من البطالة (دراسة من عام 1970 حتى 2010)، مجلة جامعة البعث، المجلد 39، العدد 50، 2017، ص 19.

والمتوسطة هي "كل نشاط لإنتاج سلع وخدمات تستعمل فيه تقنية غير معقدة ويتميز بقلّة رأس المال المستثمر ويعتمد على تشغيل العمالة بشكل أكبر"¹.

ثانياً: أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

يتجه الواقع العالمي في ظل المتغيرات الحالية بشكل ملموس نحو دعم المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة، فالمنظمات الدولية بنشاطاتها المتنوعة والواقع التطبيقي في مختلف بلدان العالم يظهران بوضوح أن هذا القطاع يعتبر قطاعاً هاماً تتمحور حوله وتتكامل معه باقي القطاعات الإقتصادية الأخرى في مزيج تنموي يستهدف بالدرجة الأولى الإرتقاء بالإقتصاد الوطني لأي دولة، ليصبح اقتصاداً قوياً.²

وقد اعتمدت أغلب الدول النامية التي تسعى للنهوض بإقتصادها على المشروعات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها تشكل الغالبية العظمى من المشروعات القائمة في إقتصادياتها من جهة و بسبب ندرة رؤوس الأموال وتقلص دور الدولة في الاستثمار وضعف قدرتها على توظيف الأعداد المتزايدة من الوافدين إلى سوق العمل من جهة أخرى، وبظل وجود معدل نمو سكاني مرتفع ومعدلات نمو إقتصادية منخفضة كان لا بد من التطلع إلى دور أكثر فاعلية في عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية، والاعتماد على المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي يمكن أن تنمو وتزدهر بالخبرات المحلية والإمكانات المتاحة لما تتميز به من مرونة عالية في العمل والقدرة في زيادة معدلات زيادة معدلات النمو، والمساهمة في رفع الكفاءة الإنتاجية، والتنافسية في عالم سريع الحركة يتصف بالتجديد والتغيير المستمر لأذواق المستهلكين، بالإضافة إلى توفير مناصب عمالة من مصادر متنوعة، وبالتالي التخفيف من البطالة بالإضافة إلى قيامها بنشاط تصديري فاعل عبر الولوج للأسواق الإقليمية والدولية بعد أن أصبحت قادرة على تقديم منتجات متميزة من حيث النوع والسعر وبالتالي مساهمتها في الدخل القومي والتنمية الإقتصادية والإجتماعية.³

ويمكن إبراز هذه الأهمية من خلال النقاط الآتية:

¹النسور، لانا. دور المشاريع الصغيرة في تنمية المجتمع المحلي في الأردن (بحث ميداني في محافظة البلقاء)، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد (6) المجلد (10) نيسان 2015، ص 68.
²د.السعيد، برييش. مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في التنمية الإقتصادية والإجتماعية: حالة الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية- جامعة محمد خيضر بسكرة- العدد الثاني عشر، نوفمبر 2007، ص 60.
³المللي، قمر. المعوقات التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، جامعة دمشق، سورية، 2015، ص2 بتصرف.

1- الأهمية الإقتصادية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

- تشارك في الإضافة على الإقتصاد القومي: حيث تمثل نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي السوري عام /2009/ حوالي /49.8%/¹.
- توفير فرص العمل والمساهمة في تخفيض معدلات البطالة: تعتبر المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي مشروعات كثيفة العمالة ومنخفضة التكنولوجيا لذلك فهي توفر فرص عمل جديدة وتساهم في حل مشكلة البطالة والفقر، حيث تُشغل وتُشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سورية أكثر من /90%/² من إجمالي عمالة واستثمارات القطاع الخاص.
- تمثل وسيلة ناجحة لتعبئة المدخرات الصغيرة وإعادة ضخها في صورة استثمارات: حيث تؤدي المشروعات الصغيرة إلى تحقيق مشاركة جميع شرائح المجتمع من خلال عمليتي الإدخار والإستثمار، وذلك بتوجيه المدخرات الصغيرة نحو الإستثمار وتعبئة رؤوس الأموال التي كانت من الممكن أن توجه نحو الاستهلاك، وهذا يعني زيادة المدخرات والاستثمارات.³
- " تسهم المنشآت الصغيرة في تدعيم علاقات التشابك القطاعي في الإقتصاد القومي من خلال دعم المنشآت الكبيرة عن طريق توزيع منتجاتها وإمدادها بمستلزمات الإنتاج أو من خلال التعاقد من الباطن مع المنشآت الكبيرة بتصنيع بعض المكونات أو القيام ببعض مراحل العملية الإنتاجية اللازمة للمنتج النهائي والتي تكون من غير المجدي اقتصادياً تنفيذها بواسطة المشروع الكبير"⁴.
- تلبية احتياجات الأسواق من السلع والخدمات المتخصصة التي ترتبط بأذواق وتفضيلات المستهلكين نظراً للإرتباط الشخصي المباشر بين أصحاب تلك المنشآت والعملاء.⁵

2- الأهمية الإجتماعية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

¹ المجموعة الإحصائية السورية لعام 2010- المكتب المركزي للإحصاء.
² د.خربوطلي، عامر. المشاريع الصغيرة والمتوسطة مرتكز التنمية ومخرج الأزمة، محاضرة مقدمة إلى الحلقة النقاشية التي تقيمها جمعية العلوم الإقتصادية السورية حول الأزمة السورية وتداعياتها الإقتصادية، دمشق، أيلول، ص 8.
³ قبرصلي، صبا. الإلتئام المصرفي ودوره في تمويل وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية. بحث أعد لنيل درجة الماجستير في الإقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين، 2013، ص 49 بتصرف.
⁴ عيد الغني، سماح. تفعيل دور المشروعات الصغيرة في خدمة أهداف التنمية الإقتصادية المصرية، الإدارة المركزية للبحوث المالية والتنمية الإدارية، مصر، ص 8.
⁵ عيد الغني، سماح. تفعيل دور المشروعات الصغيرة في خدمة أهداف التنمية الإقتصادية المصرية. مرجع سبق ذكره، ص 8.

- إزالة الفوارق بين المناطق الريفية والحضرية: مما يحقق الإستقرار والتوزيع المتوازن للسكان والتنمية المتوازنة بين الريف والحضر ويقلل الهجرة الداخلية للسكان وبالتالي تخفيف الفوارق الحاصلة في معدلات النمو بين الأقاليم، والمساهمة في تقليل التفاوت الحاصل في توزيع الدخل، وتشغيل اليد العاملة في الأقاليم الأقل نمواً. ولعل خير مثال على ذلك هو الثورة الصناعية في أوروبا وما أحدثته من متغيرات جذرية نوعاً وكماً في كل من الريف والمدينة، فالثورة الصناعية التي حدثت ترافقت أيضاً بحدوث ثورة زراعية رأسمالية، وهذا ما ساهم بشكل فعال في إعادة التوزيع المكاني للسكان بين الريف والمدينة ذلك أن تغلغل العلاقات الرأسمالية في الإنتاج الزراعي كان يشترط من ضمن ما يشترطه انتزاع الملكية الصغيرة والمتوسطة من أيدي المنتجين الصغار، مما أدى في المحصلة إلى وجود فائض سكاني كبير خارج عملية الإنتاج الزراعي في الريف، حيث لم يجد هذا الفائض أمامه سبيلاً سوى النزوح والهجرة إلى المدن الصناعية بحثاً عن العمل وهذا ما ساهم في تشويه التنمية الإقليمية وحدوث خلل في إنتشار وتوزيع المشروعات.¹
- المساهمة في تمكين المرأة وتدعيم دورها في النشاط الإقتصادي: وخصوصاً الريفية حيث تستوعب عمالة نسائية في أعمال كثيرة منها صناعة الملابس الجاهزة والتطريز وصناعة التريكو أو المشروعات التي تمارس بمعرفة الأسر المنتجة الأمر الذي يحقق الاستغلال الأمثل للقوى العاملة من النساء، ويدعم مشاركتهم في النشاط الاقتصادي وبالتالي يحد من بطالة النساء.²
- تنمية القدرات الذاتية للأفراد وتشجيع الإبتكار: يتميز أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة بقدرتهم العالية على الإبتكار وتجريب أفكار جديدة، وهذه الأفكار عادة ما تؤدي إلى تطور المنتج، وخير مثال على ذلك تجربة دول جنوب شرق آسيا، حيث نجد أن الإبتكار والقدرة على تلبية احتياجات المستهلك حول العالم سمة أساسية بدءاً من فوانيس الأطفال التي تغني بكل اللغات إلى احتياجات أجهزة الحاسب، وتعود هذه الأفكار إلى ابتكارات أصحاب المشروعات الصغيرة في هذه الدول.³

3- الأهمية الثقافية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

¹ المللي، قمر. المعوقات التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية، مرجع سبق ذكره، ص 24-25.
² المللي، قمر. المعوقات التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية، مرجع سبق ذكره، ص 27.
³ د كاسب، سيد. د كمال الدين، جمال. المشروعات الصغيرة الفرص والتحديات، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، القاهرة، مصر، 2007، ص 13-14.

إن العمل الحرفي والذي يعد نواة المشروعات الصغيرة هو انعكاس للازدهار الثقافي في أي مجتمع وهو متناسب طردياً مع ثقافة الأمم وازدهارها الاجتماعي والثقافي، كما أن المشروعات الحرفية هي الحامل الأمين والمستودع الملائم للثقافات البشرية والذي غالباً ما يحميها من الاندثار والضياع ويمكن عرض الكثير من الشواهد على ذلك مثل "التراث الدمشقي الإسلامي - التراث الفلسطيني - التراث المصري - التراث الصيني ... الخ"، والمتمثل بتلك الأدوات والمصنوعات اليدوية الصغيرة والدقيقة التي تبين ذلك العمق التاريخي والثقافي لتراكم معارف ومهارات لهذه الأمم والشعوب بكل وضوح وروعة.¹

ثالثاً: الواقع الراهن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية وأهميتها النسبية.

تشكل المشروعات الصغيرة والمتوسطة حوالي (90%) من إجمالي الأعمال والمؤسسات الإقتصادية في سورية، وعلى اعتبار أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع العام قليلة جداً، لا بل من النادر أن تجد مشروعات صغيرة تابعة للقطاع العام في سورية، هذا بالإضافة إلى عدم توفر إحصاءات عن مشروعات هذا القطاع حسب فئات العمال، لذلك سنتقصر دراستنا على مشروعات القطاع الخاص. فمن يرقب حركة منشآت القطاع الخاص في سورية يلاحظ أن أعدادها في تزايد مستمر، ولكن لو أخذنا على مستوى الوحدة الواحدة لوجدنا أن قلة عدد العاملين وصغر حجم المنشأة هي السمة المميزة لهذا القطاع. "حيث تشير التقديرات إلى أن (96%) من أعمال القطاع الخاص هي مشاريع فردية و(4%) فقط على شكل شركات، وحسب تقدير المكتب المركزي للإحصاء فإن (63%) من المؤسسات الحالية لديها عامل واحد فقط بينما (0.04%) من المؤسسات على الأغلب لديها أكثر من (50) عامل، لذلك تعد الشركات الخاصة مشاريع صغيرة ومتوسطة وهي ذات طبيعة فردية"².

وتعتبر التعدادات التي أجراها المكتب المركزي للإحصاء خلال الفترات (1970-1981-1994-2004) وتحديث الإطار الذي تم عام /2008/ الأساس الممكن الاعتماد عليه في تجميع البيانات والإحصاءات حول المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر في سورية حيث ارتفع عدد المنشآت في تعداد عام /2004/ إلى (399308) منشأة مقارنة بتعداد عام /1970/ وبمعدل

¹د.حرب، بيان. دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الإقتصادية والإجتماعية "التجربة السورية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، المجلد 22، العدد الثاني 2006، ص 120.

²SME development policy in Syria and recommendations for a draft SME law, SME support programme, project No. (ssp) MED/2005/17542, SEBC, Syria, aug 2007, p21.

نمو سنوي (3.9%) وأن حجم الزيادة في المنشآت من 1-4 عمال (382223) منشأة بمعدل نمو (3.9%)، وفي المنشآت من 5-9 عمال (12743) منشأة بمعدل نمو (2.9%)، أما في المنشآت أكثر من 10 عمال فكانت (4342) منشأة بمعدل نمو سنوي (4.9%).

وفي أرقام 2008/ بعد أن تم تحديث الإطار العام للتعداد، فقد بقيت نسبة المنشآت التي تضم من (1-2) عمال تشكل (99%) من عدد المنشآت التي تضم أقل من (10) عمال، ومن حيث التركز الجغرافي شكلت محافظات دمشق وريف دمشق وحلب وحمص نسبة (60%) من إجمالي عدد المنشآت، أما من حيث النشاط الإقتصادي فتوزعت بنسبة (63%) للتجارة و (16%) للصادرات التحويلية و (4%) للنقل والتخزين والاتصالات و (4%) للوساطة العقارية والإيجارات و (14%) لباقي النشاطات.

أما في المنشآت التي تضم من (5-9) عمال فقد شكلت الصناعة التحويلية نسبة (56.2%) تليها التجارة بنسبة (22.7%) ثم المطاعم والفنادق بنسبة (6.7%) في حين شكل نشاط النقل والتخزين والاتصالات نسبة (3.2%) والتعليم (2.7%) وبقية النشاطات (8.4%)¹.

" أما الأمر اللافت في هذا النوع من الشركات فهو اعتماده على الصيغ العائلية أو الفردية على حساب الأشكال الأخرى التعاقدية (كشركات الأشخاص والتوصية البسيطة ومحدودة المسؤولية وحتى شركات الأموال الخاصة) مما يجعلها أقل قدرة على الاستجابة لمتطلبات التطوير والابتكار والكفاءة الإدارية والإنتاجية"².

" كما توجد في سورية نسبة كبيرة من المشروعات العاملة وغير مرخصة (اقتصاد غير منظم)، وهي تُشكّل نسبة كبيرة من مختلف المشروعات، وهذا يعتبر أمراً سلبياً يُصعب من إمكانية استهدافها تنموياً، حيث وُجد في سورية في العام 2018 أكثر من 180 ألف منشأة تعمل في ظل الاقتصاد غير المنظم"³.

رابعاً- الدور الإقتصادي والاجتماعي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية.

¹ د خربوطلي، عامر. المشاريع الصغيرة والمتوسطة مرتكز التنمية ومخرج الأزمة، مرجع سبق ذكره، ص 7.
² د خربوطلي، عامر. دور المنظمات الداعمة للأعمال في تطوير القطاع الخاص السوري (نموذج الشركات الصغيرة والمتوسطة)، ورقة عمل مقدمة إلى جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 2005/7/30، ص 10-11.
³ صقر، راميا. المعهد الوطني للإدارة العامة، التقرير الختامي عن الفترة التدريبية الأولى من 2017/1/19 ولغاية 2017/4/27، دمشق، سورية. ص 40-41.

يتضح دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الاقتصاد من خلال مؤشرات رئيسية عديدة أهمها المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وخلق فرص عمل جديدة، ورفع معدلات التصدير.

1- مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في زيادة معدلات التصدير.

تعاني معظم الدول النامية من وجود عجز في الميزان التجاري لذلك لا بد لها من إنتاج سلع للتصدير قادرة على المنافسة، أو توفير سلع تحل محل السلع المستوردة. ويمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تساهم في التخفيف من حدة العجز في الميزان التجاري باستخدام أفضل أنواع الفنون الإنتاجية، كأن تساهم مباشرة في إنتاج مكونات السلع التي تنتج للتصدير، فنجد مثلاً أن المؤسسات التي يعمل بها من 1 إلى 10 عمال ويغلب عليها الطابع الحرفي لها القدرة على تلبية احتياجات أسواق التصدير، وخاصة من المنتجات التقليدية، حيث تتمتع هذه المنتجات بزيادة طلب الدول الصناعية عليها، إلى جانب أنها أكثر استجابة للتغيرات السريعة في السوق العالمي. كما يمكن أن تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يعمل بها أكثر من عشر عمال في زيادة صادرات العديد من المنتجات المختلفة بشكل مباشر عن طريق إنتاج السلع والمنتجات النهائية، أو بشكل غير مباشر عن طريق قيامها بإمداد المؤسسات الكبيرة باحتياجاتها من المواد المصنعة أو النصف مصنعة، والتي تستخدمها كمدخلات في العملية الإنتاجية بأسعار تنافسية في الأسواق الخارجية¹.

وبدراسة هيكل الصادرات السورية حسب طبيعة المواد للقطاعات العام والخاص نجد أنها تتوزع على النحو الآتي:

¹د. ناصر، سليمان. أ محسن، عواطف. تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالصيغ المصرفية الإسلامية، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الأول لمعهد العلوم الاقتصادية وعلوم التنسيير، المركز الجامعي غرداية، 23-24 شباط 2011، ص 7-8.

جدول رقم 1/ توزيع الصادرات السورية حسب طبيعة المواد للقطاعين العام والخاص للأعوام (2002-2012)*

نسبة المساهمة بالصادرات حسب القطاع	المجموع	طبيعة المواد						القطاع	السنة
		نسبة المساهمة بصادرات المواد نصف المصنوعة	نصف مصنوعة	نسبة المساهمة بصادرات المواد المصنوعة	مصنوعة	نسبة المساهمة بصادرات المواد الخام	خام		
76%	230405	25%	3624	53%	27452	85%	199329	عام	2002
24%	71148	75%	11041	47%	24562	15%	35545	خاص	
100%	301553	100%	14665	100%	52014	100%	234874	المجموع	
79%	210035	41%	6872	48%	20781	89%	182382	عام	2003
21%	55004	59%	9753	52%	22790	11%	22461	خاص	
100%	265039	100%	16625	100%	43571	100%	204843	المجموع	
53%	184036	8%	4042	31%	27600	73%	152394	عام	2004
47%	162130	92%	47066	69%	60100	27%	54964	خاص	
100%	346166	100%	51108	100%	87700	100%	207358	المجموع	
50%	212929	9%	6107	13%	13795	75%	193027	عام	2005
50%	211370	91%	58214	87%	88681	25%	64475	خاص	
100%	424299	100%	64321	100%	102476	100%	257502	المجموع	

*تم توقيف الأرقام عند العام 2012 بسبب تأثر الصادرات السورية سلباً بالعقوبات الاقتصادية الدولية التي فرضت عليها.

الدور الإقتصادي والإجتماعي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية

45%	226095	7%	4769	18%	34476	78%	186850	عام	2006
55%	278917	93%	67502	82%	159054	22%	52361	خاص	
100%	505012	100%	72271	100%	193530	100%	239211	المجموع	
42%	245566	14%	12678	16%	37066	76%	195822	عام	2007
58%	333468	86%	74829	84%	197773	24%	60866	خاص	
100%	579034	100%	87507	100%	234839	100%	256688	المجموع	
40%	283441	2%	2148	15%	43185	83%	238108	عام	2008
60%	424357	98%	138716	85%	235941	17%	49700	خاص	
100%	707798	100%	140864	100%	279126	100%	287808	المجموع	
37%	180388	5%	3895	19%	36959	66%	139534	عام	2009
63%	307942	95%	77266	81%	158646	34%	72030	خاص	
100%	488330	100%	81161	100%	195605	100%	211564	المجموع	
51%	288611	14%	10072	28%	61681	77%	216858	عام	2010
49%	280453	86%	59968	72%	155876	23%	64609	خاص	
100%	569064	100%	70040	100%	217557	100%	281467	المجموع	
52%	262588	9%	5443	31%	60237	79%	196908	عام	2011
48%	242519	91%	55867	69%	133157	21%	53495	خاص	
100%	505107	100%	61310	100%	193394	100%	250403	المجموع	
28%	55111	5%	2007	20%	15230	46%	37874	عام	2012
72%	141341	95%	36870	80%	60198	54%	44273	خاص	
100%	196452	100%	38877	100%	75428	100%	82147	المجموع	

المصدر: المكتب المركزي للإحصاء، المجموعات الإحصائية للأعوام المذكورة، الجدول رقم 9/4. النسب محسوبة من قبل الباحثة.

نلاحظ من الجدول:

- أن القطاع العام يساهم بالنسبة الأكبر للصادرات لغاية عام 2004 ثم بدأت مساهمته تتخفص نتيجة منح القطاع الخاص الدور الأكبر في النشاط الإقتصادي وفق أهداف الخطة الخمسية العاشرة وتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تشكل الجزء الأكبر من إستثمارات القطاع الخاص السوري، مما أدى إلى تطور حركة الاستثمار بالقطاع الخاص بشكل كبير وارتفاع نسبة مساهمته من 53.4% عام 2006 لتغطي أكثر من ثلثي الصادرات خلال العام 2012 بنسبة 73.8%¹.
- يساهم القطاع العام بالنسبة العظمى من صادرات المواد الخام ويعود السبب في ذلك إلى حصر تصدير مادتي النفط² والقطن³ بالقطاع العام، وقد تراجعت هذه النسبة في العام 2012 متأثرة بالعقوبات الدولية على النفط السوري.
- يساهم القطاع الخاص بالنسبة الأكبر من صادرات المواد المصنعة، كما يساهم بالنسبة العظمى من صادرات المواد نصف المصنعة وهو مؤشر إيجابي لمساهمة القطاع الخاص في الصادرات وتخفيض العجز في الميزان التجاري عن طريق:
 - 1- توفير المواد والمنتجات النهائية للسوق المحلية مما يخفص من استيرادها.
 - 2- توفير مستلزمات الإنتاج من المواد نصف المصنعة محلياً وبالتالي الحصول عليها بأسعار تنافسية أقل من أسعارها في حال الاستيراد وما يتضمنه من رسوم، مما يؤدي إلى خفص تكلفة المنتج النهائي من جهة وتخفيض الطلب على استيرادها من جهة ثانية، كما يحقق التكامل الصناعي بين المؤسسات برفد المشاريع الكبيرة بمستلزمات الإنتاج الوسيطة.

ويتطبيق اختبار One-Sample Test لمعرفة إذا كان متوسط البيانات ذو دلالة معنوية نجد الآتي:

¹المكتب المركزي للإحصاء، المجموعة الإحصائية السورية لعام 2017، الجدول رقم 15/37 تطور حركة الإستثمار في سورية بأسعار عام 2000 الثابتة. النسب محسوبة من قبل الباحثة.

²عن موقع <https://www.syria-oil.com>

³القلاع، محمد غسان. القطاع الخاص وتحديات اتفاقيات الشراكة ومناطق التجارة الحرة، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الإقتصادية السادسة عشرة، جمعية العلوم الإقتصادية، دمشق، سورية.

فرضية العدم: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لزيادة نسبة صادرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة على زيادة معدلات التصدير

الفرضية البديلة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لزيادة نسبة صادرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة على زيادة معدلات التصدير.

جدول رقم /2/ نتائج الاختبار الإحصائي T لأسئلة الفرضية الأولى

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
نسبة المساهمة بالصادرات	15.600	21	.000	50.000	43.33	56.67

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن قيمة المعنوية 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة وبالتالي علينا رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لزيادة نسبة صادرات المشاريع الصغيرة والمتوسطة على زيادة معدلات التصدير.

2- مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي.

يمثل الناتج المحلي الإجمالي (GDP) أحد أبرز المجاميع للحسابات القومية، ويستخدم في قياس النمو الإقتصادي لأي بلد، حيث يعكس القيمة المضافة المتحققة في الإقتصاد المحلي نتيجة استخدام عوامل الإنتاج المتوفرة خلال فترة زمنية معينة. ويتضح أهمية الدور الإستراتيجي الذي تلعبه المشاريع الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التطور والنمو الإقتصادي من خلال المساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي.

وقد بلغت نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي السوري عام 2009/ حوالي (49.8%) موزعة حسب القطاعات وفق الجدول الآتي:

جدول رقم / 3 /

مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي السوري عام 2009

القطاع	نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي	نسبة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في هذا القطاع*	نسبة مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي
الزراعة	18%	50%	9%
الصناعة	37%	30%	11.1%
البناء والتشييد	5%	50%	2.5%
التجارة	18%	80%	14.4%
النقل والمواصلات	8%	20%	1.6%
المال والتأمين وخدمات أخرى محتملة	14%	80%	11.2%
المجموع	100%		49.8%

المصدر: المجموعة الإحصائية السورية لعام 2010 - المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، سورية.

نلاحظ من الجدول أن النسبة الأكبر من مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي تتركز في قطاعي التجارة والمال والتأمين بنسبة (25.6%)، أما المؤسسات الصناعية فتساهم بحوالي (11.1%)، ويشارك باقي منشآت القطاع الخاص السوري في تحقيق النسبة المتبقية من الناتج المحلي الإجمالي وهي (13.1%) تقريباً¹.

وبإجراء تحليل الارتباط Pearson لإيجاد العلاقة بين نسبة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاعات المختلفة ونسبة مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي الإجمالي واختبار معنويته نجد الآتي:

* تم اعتماد هذه النسب من دراسة سياسة تطوير المنشآت الصغيرة والمتوسطة في سورية- مركز الأعمال السوري- الأوروبي، 2002.

¹ د خربوطلي، عامر. المشاريع الصغيرة والمتوسطة مرتكز التنمية ومخرج الأزمة، مرجع سبق ذكره، ص 9.

Correlations			
		مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي	نسبة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في القطاع
مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي	Pearson Correlation	1	-.133-
	Sig. (2-tailed)		.801
	N	6	6
نسبة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في القطاع	Pearson Correlation	-.133-	1
	Sig. (2-tailed)	.801	
	N	6	6

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول السابق يتبين أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت -1.33 بين مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي وبين نسبة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في كل قطاع، وهي تدل على علاقة عكسية ضعيفة جداً ولكن المعنوية 0.801 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نقول بأن معامل الارتباط هذا غير معنوي وهناك علاقة ذات دلالة معنوية إحصائياً بين مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي وبين نسبة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في كل قطاع.

3- مساهمة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في زيادة التوظيف:

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الأثر الكبير في إحداث فرص عمل جديدة والمساهمة في التخفيف من حدة البطالة لما لها من خصائص ملائمة للبيئة الاقتصادية السائدة في الدول خاصة النامية منها، ومن أهم هذه الخصائص:

- إن جانباً كبيراً من صناعات هذه المشروعات هو للصناعات كثيفة العمالة وليس للصناعات كثيفة رأس المال.
- درجة التنوع الكبير في الأنشطة والذي تتميز به هذه المشروعات، حيث تغطي معظم الأنشطة الصناعية والتجارية والإنتاجية والخدمية¹.

وما يزيد من قدرة هذه المشروعات على استيعاب المزيد من العمالة أنها لا تتطلب استثمارات رأسمالية كبيرة، ذلك أنها تتصف بانخفاض مستويات معامل رأس المال/ العمل، وهو ما يناسب ظروف دولة

¹ د. العكام، محمد خير. إدريس، هنادي. دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في علاج مشكلة البطالة، مجلة جامعة البعث، المجلد 38، العدد 1، 2016، ص 163 بتصرف.

نامية كسورية، على النقيض من المشروعات الكبيرة التي تتطلب استثمارات رأسمالية باهظة ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

الجدول رقم / 5 / تكلفة فرصة العمل في المشروعات الصناعية* السورية الصغيرة والمتوسطة والكبيرة
القيمة بالليرة السورية
عام (2006)

حجم المشروع	رأس المال المستثمر	عدد المشتغلين	تكلفة فرصة العمل
المشروعات الصغيرة (1-10) عمال	115148748	249038	462.4
المشروعات المتوسطة (11- 50) عامل	47805380	60534	789.8
المشروعات الكبيرة (51 عامل فأكثر)	74385548	63094	1178.9

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج المسح الصناعي في القطاع الخاص لعام 2006، الجدول رقم 3، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، سورية.

نلاحظ من الجدول أن تكلفة فرصة العمل في المشروعات الكبيرة تعادل تقريباً ثلاثة أضعاف مثيلتها في المشروعات الصغيرة وضعفي مثيلتها في المشروعات المتوسطة، أي أن الإستثمارات اللازمة لتشغيل عامل واحد في المشروعات الكبيرة تكفي لتشغيل ثلاثة عمال في المشروعات الصغيرة أو عاملين في المشروعات المتوسطة.

كما تساهم المشروعات الصناعية السورية الصغيرة بالنسبة العظمى للتشغيل، والجدول الآتي يوضح هذا الدور خلال الأعوام (2006- 2007- 2009- 2010):

الجدول رقم / 6 / أعداد ونسب العاملين في المشروعات الصناعية السورية الصغيرة

النسبة	عدد العاملين في القطاع الصناعي	عدد العاملين في المشروعات الصناعية الصغيرة	العام
66.82 %	372666	249038	2006
78.1 %	392578	306626	2007
80.37 %	382091	307097	2009
81.7 %	384940	314599	2010

*يعتمد القطاع الخاص الصناعي السوري في أغلب استثماراته على المشروعات الصغيرة، فحسب بيانات المكتب المركزي للإحصاء عام (2008) فإن المنشآت التي تضم (5-9) عامل تتركز في الصناعات التحويلية بنسبة (56.2%) لذلك تمت دراسة هذا القطاع لأهميته في الاقتصاد الوطني.

الدور الإقتصادي والإجتماعي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج المسح الصناعي في القطاع الخاص للأعوام المذكورة، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، سورية.

نلاحظ من الجدول أن أعداد العاملين في المشروعات الصغيرة في تزايد مستمر فقد بلغت نسبتهم عام (2006) (66.82%) من مجموع العاملين في القطاع الخاص الصناعي، وارتفعت هذه النسبة لتصل إلى (81.7%) عام (2010) وهي نسبة مرتفعة حيث يعود سبب ارتفاعها إلى استمرار زيادة عدد العاملين في المشروعات الصناعية الصغيرة مقابل تراجع عدد العاملين في القطاع الصناعي الخاص، مما يدل على أهمية هذه المشروعات في تشغيل اليد العاملة والتخفيف من حدة البطالة. ولدراسة أثر المشاريع الصغيرة والمتوسطة بكافة أنشطتها على التوظيف يمكن الإعتماد على عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي مولتها هيئة مكافحة البطالة خلال سنوات عملها ومقارنتها مع فرص العمل المتحققة في هذه المشاريع، وفق الجدول الآتي:

الجدول رقم /7/ عدد فرص العمل التي تم توليدها من برنامج هيئة مكافحة البطالة للأعوام 2002-2007

البيان	2002	2003	2004	2005	2006-2007
عدد المشاريع الممولة	134	7314	9620	6964	3327
عدد فرص العمل	3393	55760	57916	44738	15936

المصدر: نتائج أعمال هيئة مكافحة البطالة للأعوام المذكورة.

نلاحظ من الجدول أن ازدياد عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة خلال الأعوام (2002-2003-2004) أدى إلى زيادة عدد فرص العمل المتحققة في هذه المشاريع، وانخفضت عدد فرص العمل خلال عامي (2005-2006) بإنخفاض عدد هذه المشاريع. وبإجراء تحليل الارتباط Pearson لإيجاد العلاقة بين عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومعدلات التوظيف واختبار معنويته نجد الآتي:

جدول رقم /8/ نتائج تحليل الارتباط Pearson لإختبار الفرضية الثالثة. Correlations

	عدد المشاريع الممولة	عدد فرص العمل
عدد المشاريع الممولة	Pearson Correlation	.973**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	5
عدد فرص العمل	Pearson Correlation	.973**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	5

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

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

من الجدول السابق يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت 0.973 وهي تدل على علاقة طردية قوية جداً بين عدد المشاريع الصغيرة والمتوسطة ومعدلات التوظيف، وبلغت قيمة المعنوية 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 أي أن العلاقة ذات دلالة معنوية إحصائياً.

النتائج

استناداً إلى دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي والصادرات وفي تأمين فرص العمل والحد من البطالة، إلا أنه وبالرغم من الانتشار الكبير للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في سورية وسيطرة القطاع الخاص على أغلبية هذه المشاريع وتمكنه من توفير العديد من فرص العمل، لا زالت نسبة مساهمتها في المؤشرات الاقتصادية منخفضة وبعيدة عن تحقيق الأهداف التنموية التي تحتاجها.

التوصيات:

- 1- دعم وتمويل عمليات تصدير منتجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة ويمكن أن يتم ذلك عبر آليتين:
 - تقديم الدعم المالي لأصحاب هذه المشاريع على أساس نسبة صادراتهم وذلك لتشجيعهم على توسيع استثماراتهم.
 - تطوير المنتجات المحلية ورفع قدرتها التنافسية وزيادة الطاقة الإنتاجية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- 2- يجب العمل على رفع عدد المنشآت الصغيرة والمتوسطة وبشكل خاص في قطاعي الصناعة والنقل والمواصلات لرفع نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي من جهة، وخلق فرص عمل جديدة وبالتالي زيادة نسبة مساهمتها بمعدلات التوظيف من جهة ثانية.
- 3- إن إتباع سياسة اقتصادية قائمة على فكرة دعم وتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتوفير كافة المتطلبات التمويلية والتشريعية بهدف الاعتماد عليها كمشاريع أساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية تعتبر حاجة ملحة وضرورية في المرحلة القادمة لإعادة بناء الاقتصاد السوري.

المراجع:

- د. الشريف، ریحان. بونواله، ریم. حاضنات الأعمال كآلية لمرافقة المؤسسات الصغيرة _نموذج مقترح في مجال تكنولوجيا المعلومات- الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، 18- 19 نيسان، 2012.
- سليمة، غدير. سلمى، كیحلة. تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وآفاق، الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، 18- 19 نيسان، 2012.
- المرسوم التشريعي رقم (39) لعام 2006، المادة 1، دمشق، سورية، 2006/9/14.
- د زيدان، رامي. المشروعات الصناعية الصغيرة في سورية: دورها في التشغيل والحد من البطالة (دراسة من عام 1970 حتى 2010)، مجلة جامعة البعث، المجلد 39، العدد 50، 2017.
- د.السعيد، بربيش. مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية :حالة الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية- جامعة محمد خيضر بسكرة- العدد الثاني عشر، نوفمبر 2007.
- المللي، قمر. المعوقات التمويلية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، جامعة دمشق، سورية، 2015.
- المجموعة الإحصائية السورية للأعوام من (2002 -2012 +2017)- المكتب المركزي للإحصاء.
- نتائج المسح الصناعي في القطاع الخاص للأعوام من (2006- 2010)، المكتب المركزي للإحصاء، دمشق، سورية.
- الأسرح، حسين. المشروعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التشغيل في الدول العربية، وزارة الصناعة والتجارة المصرية، مصر، 2010.
- قبرصلي، صبا. الإئتمان المصرفي ودوره في تمويل وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية. بحث أعد لنيل درجة الماجستير في الإقتصاد والتخطيط، جامعة تشرين، 2013.

- عبد الغني، سماح. تفعيل دور المشروعات الصغيرة في خدمة أهداف التنمية الاقتصادية المصرية، الإدارة المركزية للبحوث المالية والتنمية الإدارية، مصر.
- د.مقابلة، إيهاب. البيئة الإستثمارية ومعوقات نمو المنشآت الصغيرة والمتوسطة: حالة دولة الكويت، سلسلة دراسات تنمية المعهد العربي للتخطيط، العدد 48، الكويت، أكتوبر 2014.
- د.خربوطلي، عامر. المشاريع الصغيرة والمتوسطة مرتكز التنمية ومخرج الأزمة، محاضرة مقدمة إلى الحلقة النقاشية التي تقيمها جمعية العلوم الاقتصادية السورية حول الأزمة السورية وتداعياتها الاقتصادية، دمشق، أيلول.
- د كاسب، سيد. د كمال الدين، جمال. المشروعات الصغيرة الفرص والتحديات، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، القاهرة، مصر، 2007.
- د.حرب، بيان. دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية والإجتماعية "التجربة السورية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، المجلد 22، العدد الثاني 2006.
- خربوطلي، عامر. دور المنظمات الداعمة للأعمال في تطوير القطاع الخاص السوري (نموذج الشركات الصغيرة والمتوسطة)، ورقة عمل مقدمة إلى جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق، 2005/7/30.
- صقر، راميا. المعهد الوطني للإدارة العامة، التقرير الختامي عن الفترة التدريبية الأولى من 2017/1/19 ولغاية 2017/4/27، دمشق، سورية.
- د. ناصر، سليمان. أ محسن، عواطف. تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالصيغ المصرفية الإسلامية، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الأول لمعهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي غرداية، 23-24 شباط 2011.
- القلاع، محمد غسان. القطاع الخاص وتحديات اتفاقيات الشراكة ومناطق التجارة الحرة، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية السادسة عشرة، جمعية العلوم الاقتصادية، دمشق، سورية.

- د. العكام، محمد خير. إدريس، هنادي. دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في علاج مشكلة البطالة، مجلة جامعة البعث، المجلد 38، العدد 1، 2016.

-<https://www.syria-oil.com>

- SME development policy in Syria and recommendations for a draft SME law, SME support programme, project No. (ssp) MED/2005/17542, SEBC, Syria, Aug 2007.

-Thorsten, Beck. Asli, Demirguckunt. SMEs Growth, and poverty. World Bank, Washington, 2004.

دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون دراسة ميدانية على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية

منى أحمد غزال*

الملخص

هدف البحث إلى تحديد دور التسويق الريادي بأبعاده (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص) في تحقيق رضا الزبون في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع البحث من جميع المسؤولين في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية (فندق لا ميرا، فندق روتانا أفاميا)، والبالغ عددهم حوالي (65) عامل إداري بعد استبعاد (10) عامين عينة الدراسة الاستطلاعية، حيث قامت الباحثة بإجراء المقابلات معهم وتوزيع الاستبانة "أداة البحث" عليهم، وأعيد منها (58)صالحة وكاملة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (89.23%). أظهرت النتائج وجود علاقة طردية وقوية جداً ذات دلالة معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون في الفنادق محل الدراسة، وكان ترتيب أبعاد التسويق الريادي في تأثيرها على رضا الزبون وفق الآتي: بعد التركيز على الزبائن في المرتبة الأولى، يليه بعد تعظيم الموارد، يليه بعد دعم المخاطرة، يليه بعد التركيز على الفرص.

كلمات مفتاحية: التسويق الريادي، رضا الزبون، فنادق الخمس نجوم.

* باحثة، حاصلة على درجة الماجستير في التسويق، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، طرطوس، سورية.

The Leading Role of Marketing in Achieving Customer Satisfaction A Field Study on Five-Star Hotels in Lattakia

*Mona Ahmed Ghazal

ABSTRACT

The aim of the research is to determine the role of pioneering marketing in its dimensions (maximizing resources, supporting risks, focusing on customers, focusing on opportunities) in achieving customer satisfaction in five-star hotels in Lattakia city.

The research relied on the descriptive analytical approach, and the research community consisted of all officials in the five-star hotels in the city of Lattakia (La Mira Hotel, Rotana Hotel Apamea), numbering about (65) administrative workers after excluding (10) two years. The researcher conducted interviews with them and distributed the questionnaire “research tool” to them, and (58) valid and complete ones were returned for statistical analysis, with a response rate of (%89.23)

The results showed the existence of a direct and very strong relationship with significant moral significance between the dimensions of entrepreneurial marketing and the achievement of customer satisfaction in the hotels under study, and the order of the dimensions of entrepreneurial marketing in its impact on customer satisfaction was as follows: After supporting risk, then after focusing on opportunities.

Keywords: Entrepreneurial Marketing, Customer Satisfaction, Five-Star Hotels.

*Researcher, Master's degree in Marketing, Faculty of Economics, Tartous University, Tartous, Syria.

المقدمة:

يُعدّ رضا الزبون من أهم المؤشرات التي تدل على نجاح المنظمة في التعامل مع زبائنها وقدرتها على إشباع حاجاتهم ورغباتهم، وكذلك المحافظة عليهم وزيادة ولائهم؛ فمعرفة رضا الزبون لا تتم إلا عن طريق استخدامها، ففي حال كان هناك تكرار لعملية الشراء أو الحصول على المنتجات أو الخدمات فإنّ الزبون يكون راض عنها، وبالمقابل عدم الرضا للزبائن يؤدي إلى تحولهم عن تبني المنتج أو الخدمة والحديث عنها بشكل سلبي (مسلم، 2009، ص28).

كما يُعدّ رضا الزبون الغاية التي تصب فيها كل جهود المنظمة سواء كانت إنتاجية أم مالية أم تسويقية، وهي بذلك تهدف إلى تحقيق نجاح المنظمة في السوق الأمر الذي لا يمكن تحقيقه دون الفوز برضا الزبون، وذلك أنّ رضا الزبون هو المبرر والسبب الأساس لاستمرار تعامل الزبائن مع هذه المنظمة أو تلك، وبالتالي استمرارها في ظل بيئة ديناميكية متغير بشكل مستمر (بريس والحيميري، 2006، ص380).

يُعدّ التسويق الريادي بمثابة التوجه الاستباقي نحو الفرص المتاحة والناشئة بغض النظر عن الموارد المتاحة التي تمتلكها المنظمة، وذلك بالاعتماد على عمليات التحسين وإعادة توزيع الموارد وتسخير أدوات الإبداع التي تسهل عملية تحويل الفرص إلى أحداث واقعية وملموسة وتوفير منتجات وخدمات كما يتطلع إليها الزبائن.

بناءً على ما سبق ونظراً لأهمية التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبائن وخلق القيمة لهم، يسعى البحث الحالي إلى تعرف دور التسويق الريادي بأبعاده (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص) في تحقيق رضا الزبون، وذلك بالتطبيق على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في ضرورة تحول المنشآت الفندقية إلى منشآت ريادية قولاً وفعلاً، وذلك من خلال امتلاك المسؤولين في تلك المنشآت لخصائص ريادية تُمكنها من مواكبة وضع المنافسين، والاستفادة من تلك الخصائص في إظهار جودة الخدمات المقدمة من قبلها لزبائنها، والحرص الدائم لإدارة هذه المنشآت على تلبية احتياجات الزبائن، بما يسهم

في تحقيق رضا الزبائن وزيادة ولائهم. وتتجسد مشكلة البحث من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة والمقابلات التي أجرتها مع (10) إداريين من العاملين في فنادقي (لاميرا، روتانا أفاميا)، حيث تبين أنّ الفنادق محل الدراسة لا تقوم باستغلال التسويق الريادي وأبعاده بالشكل الأمثل الذي يجعل من خدماتها لأكبر شريحة ممكنة من المجتمع وبجودة عالية، والتي تجعلها أفضل من المنافسين الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحقيق رضا الزبائن وتحولهم عن هذه الفنادق تجاه الفنادق المنافسة، ويمكن تجسيد مشكلة البحث في التساؤل الآتي:

**ما دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون في فنادق الخمس في مدينة اللاذقية؟
أهمية البحث:**

تتمثل أهمية البحث النظرية من أهمية الموضوع المدروس "التسويق الريادي ورضا الزبون"، حيث يُحقق التسويق الريادي للمنظمة تميزاً في الأداء من خلال تبني الأفكار الإبداعية والاستباقية بالإضافة إلى تحمل المخاطرة، الأمر الذي يؤدي إلى رفع مستوى جودة الخدمات التي تقدمها المنظمة، وتقديم خدمات تلبي رغبات الزبائن وحاجاتهم، ومن ثم إعطاء صورة أفضل عن واقع الخدمات الفندقية لما للقطاع الفندقي من دور بارز في دعم الاقتصاد الوطني. أيضاً إنّ تحقيق رضا الزبون يجعل المنظمة أكثر شهرة من باقي المنظمات المنافسة، وبالتالي تحقيق حصة سوقية أكبر تجعل منها تتميز بمنتجاتها عن باقي المنظمات.

ومن الناحية العملية يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في لفت أنظار المسؤولين في الفنادق محل الدراسة لتعزيز أبعاد التسويق الريادي بما يسهم في تحقيق رضا الزبون والاحتفاظ به.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحديد دور التسويق الريادي بأبعاده (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص) في تحقيق رضا الزبون في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية.

فرضيات البحث:

ينطلق البحث من الفرضية الرئيسية الآتية: لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية.

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بهدف التوصل إلى نتائج منطقية تدعم فرضيات البحث، كما تمّ استخدام المصادر الثانوية التي تشمل الأدبيات التي تناولت الموضوع، وكذلك بعض ما تمّ نشره من أبحاث ورسائل علمية ومقالات في الدوريات المتخصصة.

تكون مجتمع البحث من جميع المسؤولين في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية (فندق لا ميرا، فندق روتانا أفاميا)، والبالغ عددهم حوالي (65) عامل إداري بعد استبعاد (10) عامين عينة الدراسة الاستطلاعية، حيث قامت الباحثة بإجراء المقابلات معهم وتوزيع الاستبانة "أداة البحث" عليهم، وأعيد منها (58) صالحة وكاملة للتحليل الإحصائي، وبنسبة استجابة بلغت (89.23%).

الدراسات السابقة:

1- دراسة (Perlines and Araque, 2015) بعنوان:

Entrepreneurship Orientation in Hotel establishments.

التوجه بالريادة في تأسيس المنشآت الفندقية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التوجه بالريادة على أداء المنشآت الفندقية. تضمن مجتمع البحث المدراء التنفيذيين في تأسيس المنشآت الفندقية في إسبانيا في فترة تراوحت ما بين كانون الثاني وحزيران من العام 2014، وقد انحصرت عينة البحث على المدراء التنفيذيين في الفنادق تصنيف (2-5) نجوم في إسبانيا والمدرجة في دليل الفنادق التي يتم إنشاؤها والمنشورة من قبل Turespana. توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج أهمّها: إنّ تأسيس المنشآت الفندقية يعتمد وبشكل أساسي على التوجه بالريادة. إنّ التوجه بالريادة يتطلب تحمل المخاطرة في العمل وذلك للحصول على نتائج أداء متميزة وبالتالي تحقيق التنافسية للمنشأة الفندقية.

2- دراسة الحدراوي وآخرون (2019) بعنوان: توظيف أبعاد التسويق الريادي لتعزيز سلوكيات مواطنة الزبون: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصرف النهرين في محافظة النجف الأشرف.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التسويق بأبعاده (التوجه نحو الابتكار، والتركيز على الفرص، وكثافة الزبون، والاستفادة من الموارد، وخلق قيمة للزبون) في سلوك مواطنة الزبون، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، من عينة شملت (174) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد التسويق الريادي في سلوك مواطنة الزبون، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة لبعدي التسويق الريادي (كثافة الزبون، فعالية الموارد) في سلوك مواطنة الزبون.

3- دراسة (Hadiyati and Lukiyanto, 2019) بعنوان:

The Effect of Entrepreneurial Marketing Dimensions on Micro, Small and Medium Enterprise Performance in Indonesia.

تأثير أبعاد التسويق الريادي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر في إندونيسيا.

هدفت الدراسة على بيان أثر أبعاد التسويق الريادي على أداء المؤسسات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة بمقاطعة Java East الإندونيسية، حيث اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، على عينة وقامها (42) مؤسسة صغيرة ومتوسطة الحجم، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنّ أبعاد التسويق الريادي تؤثر على أداء المؤسسات الصغيرة جداً والصغيرة والمتوسطة الإندونيسية بمقاطعة Java East.

4- دراسة حمد وآخرون (2020) بعنوان: دور أبعاد التسويق الريادي في تعزيز إدارة علاقات الزبون: دراسة تحليلية على عينة مختارة من المصارف التجارية الخاصة في صلاح الدين.

هدفت الدراسة إلى تحديد دور أبعاد التسويق الريادي (التركيز على الزبون، استثمار الفرص، الإبداع، التوجه الاستباقي) في إدارة علاقات الزبون (رضا الزبون، ولاء الزبون، قيمة الزبون) على عينة من المصارف التجارية الخاصة في تكريت، واشتملت الدراسة

على عينة قصدية قوامها (52) موظفاً من العاملين في المصارف التجارية عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: يُعدّ التسويق الريادي من أكثر النماذج القيادية أهمية في تحويل المصارف نحو الأفضل، فهي تقوم على إحداث التغيير في مجالات الخدمات المقدمة للزبون لتلبية احتياجاته وتعزيز ولائه، كما أظهرت نتائج الدراسة تحقق وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وأبعاد علاقات الزبون على المستوى الكلي وعلى مستوى المتغيرات الفرعية.

5- دراسة سعود وضيف (2021) بعنوان: التسويق الشمولي وتأثيره في تحقيق رضا الزبون.

هدفت الدراسة إلى بيان تأثير التسويق الشمولي كمتغير مستقل عبر أبعاده (التسويق الداخلي، التسويق المتكامل، تسويق العلاقات، تسويق الأداء)، ورضا الزبون كمتغير تابع، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمّ تطبيقه على عينة من المصارف التجارية في محافظة بغداد. بلغ مجتمع الدراسة (237)، وتمّ توزيع (152) استبانة على عينة عشوائية بسيطة متمثلة بالمستويات الإدارية العليا والوسطى، واسترجعت منها (134) استبانة، وتمّ استبعاد (5) استبانات غير صالحة لتبقى (129) استبانة. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي للتسويق الشمولي بأبعاده الفرعية على رضا الزبون.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استطلاع مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت التسويق الريادي ورضا الزبون، نلاحظ أنّ الدراسات التي ربطت بين المتغيرين هي دراسات قليلة، حيث تميزت الدراسة الحالية بأنها تناولت دور التسويق الريادي بأبعاده (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص) في تحقيق رضا الزبون في القطاع الفندقي (فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية)، وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تطوير أداة البحث (الاستبانة)، وفي تحديد المفاهيم والمصطلحات المختلفة للتسويق الريادي ورضا الزبون والاستفادة منها في تشكيل الإطار النظري للبحث.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم التسويق الريادي وأهميته:

يُعرّف التسويق الريادي بأنه: توجه تسويقي يستند على تبني الاستباقية التسويقية والتنافسية لغرض البحث المستمر عن الفرص الناشئة للاستحواذ عليها واستثمارها بطريقة تمكن المنظمة من خلق القيمة للعميل (Maritz, 2010, P78).

ويرى (Jones & Rowley, 2011, P26) أنّ التسويق الريادي أسلوب تسويقي مميز، يتميز بمجموعة من العوامل التي تتضمن نهجاً غير رسمياً بسيطاً بطبيعته يهدف على التغلب على القيود التسويقية التي تقلل من قدرة المنظمة على الاستجابة والتفاعل والمنافسة الهادفة لتحقيق التفوق التنافسي المستدام. ويصف (Becherer et al., 2012, P7) التسويق الريادي بأنه مجموعة من الإجراءات التي يمكن أن توظفها المنظمات لغرض تحسين عملياتها التسويقية التي تستخدمها لغرض الكشف المبكر عن الفرص والابتكارات الفريدة والقيود على الموارد في ظروف السوق غير المؤكدة.

بناءً على ما سبق ترى الباحثة بأنّ التسويق الريادي هو اقتناص واستغلال الفرص التسويقية بشكل فاعل من أجل كسب العملاء المربحين والمحافظة عليهم من خلال تقديم أو تطوير منتج جديدة.

تظهر أهمية التسويق الريادي من خلال ما يقدم للمنظمة والعملاء والمجتمع معاً؛ فمن ناحية المنظمة يساعد على تحقيق ربح أكبر واستمرارية أطول في السوق، ومن حيث العميل يضمن له إشباع حاجاته ورغباته وتحقيق التوائم بين التضحية النقدية التي يقدمها وبين هذا الإشباع، وبالنسبة للمجتمع أو الدولة فيساعد التسويق الريادي من خلال كونه أداة هامة لزيادة الدخل القومي والمساهمة في التطور التكنولوجي وتقديم فرص عمل للمجتمع (البجاري، 2018، ص289).

ويمكن توضيح أهمية التسويق الريادي في النقاط الآتية (صادق، 2010، ص6):

1- يُعدّ هذا النوع من التسويق مهم جداً للمنظمات، والتي لازالت في المرحل الأولى لتطور المنظمة وطرح منتجاتها، إذا يتطلب ذلك استخدام التسويق الريادي.

2- التسويق الريادي حق معرفي قادر على برهنة نجاحه في مرحلة نمو المنظمة ومرحلة نضوجها، يعمل على تحقيق الدمج بين الأوجه الرئيسة للتطورات الحديثة في الفكر التسويقي والممارسات التسويقية من جهة، والتطورات الحديثة في فكر وممارسات الريادة من جهة أخرى، وهذا يؤدي إلى تحقيق بناء متكامل واحد.

3- بات هذا النوع من التسويق مهماً جداً في المجالات الأكاديمية، إذ بدأت تدرك تلك المنظمات الأكاديمية أهمية هذا النمط من التسويق، وتتجه نحو التغيير والتجديد، وقد زاد الاهتمام بالتسويق الريادي في كثير من دول العالم وخاصةً المتقدمة منها كإجراء المؤتمرات وزيادة النشاط البحثي في هذا الحقل من التسويق.

4- تزداد أهمية التسويق الريادي عندما تتسم الأسواق بدرجة عالية من الحرية الاقتصادية والتي تجعل العملاء يتمتعون بخيارات واسعة للاختيار من بين المنتجات المتاحة في الأسواق، وتؤدي إلى تزايد تنافس المنظمات فيما بينها للنيل بالفرص من خلال عمليات التبادل المربحة مع العملاء.

5- هناك مؤشرات ودلائل كثيرة توضح تصاعد أهمية التسويق الريادي ودوره كعنصر من عناصر النجاح الرئيسة في المنظمات.

6- إنّ التسويق الريادي يساعد المنظمة على تحقيق ميزة تنافسية في ظل أسواق كثيفة المنافسة، إذ يساعدها على تجاوز تحديات المنافسة لحد ما وتجنب الحروب السعرية (Ros, 2012, P123).

7- بناء المعرفة التي تمكن من ابتكار أسواق جديدة من خلال المنظمات التي تساعد على تكنولوجيا عالية وذات معدلات نمو مرتفعة (داوود وحسن، 2016، ص46).

ثانياً: مفهوم رضا الزبون وأهميته:

يعتمد رضا الزبون على الأداء المدرك للمنتج أو الخدمة بالنسبة إلى توقعات الزبون، فإذا كان الأداء غير متفق مع التوقعات فالزبون لن يكون راضياً، وإذا كان الأداء يقابل توقعات الزبون فيستحق الرضا عند الزبون، أما إذا زاد الأداء عن التوقعات فإنّ رضا الزبون سيزداد أو يبتهج (سعود، 2021، ص94). ويُعدّ رضا الزبون كما يرى (الربيعاوي والعبادي، 2019، ص51) من المفاهيم الحساسة التي تؤثر في تحديد الكثير من

مستويات العلاقات مع الزبائن، إذ أنّ الاهتمام بهذا المتغير أصبح واجباً على كل المنظمات لما له من أهمية في تحقيق فوائد كثيرة للمنظمة منها تكرار الشراء والتحدث بإيجابية، وكذلك تحقيق قيمة أكبر للزبائن.

ويرى (Peltonen,2016, P19) أنّ رضا الزبون هو عملية تقييم الزبائن لجودة المنتج بعد إتمام عملية الشراء في ضوء توقعاتهم، كما يرتبط رضا الزبون بمدى استخدام المنتج وتكرار ذلك.

بناءً على ما سبق يمثل رضا الزبون التوقعات الإيجابية عند الزبون تجاه منتج أو خدمة معينة يولد لديه الرضا نتيجة لما يحصل عليه من منافع من المنتج أو الخدمة تلبي رغباته واحتياجاته.

تعتمد أهمية رضا الزبون على عدة أمور تعتبر الوسيلة المعبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء المنظمة ووفق الآتي (الكعبي، 2015، ص36):

- 1- إذا كان الزبون راضياً عن أداء المنظمة فسيتحدث للآخرين، مما يولد زبائن جدد.
- 2- إذا كان الزبون راضياً عن الخدمة المقدمة إليه من المنظمة، فقراره بالعودة إليها سيكون سريعاً.
- 3- إنّ رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المنظمة سيقول من احتمال توجه الزبون إلى منظمات أخرى منافسة.
- 4- إنّ إدارة المنظمة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين لاسيما فيما يخص المنافسة السعرية.
- 5- إنّ رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع المنظمة في المستقبل مرة أخرى.
- 6- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمنظمة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه، مما يقود المنظمة إلى تطوير خدماتها المقدمة للزبون.

النتائج والمناقشة:

لتحقيق أهداف البحث وبالاعتماد على الدراسات السابقة الواردة في متن البحث، تمّ تطوير "استبانة"، وقد تكونت الاستبانة من (22) عبارة موزعة على خمسة محاور تشمل

أبعاد التسويق الريادي (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص)، بالإضافة إلى محور رضا الزبون. تمّ الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، وذلك بإعطاء الدرجة /5/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة /4/ للإجابة بدرجة كبيرة، والدرجة /3/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة /2/ للإجابة بدرجة ضعيفة، والدرجة /1/ للإجابة بدرجة ضعيفة جداً، كذلك تمّ استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.25 في التحليل الإحصائي. وتمّ التأكد من صدق الاستبانة وصلاحيتها للقياس، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظاتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظات المحكمين، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وكانت النتائج وفق الجدول الآتي:

الجدول (1) اختبار الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

المحاور (الأبعاد)	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
تعظيم الموارد	4	0.855
دعم المخاطرة	4	0.846
التركيز على الزبائن	4	0.788
التركيز على الفرص	4	0.831
رضا الزبائن	6	0.863
الثبات الكلي	22	0.859

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

يبين الجدول (1) أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع المتغيرات تساوي (0.859)، وهي أكبر من 0.70، كذلك يلاحظ أنّ قيم معامل ألفا كرونباخ لكل محور من المحاور أكبر من 0.70، وهذا يدل على ثبات الأداة وصلاحيتها للقياس والدراسة. تمّ الاعتماد على الأساليب الإحصائية الآتية: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري للعينة، الأهمية النسبية، اختبار (t) لعينة واحدة One-Sample T. test، الانحدار المتعدد.

أما معيار الحكم على متوسط الاستجابات وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي:

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

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

دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون
دراسة ميدانية على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية

وبناءً عليه تمّ اعتماد التوبوب المغلق، وتمّ تحديد المجالات الآتية:

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

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

المصدر: من إعداد الباحثة

بناءً على نتائج تفرغ الاستبانة، نبين فيما يلي مستوى التسويق الريادي من خلال أبعاده (تعظيم الموارد، دعم المخاطرة، التركيز على الزبائن، التركيز على الفرص)، بالإضافة إلى مستوى السعي لتحقيق رضا الزبون من قبل الفنادق محل الدراسة، حيث قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة حسب كل محور، ومن ثمّ حساب المتوسط الحسابي العام لكامل عبارات البعد واختبار معنويته، وذلك وفق الآتي:

أولاً: أبعاد التسويق الريادي:

1) بعد تعظيم الموارد:

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

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى بعد تعظيم الموارد في الفنادق محل الدراسة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	11.284	77.9	0.604	3.895	1. لدى الفندق أفراد عاملون لديهم القدرة على تحقيق أهدافه.
دال	.000	9.341	75.48	0.631	3.774	2. يستثمر الفندق موارده المالية لتطوير مستوى الخدمة الفندقية المقدمة للضيوف.
دال	.000	9.658	76.64	0.656	3.832	3. يعمل الفندق على استثمار جميع طاقاته لصناعة الخدمة الفندقية.
دال	.000	11.673	77.26	0.563	3.863	4. يقوم الفندق بإعداد برامج تدريبية لتطوير موارده البشرية.
دال	.000	10.447	76.82	0.613	3.841	المتوسط العام

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

يبين الجدول رقم (3) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة وبدرجة كبيرة على بعد "تعظيم الموارد"، وذلك من خلال استثمار الفندق موارده المالية لتطوير مستوى الخدمة الفندقية المقدمة للضيوف، واستثمار جميع طاقاته لصناعة الخدمة الفندقية، وقيامه بإعداد برامج تدريبية لتطوير موارده البشرية، بالإضافة إلى امتلاك الفندق أفراد عاملون لديهم القدرة على تحقيق أهدافه.

وبشكل عام بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (3.841)، وهي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق موجب معنوي بلغ (0.841)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = 0.000 < 0.05$ يمكن القول أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد تعظيم الموارد بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (76.82%).

(2) بعد دعم المخاطرة:

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

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى بعد دعم لمخاطرة في الفنادق محل الدراسة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	13.930	79.5	0.533	3.975	5. يتحمل الفندق المخاطرة التي ترافق الأفكار الجديدة.
دال	.000	11.850	77.18	0.552	3.859	6. يقترح الفندق أساليب جديدة تصاحبها مخاطرة مأخوذة بنظر الاعتبار.
دال	.000	8.744	75.18	0.661	3.759	7. يواكب الفندق التغير التكنولوجي الحاصل في الخدمة الفندقية.
دال	.000	7.670	73.94	0.692	3.697	8. ينفذ الفندق البديل الأكثر ربحية على الرغم من المخاطرة العالية.
دال	.000	10.291	76.46	0.609	3.823	المتوسط العام

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

يبين الجدول رقم (4) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة وبدرجة كبيرة على بعد "دعم المخاطرة"، وذلك من خلال تحمل الفندق المخاطرة التي ترافق الأفكار الجديدة، واقتراح أساليب جديدة تصاحبها مخاطرة مأخوذة بعين الاعتبار،

دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون
دراسة ميدانية على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية

ومواكبة التغيير التكنولوجي الحاصل في الخدمة الفندقية، وتنفيذ البديل الأكثر ربحية على الرغم من المخاطرة العالية.

وبشكل عام بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (3.823)، وهي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفرق موجب معنوي بلغ (0.823)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، وبما أن احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ يمكن القول أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد دعم المخاطرة بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (76.46%).

3) بعد التركيز على الزبائن:

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

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى بعد التركيز على الزبائن في الفنادق محل الدراسة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	12.034	78.3	0.579	3.915	9. يعمل الفندق باستمرار على جذب الضيوف من خلال التعرف على حاجاتهم ورغباتهم.
دال	.000	15.634	82.46	0.547	4.123	10. يعمل الفندق على إشراك الضيوف والآخذ بأرائهم حول الخدمات التي يقدمها.
دال	.000	12.865	78.82	0.557	3.941	11- يعمل الفندق على أن يكون لدى الأفراد العاملين مهارات تمكنهم من التعامل مع الضيوف بمهنية عالية.
دال	.000	8.424	74.78	0.668	3.739	12- يحاول الفندق تعزيز العلاقة المستدامة مع الضيوف بعد المغادرة.
دال	.000	12.031	78.58	0.588	3.929	المتوسط العام

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

يبين الجدول رقم (5) أنّ قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة وبدرجة كبيرة على بعد "التركيز على الزبائن"، وذلك من خلال عمل الفندق باستمرار على جذب الضيوف من خلال التعرف على حاجاتهم ورغباتهم، وإشراكه الضيوف والآخذ بأرائهم حول جودة الخدمات التي يقدمها، وسعيه إلى أن يكون لدى الأفراد العاملين

مهارات تمكنهم من التعامل مع الضيوف بمهنية عالية، ومحاولته تعزيز العلاقة المستدامة مع الضيوف بعد المغادرة.

وبشكل عام بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (3.929)، وهي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق موجب معنوي بلغ (0.929)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، وبما أن احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ يمكن القول أن الفنادق محل الدراسة تحقق بعد التركيز على الزبائن بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (78.58%).

4) بعد التركيز على الفرض:

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

الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بمستوى بعد التركيز على الفرض في الفنادق محل الدراسة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	8.713	75.24	0.666	3.762	13. يعمل الفندق وبشكل مستمر على توقع الفرص المربحة.
دال	.000	6.048	71.58	0.729	3.579	14. يهتم الفندق بدراسة كيفية اختيار الفرص المتاحة لجذب الضيوف.
دال	.000	8.408	75.06	0.682	3.753	15. يعتمد الفندق أساليب تسويقية تساعد بشكل كبير على استقطاب ضيوف جدد.
دال	.000	5.441	70.96	0.767	3.548	16. يقيم الفندق الفرص الجديدة وفق معيار الكلفة وإيراد كل فرصة.
دال	.000	7.079	73.22	0.711	3.661	المتوسط العام

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

يبين الجدول رقم (5) أن قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة وبدرجة كبيرة على بعد "التركيز على الفرص"، وذلك من خلال عمل الفندق باستمرار على توقع الفرص المربحة، واهتمامه بدراسة كيفية اختيار الفرص المتاحة لجذب الضيوف، واعتماده أساليب تسويقية تساعد بشكل كبير على استقطاب ضيوف جدد، وتقييمه الفرص الجديدة وفق معيار الكلفة وإيراد كل فرصة.

وبشكل عام بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (3.661)، وهي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، ويفرق موجب معنوي بلغ (0.661)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)،

دور التسويق الريادي في تحقيق رضا الزبون
دراسة ميدانية على فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية

وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، وبما أن احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ يمكن القول أن الفنادق محل الدراسة تحقق بعد التركيز على الفرص بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (73.22%).

ثانياً: تحقيق رضا الزبون:

يبين الجدول رقم (6) أن قيم المتوسطات الحسابية للعبارات تدل على اتفاق أفراد العينة وبدرجة كبيرة على بعد "تحقيق رضا الزبون"، وذلك من خلال الحرص على تقديم خدمات ذات جودة عالية، والالتزام بالمواعيد المحددة للخدمات والبرامج، ومناسبة كلفة الخدمات المقدمة للزبائن، وتبسيط إجراءات الحصول على الخدمة قدر الإمكان لضمان السرعة في تقديمها، والحرص على إطلاع الزبائن بكافة الخدمات التي تقدمها الفنادق من خلال وسائل الترويج المناسبة.

الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ونتائج اختبار الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة فيما يتعلق بتحقيق رضا الزبون عن الفنادق محل الدراسة

Test Value = 3			الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
القرار	احتمال الدلالة	مؤشر الاختبار t				
دال	.000	9.356	76.34	0.665	3.817	1. يحرص الفندق على تقديم خدمات ذات جودة عالية.
دال	.000	9.484	75.22	0.611	3.761	2. يلتزم الفندق بالمواعيد المحددة لخدماته وبرامجه.
دال	.000	6.929	72.52	0.688	3.626	3. كلفة الخدمات المقدمة من قبل الفندق مناسبة.
دال	.000	9.455	75.62	0.629	3.781	4. تبسط إدارة الفندق إجراءات الحصول على الخدمة قدر الإمكان لضمان السرعة في تقديمها.
دال	.000	5.854	71.04	0.718	3.552	5. يأخذ الفندق بالمقترحات التي يقدمها الزبائن.
دال	.000	10.782	77.16	0.606	3.858	6. تحرص إدارة الفندق على إطلاع زبائنهم بكافة الخدمات التي تقدمها من خلال وسائل الترويج المناسبة.
دال	.000	8.549	74.64	0.652	3.732	المتوسط العام

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

وبشكل عام بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام (3.732)، وهي ترتفع عن متوسط المقياس (3)، وبفارق موجب معنوي بلغ (0.732)، وتقع ضمن المجال (3.41-4.20)، وتقابل شدة الإجابة "بدرجة كبيرة" على مقياس ليكرت، وبما أنّ احتمال الدلالة $P = .000 < 0.05$ يمكن القول أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق رضا الزبون بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (74.64%).

اختبار فرضية البحث: لا توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون في فنادق الخمس نجوم في مدينة اللاذقية. لاختبار هذه الفرضية تمّ الاعتماد على الانحدار المتعدد:

الجدول (7) ملخص تحليل الانحدار للعلاقة بين أبعاد التسويق الريادي وتحقيق رضا الزبون

Model Summary^b

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	.982	.963	.961	.11711	.963	349.21	4	53	.000

الجدول (8) تحليل تباين الانحدار للعلاقة بين أبعاد التسويق الريادي وتحقيق رضا الزبون

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.158	4	4.790	349.214	.000
	Residual	.727	53	.014		
	Total	19.885	57			

الجدول (9) تحليل معاملات الانحدار للعلاقة بين أبعاد التسويق الريادي وتحقيق رضا الزبون

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.760	.082		9.278	.000
	تعظيم الموارد	.215	.045	.253	4.735	.000
	دعم المخاطرة	.185	.031	.220	6.058	.000
	التركيز على الزبائن	.257	.056	.393	4.563	.000
	التركيز على الفرص	.148	.065	.206	2.267	.027

يبين الجدول رقم (7) أن قيمة معامل الارتباط المتعدد بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون بلغت (0.982)، وهي تدل على أنّ العلاقة قوية جداً فيما بينهما، كما نلاحظ من نفس الجدول أنّ أبعاد التسويق الريادي تُفسّر ما نسبته (96.1%) من تباين

تحقيق رضا الزبون، وهي دالة إحصائياً لأن $P = 0.000 < 0.05$ كما يبين الجدول رقم (8). وبملاحظة قيم $Beta$ الموضحة في الجدول رقم (9) نجد أنّ بعد التركيز على الزبائن كان الأكثر أثراً في تحقيق رضا الزبون، حيث بلغت قيمة $Beta$ المقابلة له (0.393)، وهو دال إحصائياً، وقد تلاه بعد تعظيم الموارد، حيث بلغت قيمة $Beta$ المقابلة له (0.253)، وهو دال إحصائياً، وتلاه بعد دعم المخاطرة، حيث بلغت قيمة $Beta$ المقابلة له (0.220)، وهو دال إحصائياً، وتلاه بعد التركيز على الفرص حيث بلغت قيمة $Beta$ المقابلة له (0.206)، وهو دال إحصائياً.

بناءً على ذلك نرفض الفرضية الرئيسة للبحث (الصفريّة) ونقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة طردية وقوية جداً ذات دلالة معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون في الفنادق محل الدراسة.

نتائج البحث:

1- أظهرت النتائج أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد تعظيم الموارد بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (76.82%)، ويتجلى ذلك من خلال استثمار الفندق موارده المالية لتطوير مستوى الخدمة الفندقية المقدمة للضيوف، واستثمار جميع طاقاته لصناعة الخدمة الفندقية، وقيامه بإعداد برامج تدريبية لتطوير موارده البشرية، بالإضافة إلى امتلاك الفندق أفراد عاملون لديهم القدرة على تحقيق أهدافه.

2- أظهرت النتائج أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد دعم المخاطرة بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (76.46%)، ويتجلى ذلك من خلال تحمل الفندق المخاطرة التي ترافق الأفكار الجديدة، واقتراح أساليب جديدة تصاحبها مخاطرة مأخوذة بعين الاعتبار، ومواكبة التغير التكنولوجي الحاصل في الخدمة الفندقية، وتنفيذ البديل الأكثر ربحية على الرغم من المخاطرة العالية.

3- أظهرت النتائج أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد التركيز على الزبائن بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (78.58%)، ويتجلى ذلك من خلال عمل الفندق باستمرار على جذب الضيوف من خلال التعرف على حاجاتهم ورغباتهم، وإشراكه الضيوف والأخذ بأرائهم حول جودة الخدمات التي يقدمها، وسعيه إلى أن يكون لدى الأفراد العاملين مهارات

تمكنهم من التعامل مع الضيوف بمهنية عالية، ومحاولته تعزيز العلاقة المستدامة مع الضيوف بعد المغادرة.

4- أظهرت النتائج أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق بعد التركيز على الفرص بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (73.22%)، ويتجلى ذلك من خلال عمل الفندق باستمرار على توقع الفرص المربحة، واهتمامه بدراسة كيفية اختيار الفرص المتاحة لجذب الضيوف، واعتماده أساليب تسويقية تساعد بشكل كبير على استقطاب ضيوف جدد، وتقييمه الفرص الجديدة وفق معيار الكلفة وإيراد كل فرصة.

5- أظهرت النتائج أنّ الفنادق محل الدراسة تحقق رضا الزبون بدرجة كبيرة، وبأهمية نسبية (74.64%)، ويتجلى ذلك من خلال الحرص على تقديم خدمات ذات جودة عالية، والالتزام بالمواعيد المحددة للخدمات والبرامج، ومناسبة كلفة الخدمات المقدمة للزبائن، وتبسيط إجراءات الحصول على الخدمة قدر الإمكان لضمان السرعة في تقديمها، والحرص على إطلاع الزبائن بكافة الخدمات التي تقدمها الفنادق من خلال وسائل الترويج المناسبة.

6- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية وقوية جداً ذات دلالة معنوية بين أبعاد التسويق الريادي وبين تحقيق رضا الزبون في الفنادق محل الدراسة، وكان ترتيب أبعاد التسويق الريادي في تأثيرها على رضا الزبون وفق الآتي: بعد التركيز على الزبائن في المرتبة الأولى، يليه بعد تعظيم الموارد، يليه بعد دعم المخاطرة، يليه بعد التركيز على الفرص.

مقترحات البحث:

1- ضرورة العمل من قبل الفنادق محل الدراسة على تعزيز أبعاد التسويق الريادي لما لها من دور في تعزيز العلاقة مع الزبون، وتحقيق ولاءه والاحتفاظ به لأطول فترة ممكنة.

2- التأكيد على إدارات الفنادق محل الدراسة أن تعمل على استغلال الريادة والأفكار الريادية استغلالاً أمثلاً، وذلك من خلال تهيئة الأرضية اللازمة التي تجعلها قادرة على تقديم خدماتها لأكبر شريحة ممكنة من المجتمع وبجودة عالية، وذلك من خلال رصد الإمكانيات المادية والمعنوية، ومتابعة التطور التكنولوجي لتتمكن من المنافسة في تقديم الخدمة من وجهة نظر الزبائن.

3- ضرورة العمل على اختيار أشخاص للعمل في التسويق الريادي لديهم خبرات ومهارات وقدرات تفاعلية، وإقامة الدورات لهم لتنمية خبراتهم ومهاراتهم لكي يتمكنوا من تلبية احتياجات الزبائن، ورغباتهم المتجددة، وبالتالي تحقيق رضاهم وزيادة ولائهم.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- البجاري، أحمد يوسف فتحي 2018- التسويق الريادي في إطار توظيف إدارة علاقات الزبائن: دراسة حالة في شركة كورك للاتصالات، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (1)، العدد (41)، 276-303.
- 2- بريس، أحمد كاظم؛ والحميري، بشار عباس 2006- أثر المزيج الترويجي للخدمات السياحية في تحقيق رضا الزبون: دراسة ميدانية على عينة من المنشآت السياحية في محافظة كربلاء، المؤتمر العلمي الثالث، السياحة في كربلاء المقدسة الواقع والآفاق، جامعة آل البيت، العراق، 360.
- 3- داود، فضيلة سلمان؛ وحسن، ساهرة محمد 2016- دور التسويق الريادي في تحقيق الميزة التنافسية في عينة من المصارف الأهلية، مجلة كلية المأمون الجامعة، العدد (28)، 46.
- 4- الربيعاوي، سعدون حمود جثير؛ والعبادي، فارس أحمد عبد 2019- دور عوامل الخدمة المادية في تحقيق رضا الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (25)، العدد (115)، 41-65.
- 5- سعود، ربيع ياسين؛ وضيف أحمد إبراهيم 2021- التسويق الشمولي وتأثيره في تحقيق رضا الزبون، مجلة الدنانير، المجلد (1)، العدد (23)، 81-107.
- 6- صادق، درمان سليمان 2010- قياس مكانة عمليات التسويق الريادي في منظمات الأعمال الصغيرة: دراسة استطلاعية في عينة من مصانع المياه المعدنية في إقليم كردستان- العراق، مجلة جامعة كربلاء، كربلاء، العراق، 6.

7- الكعبي، إسراء مسلك 2015- إدارة علاقات الزبون وتأثيرها في الأداء المصرفي: دراسة تحليلية في عينة من المصارف الحكومية العراقية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، 36.

8- مسلم، طارق عبد الحميد 2009- أثر تبني مفهوم التسويق الحديث على رضا المستهلكين في مؤسسات تجارة التجزئة كبيرة الحجم في مدينة عمان، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن، 28.

ثانياً: المراجع العربية باللغة الإنكليزية:

1. Al-Bajari, Ahmed Youssef Fathi 2018- Entrepreneurial Marketing in the Framework of Employing Customer Relationship Management: A Case Study in Korek Communications Company, Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Volume (1), Issue (41), 276-303.
2. Press, Ahmed Kazem; Al-Hamiri, Bashar Abbas 2006 - The Impact of the Promotional Mix for Tourism Services in Achieving Customer Satisfaction: A Field Study on a Sample of Tourism Establishments in Karbala Governorate, Third Scientific Conference, Tourism in Holy Karbala, Reality and Prospects, Al-Bayt University, Iraq, 360.
3. Daoud, Fadila Salman; Hassan, Sahira Muhammad 2016 - The Role of Entrepreneurial Marketing in Achieving Competitive Advantage in a Sample of Private Banks, Al-Mamoun University College Journal, No. (28), 46.
4. Al-Rabeawi, Saadoun Hammoud Jatheer; And Al-Abadi, Faris Ahmed Abd 2019 - The Role of Material Service Factors in Achieving Customer Satisfaction, Journal of Economic and Administrative Sciences, Volume (25), Issue (115), 41-65.
5. Saud, Rabie Yassin; The guest of Ahmed Ibrahim 2021 - Holistic Marketing and its Impact on Achieving Customer Satisfaction, Al-Dinar Magazine, Volume (1), Issue (23), 81-107.
6. Sadiq, Dorman Suleiman 2010 - Measuring the status of entrepreneurial marketing operations in small business organizations: An exploratory study in a sample of mineral water factories in the Kurdistan region - Iraq, Karbala University Journal, Karbala, Iraq, 6.

7. Al-Kaabi, Esraa Maslak 2015 - Customer Relationships Management and its Impact on Banking Performance: An Analytical Study in a Sample of Iraqi Governmental Banks, Master's Thesis, College of Administration and Economics, Al-Mustansiriya University, Iraq, 36.
8. Muslim, Tariq Abdel Hamid 2009- The impact of adopting the concept of modern marketing on consumer satisfaction in large-sized retail establishments in the city of Amman, Master's Thesis, College of Business, Middle East University for Graduate Studies, Amman, Jordan, 28.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

1. Becherer, Richard C., Helms, Marilyn M.& John P. McDonald, 2012- The effect of entrepreneurial marketing on outcome goals in SMEs, New England Journal of Entrepreneurship, Vol. 15 Issue: 1,7-18.
2. Jones, Rosalind & Rowley, Jennifer, 2011- Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration. International Small Business Journal, 29(1) 25–36.
3. Maritz, Alex, Frederick, Howard & Valos, 2010- A discursive approach to entrepreneurial marketing: Integrating academic and practice theory, Copyright © eContent Management Pty Ltd. Small Enterprise Research (2009–2010) 17: 74–86.
4. Peltonen, E., 2016- Customer Satisfaction and Perceived Value in B2B Relationship", Business Economics, University of Applied Sciences, 19.
5. Perlins, Felipe Hernández; Araque, Benito Yañez.2015- Entrepreneurship Orientation in Hotel establishments, 2nd International Symposium on Partial Least Squares Path Modeling, Seville (Spain), 1-12.
6. Ross, Gordon,.2012 - Re-thinking and re-tooling the social marketing mix, Australasian Marketing Journal, vol. 20, 123.

دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية

دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس

**The role of external environmental diagnosis in enhancing
the competitiveness of hotel establishments**

**A field study on three and four star hotels in Tartous
Governorate**

إعداد طالبة الماجستير

نور عبد الكريم عيسى

المشرف الرئيسي : أ . د . حسن مشرقى

المشرف المشارك : د . احمد حمود

الجمهورية العربية السورية

جامعة البعث - كلية السياحة

ملخص البحث

يتمحور هذا البحث حول دراسة المتغيرات والعوامل الخارجية (العامة والخاصة) للبيئة الفندقية، ودور ذلك في زيادة رقم مبيعاتها من الخدمات وتوسيع حصتها السوقية من خلال تحقيق الميزة التنافسية، ويتناول البحث في جانبه النظري أهم التعاريف والمفاهيم والنقاط المتعلقة بالبيئة الخارجية الفندقية وكيفية تشخيص متغيراتها العامة والخاصة وما ينتج عنها من فرص وتهديدات، وذلك باستخدام المنهج الوصفي الذي يقوم على دراسة وتوصيف وتحليل مفردات الظاهرة المدروسة من كافة جوانبها.

وفي الجانب العملي قامت الباحثة بتطبيق دراستها على عينة عشوائية من فنادق مدينة طرطوس من درجة ثلاثة وأربعة النجوم، معتمدة في ذلك على أسلوب الاستبانة والمقابلات الشخصية واستخدمت المنهج الإحصائي حيث استعانت بالأدوات والأساليب الإحصائية مثل التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية والدلالة المعنوية ومعاملات الارتباط لقياس صدق الاستبانة، وتوصلت الى مجموعة من النتائج الهامة وأهمها وجود جوانب ضعف واضحة في تشخيص المتغيرات التنافسية للبيئة الفندقية مما يضعف من قدرتها على تحقيق الميزة التنافسية، وقدمت مجموعة من المقترحات ومنها ضرورة التشخيص الدقيق للمتغيرات الاقتصادية والتنافسية.

الكلمات المفتاحية: البيئة، التشخيص البيئي، البيئة الخارجية، البيئة العامة، البيئة الخاصة، البيئة التنافسية، المنشأة الفندقية، الفرص، التهديدات.

Abstract

This research focuses on studying the external variables and factors (public and private) for the hotel environment, and its role in increasing its sales number of services and expanding its market share by achieving competitive advantage. And the resulting opportunities and threats, using the descriptive approach, which is based on the study, description and analysis of the vocabulary of the phenomenon studied in all its aspects.

On the practical side, the researcher applied her study to a random sample of hotels in the city of Tartous of three and four stars, based on the questionnaire and personal interviews, and used the statistical method, where she used statistical tools and methods such as frequencies, averages, standard deviations, moral significance and correlation coefficients to measure the validity of the questionnaire.

And it reached a set of important results, the most important of which is the presence of clear weaknesses in diagnosing

the competitive variables of the hotel environment, which weakens its ability to achieve competitive advantage.

Keywords: environment, environmental diagnosis, external environment, general environment, private environment, competitive environment, hotel establishment, opportunities, threats.

1-دراسة (مطوع، 2000):

(تطوير الاستراتيجيات التسويقية لمواجهة متغيرات البيئة التنافسية)

وقد تطرقت هذه الدراسة الى أهمية تشخيص وتحليل المتغيرات البيئية التنافسية وأثر ذلك على الاستراتيجية التنافسية والتسويقية في قطاع الدوائيات في جمهورية مصر العربية، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير استراتيجيات المزيج التسويقي الدوائي (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج) لتكون أكثر استجابة لمتغيرات البيئة التنافسية.

2-دراسة (تشارلز، 1998):

وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة اعتماد عمليات التحليل الاستراتيجي البيئي، لتبني خيارات استراتيجية تسويقية وتنافسية تكون أكثر استجابة للمتغيرات الحاصلة في شدة المنافسة والتي يتم التوصل اليها من خلال عمليات التحليل الاستراتيجي للبيئة الخارجية العامة والبيئة الخارجية الخاصة.

3-دراسة (بو صالح، خدة، 2016):

(دور تحليل البيئة الخارجية لمؤسسة اقتصادية في تقييم خيارها

الاستراتيجي)

وقد تناولت هذه الدراسة عملية التحليل الاستراتيجي للمتغيرات البيئية العامة

(الكلية) الاقتصادية والتقنية والاجتماعية والقانونية والمتغيرات البيئية الخاصة

كالمنافسة والزبائن والموردين، ودور هذا التحليل في صنع الخيار الاستراتيجي في المؤسسات الاقتصادية.

وبينت الدراسة، أنه بعدما تتعرف المؤسسة على مكونات البيئة الخارجية العامة والخاصة، تسعى إلى التعرف على الفرص التي يمنحها المحيط والتهديدات التي تواجهها عن طريق جمع المعلومات عن هذه البيئة ليتم بعد ذلك تحليل الفرص واغتنامها ومواجهة التهديدات، ومن ثم اتخاذ القرار الاستراتيجي المناسب.

4- دراسة (Thuong Nguyen, 2017):

(Applying Strategic Analysis in Business strategy to enhance competition and innovation)

تمحورت هذه الدراسة على أهمية الإدارة الاستراتيجية والتحليل الاستراتيجي للمتغيرات البيئية لتعزيز أعمال المؤسسة ورسم سياسات الابتكار في تقديم الخدمات. وتوضيح أهم أدوات التحليل الاستراتيجي الأساسية المستخدمة في المؤسسات نظراً لضعف القدرة عند بعض المؤسسات على تطبيق مختلف

الأدوات التحليلية الاستراتيجية الهامة مثل قوى بورتر الخمسة وسلسلة القيمة ونظريات الكفاءات الأساسية.

وتتميز هذه الدراسات عن دراستنا الحالية ، بأنها مطبقة على قطاعات غير فندقية ، وخارج الجمهورية العربية السورية ، أما بحثنا هذا فهو على الفنادق من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في الجمهورية العربية السورية .

مقدمة البحث :

يتفق علماء الإدارة على أن منشآت الأعمال ومنها المنشآت الفندقية تعيش في ظل بيئة ديناميكية متغيرة باستمرار، ولكي يكون نشاط هذه المنشآت فاعلاً ومحققاً لأهدافه في تعزيز القدرة التنافسية وبناء الميزة التنافسية يجب أن يكون متجدداً، وأن الآلية المطلوبة لتحقيق التجدد هي من خلال التفاعل الصميمي مع البيئة. (1- الخير، وآخرون، ص 106)

يؤكد فيليب كوتلر، الباحث في مجال الإدارة والتسويق، أن المنظمة نظام مفتوح يأخذ من البيئة احتياجاته (المدخلات)، ويقدم لها ما ينتجه (مخرجات)، وهذه البيئة التي تعد المنظمة جزءاً منها تتشكل من مجموعة من القوى والعوامل التي تؤثر عليها محددة الفرص المناسبة، والتهديدات المحدقة، الأمر الذي يتطلب استجابات مناسبة من خلال استخدام بحوثها التسويقية وأنظمتها الواعية لمراقبة تغيرات البيئة المحيطة ثم العمل على تكيف سياساتها التسويقية مع هذه التغيرات للمحافظة على حياتها وتعزيز قدراتها التنافسية. (2- كوتلر، ص 16)

مما لا شك فيه أن منشآت الخدمات ومنها المنشآت الفندقية ليست بمنأى عن هكذا متغيرات بيئية، فتزايد المنافسة الفندقية، وتسارع التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية ذات الصلة بالبيئة الفندقية الخارجية سيجعلها أشد حاجة الى تبني الاساليب الحديثة في دراسة وتشخيص المتغيرات العامة سواء أكانت اقتصادية أو تكنولوجية أو اجتماعية أو قانونية أو طبيعية، والمتغيرات الخاصة سواء أكانت تنافسية، أو متعلقة بالزبائن (السياح) أو الوسطاء.

وعليه تنصب هذه الدراسة في محاولة للتعريف بأهم المفاهيم والأساليب المعتمدة في دراسة وتشخيص المتغيرات الخارجية العامة والخاصة للبيئة الفندقية، إضافة الى واقع التشخيص البيئي الخارجي في منشآتنا الفندقية ودور ذلك في تحقيق الميزة التنافسية آمليين أن تحقق هذه الدراسة الفائدة المرجوة منها.

مشكلة البحث:

يتمثل الأساس الذي بنيت عليه اشكالية البحث من خلال الاطلاع على المراجع والدراسات والأدبيات ذات الصلة، إضافة الى الزيارات الميدانية الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة للمنشآت الفندقية المبحوثة، واجراء العديد من المقابلات الشخصية مع المعنيين فيها، حيث تبين وجود مواقع خلل وضعف كبيرة في بنية التشخيص البيئي الخارجي العام والخاص في هذه المنشآت مما يحد من قدرتها على تعزيز قدراتها التنافسية وتحقيق الميزة التنافسية، وقد خلصت الباحثة الى صياغة مشكلة الدراسة من خلال التساؤلات التالية:

- هل تقوم المنشآت الفندقية المبحوثة بمسح وتشخيص متغيراتها البيئية العامة (الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والطبيعية والقانونية)، وما تأثير ذلك على قدرتها في تحقيق الميزة التنافسية ؟

- هل تقوم المنشآت الفندقية المبحوثة بمسح وتشخيص متغيراتها البيئية الخاصة (المنافسين والزبائن والسياح والوسطاء)، وما تأثير ذلك على قدرتها في تحقيق الميزة التنافسية؟

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذا البحث من جانبين:

1- الأهمية العلمية (النظرية): فهذا البحث (دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية) تقدم مرجعاً علمياً يستند الى مفاهيم وأبحاث علمية موثقة في مجال الدراسات الإدارية السياحية والفندقية عن عمليات التشخيص والمسح البيئي للبيئة الفندقية بمتغيراتها العامة (الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والطبيعية والقانونية)، ومتغيراتها الخاصة (المنافسين والزبائن والسياح والوسطاء).

2- الأهمية العملية (التطبيقية):

وتأتي من النتائج الهامة التي من شأنها دفع عجلة الأداء التسويقي والتنافسي في المنشآت الفندقية إضافة الى أهمية القطاع الذي يتناوله البحث، فقطاع الفنادق يشكل إحدى الركائز الحيوية الهامة في دفع عجلة التنمية السياحية بحكم طبيعة خدماته وزبائنه، وله دور بارز في دعم الاقتصاد الوطني والدخل القومي والتخفيف من حدة ... ونأمل أن يساهم هذا البحث في تحقيق ذلك إذا ما تم الأخذ بمقترحاته من قبل المنشآت الفندقية المبحوثة.

أهداف البحث:

تتلخص أهداف البحث في النقاط التالية:

1- ايضاح مفاهيم وعمليات التشخيص البيئي الخارجي العام والخاص ذات البعد السياحي والفندقي، ومدى تأثير تشخيصها على القدرة التنافسية للمنشآت الفندقية المبحوثة.

2- البحث في أهم المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والقانونية المطلوب تشخيصها من قبل المنشآت الفندقية المبحوثة، وانعكاس ذلك على قدرتها في تحقيق الميزة التنافسية.

3- البحث في أهم المتغيرات المتعلقة بالمنافسين والزبائن والسياح والوسطاء، الواجب تشخيصها من قبل المنشآت الفندقية المبحوثة وانعكاس ذلك على قدرتها في تحقيق الميزة التنافسية.

4- تقديم مجموعة من النتائج والمقترحات، التي من شأنها أن تساهم في دفع عجلة الأداء التنافسي إذا ما تم تطبيقها في المنشآت الفندقية المبحوثة.

فرضيات البحث:

في ضوء الدراسات السابقة وعنوان البحث وتساؤلات مشكلته وأهميته وأهدافه، فقد تمكنت الباحثة من صياغة الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الأولى: يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عمليات التشخيص الخارجي العام في المنشآت الفندقية المبحوثة، وبين إمكانية تعزيز قدراتها التنافسية.

الفرضية الثانية: يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عمليات التشخيص الخارجي الخاص في المنشآت الفندقية المبحوثة، وبين إمكانية تعزيز قدراتها التنافسية.

متغيرات البحث:

المتغيرات المستقلة : التشخيص الخارجي العام، والتشخيص الخارجي الخاص.

المتغير التابع: تعزيز القدرة التنافسية.

منهج البحث:

يعتمد هذا البحث في جانبه النظري على المنهج الوصفي لأهم ما جاء في الدراسات والأبحاث والمراجع العربية والأجنبية حول مفاهيم وعمليات التشخيص الخارجي العام والخاص للبيئة الفندقية، والذي يقوم على تحليل وتفسير النتائج أملاً في التوصل الى تعميمات يزيد بها رصيد المعرفة عن موضوع البحث، وفي جانبه العملي فقد تم اعتماد المنهج الاحصائي باستخدام مجموعة من الأساليب الاحصائية لتحليل البيانات الميدانية، أما في الجانب العملي فقد تم اعتماد المنهج الاحصائي لكونه يعتمد على المعلومات الميدانية التي تم جمعها في هذا الدراسة باستخدام اسلوب الاستبيان والمقابلات الشخصية وذلك باستخدام البرنامج الاحصائي spss.

مجتمع البحث :

شمل مجتمع البحث جميع العاملين في المستويات الادارية العليا والوسطى في الفنادق من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في محافظة طرطوس.

عينة البحث :

شملت عينة الدراسة عدداً من الفنادق من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في مدينة طرطوس، ممثلة بعدد من العاملين في المستويات الادارية العليا والوسطى، بطريقة العينة (العشوائية غير المنتظمة) وتم توزيع عينة استطلاعية حجمها (20) استبانة لاختبار الصدق البنائي وتماسك فقرات الاستبانة.

أداة البحث:

تم الاعتماد على مصدرين أساسيين لجمع المعلومات حول موضوع البحث:

1. **المصادر الثانوية:** وقد استخدمت في جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بالجانب النظري، وتمثلت في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث.
 2. **المصادر الأولية:** استخدمت الباحثة هذه المصادر لمعالجة الجوانب التحليلية ذات الصلة بالجانب العملي من خلال استخدام أسلوب المقابلات الشخصية وأسلوب الاستبانة التي وزعت على العاملين في المستويات الادارية العليا والوسطى في المنشآت المبحوثة.
- حيث تم توزيع 55 استبانة بلغ العائد منها استبانة 49 وتم استبعاد 4 استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل، فأصبح العدد 45 استبانة صالحة للتحليل الاحصائي.

حدود البحث:

- الحدود المكانية: المنشآت الفندقية من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في محافظة طرطوس في الجمهورية العربية السورية.
- الحدود الزمانية: تم اجراء هذا البحث خلال الفترة الممتدة من منتصف عام 2021 وحتى نهاية شهر تشرين ثاني من نفس العام.
- الحدود البشرية: العاملين في المستويات الادارية العليا والوسطى في الفنادق من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في محافظة طرطوس.

محددات البحث:

- سرية بعض المعلومات وصعوبة الحصول عليها.
- عدم تعاون بعض العاملين مع الباحثة.
- نقص المراجع العربية التي تناولت موضوع البحث.
- صعوبة التحرك والتنقل بفعل جائحة كورونا.

تعريف ومصطلحات البحث:

المنشأة الفندقية: "منظمة أو مؤسسة ادارية تقدم خدمات الإيواء والمأكل والترفيه لكل نزيل مقابل أجر محدد سلفاً في إطار القوانين الخاصة بكل بلد". (3-الناصر، ص 39).

الميزة التنافسية: "وهي أي شيء يميز المنظمة أو منتجاتها إيجاباً عن

منافسيها من وجهة نظر الزبون النهائي". (4-البكري، ص207).

البيئة: "هي مجموعة العوامل الداخلية والخارجية سواءً إن كان يمكن قياسها أم لا والتي تقع داخل حدود التنظيم أو خارجه والمؤثرة أو التي يحتمل أن تؤثر على فاعلية وكفاءة الأداء التنظيمي". (5-السكرانة، ص192)

البيئة الخارجية العامة: "مجمل المكونات والأبعاد التي تقع منظمات الأعمال تحت تأثيرها ولا تخضع لسيطرة إدارة المنظمة وتشمل العوامل الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية والقانونية والسياسية". (6-المغربي، ص 84)

البيئة الخارجية الخاصة: تعرف البيئة الخارجية الخاصة بأنها "مجموعة العوامل التي تقع في حدود المنظمة ويختلف تأثيرها من منظمة لأخرى، ويمكن للمنظمة - نسبياً- الرقابة عليها والتأثير فيها". (6-المغربي، ص84، 2006)

التشخيص البيئي: "هو العملية التي تستخدمها الإدارة في مسح وتحديد مدى التغير في البيئة الخارجية والداخلية باستخدام مجموعة من الوسائل التي تسهم زيادة قدرة الإدارة العليا في تحديد سياساتها و أهدافها ومركزها الاستراتيجي". - (7Johnson,1997,P46)

الفرص: "وهي العناصر الايجابية الحالية والمحتملة في البيئة الخارجية للمنظمة، والتي تنتج إذا ما تم استثمارها على الوجه الصحيح فوائدها مادية وغير مادية". (8-سليطين، ص9)

التحديات : "وهي مشاكل واضطرابات أو أضرار محتملة تحدث من جراء تغيرات غير مطلوبة في عناصر البيئة وتترك آثار عكسية على أهداف المشروع". (9- ماهر، ص149)

الاطار النظري للبحث:

1- مفهوم البيئة وأنواعها:

إن نجاح المنشآت السياحية والفندقية يتوقف الى حد كبير على دراسة وتشخيص العوامل والمتغيرات البيئية المحيطة بها، وتتضمن البيئة الفندقية نوعين من العوامل البيئية، الأول هو العوامل البيئية الخارجية وهو موضوع دراستنا، والثاني هو العوامل البيئية الداخلية.

ويعرف كوتلر البيئة على أنها (حالة ديناميكية لمجموعة القوى الخارجية لوظيفة ادارة التسويق في المنظمة، والتي تؤثر على قدرة الادارة التسويقية في التطور والحفاظ على عمليات التبادل مع عملائها المستهدفين). (3- الناصر ، ص59)

ويشمل مفهوم البيئة الخارجية للمنظمة كافة المتغيرات المحيطة بها والتي تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على عمليات اتخاذ القرار والأفعال التي تؤديها. (4- البكري ، ص93)،

وبالتالي يمكن تعريف البيئة الخارجية بأنها: كل العناصر الموجودة خارج حدود المنظمة والتي تمتلك التأثير في كل أو جزء من المنظمة. (10- Daft,p71)

وتقسم البيئة الخارجية الى نوعين:

- البيئة الخارجية العامة.
- البيئة الخارجية الخاصة.

وتعرف البيئة الخارجية العامة للمنظمة على أنها تلك العوامل والمتغيرات التي تتشأ وتتغير خارج حدود المنظمة والتي تؤدي الى تغير حتمي في مسار المنظمة ولكن الأخيرة لا تستطيع أن تؤثر فيها. (11- السيد ، ص87)

في حين تعرف البيئة الخارجية الخاصة بأنها مجموعة العوامل التي تقع في حدود المنظمة ويختلف تأثيرها من منظمة لأخرى، ويمكن للمنظمة -نسبياً- الرقابة عليها والتأثير فيها. (6- المغربي، 2006)

2- مراقبة البيئة وتحليلها:

تتم مراقبة بيئة المنظمات وتحليل تطوراتها بالاعتماد على نظام يسمى "النظام الاستخباراتي التسويقي" Marketing Intelligence System مهمته جمع وتحليل المعلومات التي يمكن أن تكون ذات أهمية أو صلة بأعمالها: التنبيه من خطر معين أو الاستفادة من فرصة معينة والمساعدة على التخطيط واتخاذ القرارات.

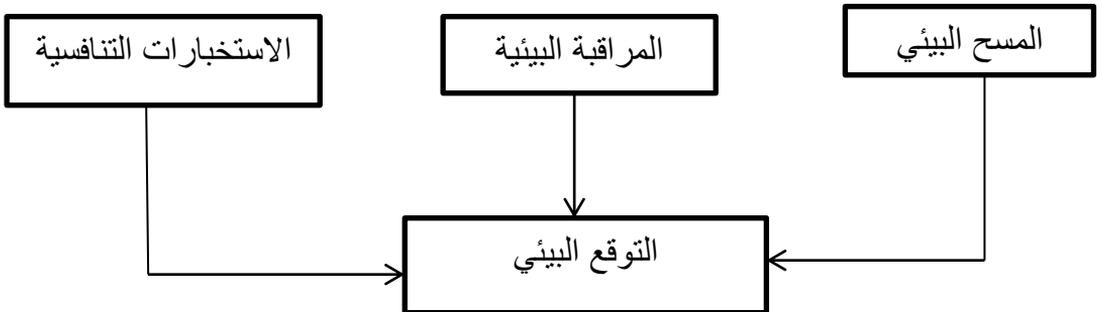
يقصد بتحليل البيئة الخارجية عملية استكشاف العوامل والمتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية والاجتماعية والثقافية وقوى المنافسة وذلك من أجل تحديد

الفرص والتهديدات الموجودة في بيئة المنظمة الخارجية (المباشرة وغير المباشرة) ومعرفة مصادر ومكونات هذه الفرص والتهديدات من خلال تجزئتها الى عناصر، أو أجزاء فرعية، وفهم علاقات التأثير والتأثر فيما بينها من جهة وبينها ومنظمة الأعمال من جهة أخرى. (ياسين ، ص 63)

3- متضمنات التوقع البيئي:

إن نجاح الشركات في اقتناص الفرص قياساً بغيرها من المنافسين يكمن أساساً في قدراتها على تحليل البيئة المحيطة بها، وخلق التوافق بين قدراتها المميزة وما يحيط بها من متغيرات مختلفة، وسواء كانت لصالحها أم ضدها. وعليه فإن فهم البيئة بشكل عام وبشكل خاص يعني التشخيص والتحليل المعمق والاستراتيجي لعوامل ومتغيرات بيئتها. (4- البكري، ص88)

وتأسيساً على ذلك فإن مدراء التسويق تقع عليهم مسؤولية التحليل البيئي قبل اتخاذ أي قرار تسويقي من شأنه أن تنعكس نتائجه سلباً على أعمال المنظمة. وعملية التحليل البيئي تعني التنبؤ والتوقع لما يمكن أن يحصل في البيئة التسويقية وتأثير مقدار التأثير الإيجابي أو السلبي المنعكس على المنظمة، وتتأثر متضمنات التوقع البيئي والموضحة في الشكل الآتي الذي يوضح متضمنات البحث البيئي:



شكل توضيحي لمتضمنات البحث البيئي (4- البكري، ص88)

• المسح البيئي:

تعني مراقبة البيئة الخارجية للمنظمة لغرض توقع المتغيرات البيئية التي يمكن أن تحصل وما هو حاصل منها حالياً، وما يمكن أن تستلمه من إنذارات مبكرة، ومن خلال المسح البيئي تتمكن المنظمة من مقابلة التوجهات والأحداث الحرجة التي قد تواجهها مستقبلاً في عملها.

• المراقبة البيئية:

تتمثل في حقيقتها بملاحظة المسارات البيئية والتطور الحاصل في التوجه البيئي من خلال سلسلة أحداث أو نشاطات حاصلة، والتي تكتشف في الغالب أثناء عملية المسح البيئي. ولكن قد تكتشف المنظمة متغيرات بيئية مصادفة ومن خارج حدود نشاطها الرئيسي، ويكون لها تأثير مستقبلي عليها سواء كان إيجابياً أو سلباً. لذلك يتطلب أن تكون هنالك مراقبة قريبة للبيئة للوقوف على ما يمكن أن يحصل بها من متغيرات. وكما هو حاصل في صناعة السيارات مثلاً من تغيرات تكنولوجية مستجدة تتوافق مع رغبات المشتري والتغيرات الحاصلة في أنماط حياتهم.

• الاستخبارات التنافسية:

تستعد الاستخبارات التنافسية والموجهة أساساً نحو البيئة التي تعمل بها المنظمة على معرفة وفهم طبيعة التنافس الحاصل فيها ومقارنة ذلك بما تمتلكه في مكامن قوة ونقاط ضعف. وهذا الأمر يتطلب جمع البيانات والمعلومات الاستخبارية عن المنافسين لها في ذات الصناعة وتقديمها بشكل دقيق أمام متخذ القرار لكي يكون القرار صحيح وفعال.

ويهدف التشخيص البيئي الى تحديد وضع المؤسسة من خلال الإجابة عن السؤال التالي: أين نحن الآن؟ أو ما هو وضعنا الحالي؟ ويرتكز على محورين: الأول هو التشخيص الداخلي الذي يهدف إلى تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف لدى المؤسسة، أما الثاني فهو التشخيص الخارجي الذي يهدف إلى استنباط الفرص أو المخاطر والتهديدات التي يمكن أن تظهر في محيط المؤسسة. (علي ، ص89)

4- أهمية ومنافع دراسة البيئة الخارجية:

يتوقف نجاح المنظمة الى حد كبير على مدى دراستها للعوامل البيئية المؤثرة، والاستفادة من اتجاهات هذه العوامل وبدرجة تأثير كل منها، وتساعد دراسة وتقييم العوامل البيئية الخارجية في تحديد العديد من النقاط، وأهمها: (6- المغربي، ص82)

• الأهداف التي يجب تحقيقها: فدراسة البيئة الخارجية تساعد المنظمة

على وضع الأهداف، أو تعديلها بحسب نتائج تلك الدراسات.

- الموارد المتاحة: تساعد العوامل البيئية المختلفة في بيان الموارد المتاحة وكيفية الاستفادة منها، ومتى يمكن للمنظمة أن تحقق الاستفادة.
- النطاق والمجال المتاح أمام المنظمة: حيث يمكن من خلال دراسة البيئة الخارجية تحديد نطاق السوق المستهدف، ومجال المعاملات المتاحة أمامها.
- أنماط القيم والعادات والتقاليد وأشكال السلوك التنافسي، حيث تساهم دراسة البيئة في تحديد سمات المجتمع والجمهير التي ستتعامل معها.

5- مكونات البيئة الخارجية للمنشآت الفندقية:

لا يمكن القول بأن كل ما يحيط بالمنظمة الفندقية يعد بيئة خارجية يجب دراستها، فهذا الاعتقاد يعقد مواضيع الدراسة ويهدر جهود المنظمة ولا يساعد في تشخيص وتحليل مكونات البيئة بشكل مفيد، بمعنى أن الأهمية النسبية لهذه العوامل تتفاوت وتختلف من منظمة أو صناعة لأخرى، ولا شك أن صناعة السياحة والفندقة لها خصوصية تختلف عن باقي أنواع الصناعات.

ونقسم البيئة الخارجية العامة للمنشآت الفندقية الى نوعين:

الأول: البيئة الخارجية الكلية (العامة) للمنشآت الفندقية:

- العوامل والمتغيرات الاقتصادية:

مثل اتجاهات الكساد، والرواج، والتضخم في الاسعار، وفرص العمالة المتجددة، واتجاهات ميزان المدفوعات، وحجم القوة الشرائية، وحجم الطلب

والعرض السياحيين، كلها اعتبارات اقتصادية ذات تأثير كبير على نشاط المنشآت وتؤثر في حجم الاستهلاك السياحي والفندقي المتوقع ، وتفرض تعديلاً مستمراً على الاستراتيجيات والسياسات التسويقية (13-عبيدات، ص 39)

• العوامل والمتغيرات التكنولوجية:

إن التطورات والتغيرات التكنولوجية والفنية والتقنية لها تأثيرها الواضح على قطاع الخدمات السياحية والفندقية لدرجة أن البيئة التكنولوجية باتت تلعب دوراً مهماً في تقرير مستوى جودة الخدمات السياحية والفندقية، ولهذه المتغيرات التكنولوجية تأثيراتها القوية على مكونات العرض السياحي من وسائل نقل وأنظمة اتصالات وحجز وتقنيات الكترونية، كما أن القطاع السياحي والفندقي يؤثر أيضاً على البيئة التكنولوجية وهذا ما ينعكس جلياً في سياحة المؤتمرات ورجال الأعمال عن طريق التعامل المباشر فيما بينهم، وبالتالي نقل التطورات التقنية والتكنولوجية من بلد لآخر.

• العوامل والمتغيرات الاجتماعية والديموغرافية:

تتمثل العوامل الاجتماعية بالمؤثرات المتعلقة بالقيم، المعتقدات، التقاليد، الأعراف، أنماط الحياة في المجتمع... الخ. فالثقافة الشخصية (المستوى التعليمي ودرجة المعرفة والاطلاع) تمثل دافعاً ومحفزاً للسياحة، أما عن تأثير السياحة في الثقافة والمجتمع، فيكون من خلال الاحتكاك والتفاعل المباشر بين سكان المنطقة السياحية المزارة والسواح، ونتيجةً لهذا الاحتكاك يكتسب الطرفان عادات وتقاليد جديدة مما قد يحدث تغييراً في الثقافة الاجتماعية.

كذلك الهيكل السكاني من حيث الجنس، الأعمار، التوزيع السكاني في الأقاليم، درجة النمو السكاني، معدلات الولادات والوفيات، المهن، وقوانين الجذب والطرْد السكاني في المجتمع، الجغرافية السكانية كلها عوامل تؤثر في الحركة السياحية. (3- الناصر، ص61)

• العوامل والمتغيرات البيئية الطبيعية:

تشمل البيئة الطبيعية مجموعة الموارد الطبيعية التي تحتاجها المنظمات وخصوصاً المنتجات الفندقية مثل المناخ والهواء والتضاريس والماء والبحار والغابات إضافةً الى الطاقة والمواد الأولية. (1-الخير، وآخرون، ص 114)

الثاني: البيئة الخارجية الخاصة (التنافسية) للمنشآت الفندقية:

يتوجب على المنشآت الفندقية عند القيام بمسح بيئتها الخارجية الخاصة أن تقوم بدراسة وتشخيص العوامل و المتغيرات التالية:

- الموردون والوسطاء .
- الزبائن (السائحون / الضيوف).
- المنظمات الحكومية والعمالية.
- المنافسة وقوى التنافس والمنظمات المنافسة.
- بيئة الصناعة الفندقية.

6- قوى التنافس والميزة التنافسية:

يمكن القول أن المنافسة نوعين، منافسة مباشرة تتمثل في التنافس بين المنظمات على اشباع نفس الحاجة في القطاع السوقي المستهدف، ومنافسة غير مباشرة على الموارد والموردين والموزعين (14- مشرقى، ص 82)

أما فيما يخص قطاع الفنادق، فإن طبيعة الأنشطة والخدمات الفندقية، تختلف باختلاف طبيعة المنظمة الفندقية، كما أن التفاعل التبادلي الذي يجري في السوق بين هذه المنظمات بهدف إشباع حاجات المستهلكين وتلبية رغباتهم هو الذي يخلق ما يسمى بالبيئة التنافسية، فالمسوقين في قطاع الخدمات السياحية والفندقية يواجهون ثلاثة أنواع من المنافسة: (3- الناصر، ص61)

أ- المنافسة المباشرة: التي تحدث بين المنافسين للخدمات المتشابهة مثل مراكز الإيواء، والفنادق... الخ.

ب- المنافسة غير المباشرة: بين المنتجات البديلة، كالتنافس الذي يحدث في صناعة خدمات النقل (بين خدمة النقل الجوي والنقل البحري مثلاً).

ج- المنافسة الواسعة: التي تحدث بين جميع المنظمات التي تتنافس على المستهلك المشتري.

يقول بورتر إن طبيعة درجة المنافسة في الصناعة يتوقف على خمسة عوامل وهي:
(12- ياسين، ص70)

1- شدة المنافسة في الصناعة

2- تهديد دخول منافسين جدد

3- القوة التفاوضية للمجهزين

4- القوة التفاوضية للمشتريين

5- تهديد المنتجات البديلة

والجدول التالي يوضح الاستراتيجيات التنافسية لبورتر:

		الميزة التنافسية	
		التكاليف الأقل	التمايز
النطاق التنافسي	سوق واسع	استراتيجية الريادة في التكلفة	استراتيجية التمايز
	سوق ضيق	استراتيجية التركيز على خفض الكلفة	استراتيجية التركيز على التمايز

جدول يوضح الاستراتيجيات التنافسية لبورتر (15- الغالبي، ص418)

الدراسة العملية:

شمل مجتمع البحث الفنادق من درجة ثلاثة وأربعة نجوم في محافظة طرطوس، واقتصرت العينة على عدد من هذه الفنادق ممثلة بعدد من العاملين في المستويات الادارية العليا والوسطى وتم انتقاؤها عشوائياً (عينة عشوائية بسيطة) كون المجتمع متجانس و مماثل لما هو سائد في بقية المحافظات من فنادق من نفس الدرجة . وبغرض اختبار صدق الاستبانة ومدى تماسك فقراتها فقد قامت الباحثة بتوزيع عينة استطلاعية مؤلفة من (20) استمارة استبيان ، وبغرض اختبار فرضيات البحث والفقرات المتعلقة بها ، قمنا 60 استمارة استبيان بلغ العائد منها 48 وتم استبعاد 5 استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل فأصبح العدد 43 استمارة صالحة للتحليل الاحصائي .

المقاييس والأساليب الاحصائية المستخدمة في البحث :

استخدمت الباحثة في اختبار البيانات المتعلقة بفرضيات البحث على مجموعة من الأدوات والأساليب الاحصائية باستخدام البرنامج الاحصائي spss ، وأهمها:

- 1- مقياس ليكرت الخماسي .
- 2- التجزئة النصفية ومعامل ارتباط سبيرمان
- 3- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي.
- 4- الانحراف المعياري ومتوسط الخطأ في الانحراف .
- 5- اختبار الإشارة (Sign Test) واختبار One Sample T test.

6- الوزن والأثر النسبي .

وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة ، موافق ، محايد، غير موافق ، غير موافق بشدة). ، وذلك على النحو التالي:

جدول يوضح درجات مقياس ليكرت الخماسي (16- الحلي ، 2005)

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

وتم حساب الوزن النسبي لأثر المتغير (تحديد اتجاه الأثر) من خلال المتوسط ودرجة القياس الكلية /5/ حيث الأثر إيجابي عندما يكون الوزن النسبي أعلى من 60 % و الأثر سلبي عندما يكون الوزن النسبي أقل من 60 % و حيادي عند الوزن النسبي 60 % (Nunnally,1978) .

صدق الاستبيان وصدق المحكمين:

يوجد الكثير من التعاريف التي تناولت صدق أداة الدراسة فهناك من عرفه على أنه: مدى قدرة أداة جمع البيانات أو إجراءات القياس من قياس المطلوب قياسه (17- عطيفة ، ص260)

وهناك من يعرف الصدق على أنه : " شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية. " (18- عبيدات ، 2001)

وللتأكد من صدق الاستبانة قبل توزيعها، فقد تم عرضها على عدد من المحكمين من أساتذة الجامعات في جامعة البعث وعدد من المختصين في مجال الاحصاء، وتم الأخذ بتعديلات وآراء هؤلاء المحكمين قبل اخراج الاستبيان بشكل نهائي وتوزيعه .

الصدق البنائي والثبات الداخلي لمحاور وفقرات البحث :

لقياس الصدق البنائي ومدى قوة وثبات فقرات الاستبانة ، فقد اعتمدت الباحثة طريقة التجزئة النصفية من خلال قياس درجة الارتباط بين المتغيرات الفردية والمتغيرات الزوجية ، حيث كانت النتائج وفق الآتي :

جدول اختبار الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية

Reliability Statistics		
0,170	Correlation Between Forms	
0,392	Equal Length	Spearman-Brown Coefficient
0,284	Unequal Length	
0,390	Guttman Split-Half Coefficient	

نلاحظ من الجدول السابق ، ووفقاً لمعامل ارتباط Spearman–Brown Coefficient

وجود علاقة ارتباط بين فقرات ومتغيرات الدراسة .

دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية
دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس

الوصف الاحصائي لمتغيرات وفرضيات البحث :

أظهرت عملية تحليل فقرات الاستبانة المؤلفة من 11 فقرة (تساؤل) النتائج التالية :

الاتجاه	الوزن النسبي	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	العدد		
.062	54	-1.914	1.036	2.70	2.3	1	غير موافق بشدة	Q1 فقرة العوامل والمتغيرات الاقتصادية
					60.5	26	غير موافق	
					7.0	3	حيادي	
					25.6	11	موافق	
					4.7	2	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	
.000	49.4	-3.975	.882	2.47	2.3	1	غير موافق بشدة	Q2 فقرة عوامل الطلب والعرض
					69.8	30	غير موافق	
					9.3	4	حيادي	
					16.3	7	موافق	
					2.3	1	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	
.896	59.6	-.131	1.165	2.98	4.7	2	غير موافق بشدة	Q3 فقرة العوامل والمتغيرات التقنية والتكنولوجية
					46.5	20	غير موافق	
					2.3	1	حيادي	
					39.5	17	موافق	
					7.0	3	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	
.077	54.4	-1.816	1.008	2.72	2.3	1	غير موافق بشدة	Q4 فقرة العوامل والمتغيرات الاجتماعية
					55.8	24	غير موافق	
					14.0	6	حيادي	
					23.3	10	موافق	
					4.7	2	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	

.056	53.4	-1.968	1.085	2.67	7.0	3	غير موافق بشدة	Q5 فقرة العوامل الطبيعية
					53.5	23	غير موافق	
					9.3	4	حيادي	
					25.6	11	موافق	
					4.7	2	موافق بشدة	
100.0	43	Total						
.429	62.8	.798	1.146	3.14	2.3	1	غير موافق بشدة	Q6 فقرة التطورات في حاجات وتفضيلات السياح
					41.9	18	غير موافق	
					4.7	2	حيادي	
					41.9	18	موافق	
					9.3	4	موافق بشدة	
100.0	43	Total						

الاتجاه	الوزن النسبي	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	العدد		
.210	56.2	-1.274	.958	2.81	0	0	غير موافق بشدة	Q7 فقرة متابعة الخدمات الجديدة للوسطاء
					53.5	23	غير موافق	
					14.0	6	حيادي	
					30.2	13	موافق	
					2.3	1	موافق بشدة	
100.0	43	Total						
.102	54.8	-1.674	1.002	2.74	2.3	1	غير موافق بشدة	Q8 فقرة متابعة نقاط قوة وضعف المنافسين
					53.5	23	غير موافق	

دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية
دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس

					16.3	7	حيادي	
					23.3	10	موافق	
					4.7	2	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	
.193	64.2	1.324	1.036	3.21	0	0	غير موافق بشدة	Q9 فقرة دراسة الحصة السوقية للمنافسين
					34.9	15	غير موافق	
					18.6	8	حيادي	
					37.2	16	موافق	
					9.3	4	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	

الاتجاه	الوزن النسبي	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	العدد		
.680	61.4	.416	1.100	3.07	2.3	1	غير موافق بشدة	Q10 فقرة متابعة السياسات التسعيرية للمنافسين
					44.2	19	غير موافق	
					2.3	1	حيادي	
					46.5	20	موافق	
					4.7	2	موافق بشدة	
					100.0	43	Total	
.017	53	-2.479	.923	2.65	0	0	غير موافق بشدة	Q11 فقرة متابعة سياسات التسويق والترويج للمنافسين
					65.1	28	غير موافق	
					4.7	2	حيادي	
					30.2	13	موافق	
					0	0	موافق بشدة	
					100.0%	43	Total	

(المصدر : مخرجات التحليل الاحصائي من برنامج spss الذي قامت به الباحثة)

اختبار الفرضية الأولى :

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عمليات التشخيص الخارجي العام في المنشآت الفندقية المبحوثة ، وبين امكانية تعزيز قدراتها التنافسية .

جدول دالات اختبار الفرضية الأولى (q1,q2,q3,q4,q5)

الاتجاه	الوزن النسبي	متوسط الخطأ في الانحراف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
سليبي الاتجاه	54	.06733	.44153	2.7070	43	ف1

Test Value = 3						
الاختلاف عند درجة ثقة 95 %		متوسط الاختلاف	الدلالة الحسابية sig من اتجاهين	درجة الحرية	T	
الأعلى	الأدنى					
-1.1571	-4.289	-2.9302	0.000	42	-4.352	ف1

يبين الجدول السابق أن متوسط اراء عينة الدراسة حول العلاقة بين عمليات التشخيص الخارجي العام في المنشآت الفندقية المبحوثة ، وبين امكانية تعزيز

دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية
دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس

قدراتها التنافسية ، منخفض حيث بلغ 2.70 و قيمة دالة الاختبار $t=-4.352$ والدلالة الحسابية $sig=0,000$ ، والوزن النسبي أقل من 60 أي 54 وهو في الاتجاه السلبي ، مما يدل على تدني وسلبية العلاقة بين التشخيص الخارجي العام وبين امكانية تعزيز القدرة التنافسية في العينة المبحوثة .

ويعزى ذلك الى ضعف عمليات التشخيص الخارجي العام : الاقتصادي والتكنولوجي والطبيعي والاجتماعي في الفنادق المبحوثة استنادا الى قيم المتوسطات المتعلقة بكل فقرة .

اختبار الفرضية الثانية :

يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عمليات التشخيص الخارجي الخاص في المنشآت الفندقية المبحوثة ، وبين امكانية تعزيز قدراتها التنافسية .

جدول دالات اختبار الفرضية الثانية (q6,q7,q8,q9,q10,q11)

الاتجاه	الوزن النسبي	متوسط الخطأ في الانحراف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
سلبي الاتجاه	58.6	.07189	.47144	2.9380	43	2ف

Test Value = 3					
الاختلاف عند درجة ثقة 95 %	متوسط الاختلاف	الدلالة الحسابية	درجة الحرية	T	

الأعلى	الأدنى		Sig من اتجاهين			
.0831	-.2071	-.06202	0.000	42	-.863	ف2

يبين الجدول السابق أن متوسط اراء عينة الدراسة حول العلاقة بين عمليات التشخيص الخارجي الخاص في المنشآت الفندقية المبحوثة ، وبين امكانية تعزيز قدراتها التنافسية ، منخفض حيث بلغ 2.93 و قيمة دالة الاختبار $t=-0.863$ والدلالة الحسائية $sig=0,000$ ، والوزن النسبي أقل من 60 أي 58,6 وهو في الاتجاه السلبي ، مما يدل على ضعف وسلبية العلاقة بين التشخيص الخارجي الخاص وامكانية تعزيز القدرة التنافسية في المنشآت الفندقية المبحوثة .

ويعزى ذلك الى ضعف عمليات التشخيص الخارجي الخاص : المتعلق بالمنافسين وقوى التنافس والزبائن والسياح والوسطاء في الفنادق المبحوثة استنادا الى قيم المتوسطات المتعلقة بكل فقرة .

النتائج و الاستنتاجات :

من خلال اختبار فرضيات الدراسة والتساؤلات المتعلقة بها ، بالإضافة الى ما تم التوصل اليه من خلال المقابلات الشخصية ، فقد خلصت الدراسة الى الاستنتاجات التالية :

- 1- وجود علاقة ضعيفة وباتجاه سلبي ، بين عمليات التشخيص البيئي الخارجي وبين امكانية تعزيز القدرة التنافسية في المنشآت الفندقية المبحوثة ، حيث المتوسط 2,70 ، والوزن النسبي 54 دون 60 ويعود ذلك الى :
- وجود نواحي ضعف في دراسة وتشخيص المتغيرات الاقتصادية مثل (الدخل ، القوة الشرائية ، اتجاهات النمو ، الكساد ، تضخم الأسعار حيث المتوسط 2,70 دون 3.
 - وجود قصور واضح وعدم امتلاك كادر متخصص بتقدير حجم الطلب الحالي و المستقبل ، على الخدمات وعدم تشخيص واقع العرض حيث المتوسط 2,47.
 - يوجد متابعة للمتغيرات والعوامل التقنية والتكنولوجية ، لكنها خجولة ولا ترقى للمستوى المطلوب حيث المتوسط 2,98 .
 - وجود خلل وضعف في متابعة وتشخيص المتغيرات الاجتماعية والثقافية والسكانية والقيم والمعتقدات، حيث المتوسط 2,72.
 - عدم الاهتمام بدراسة ومتابعة وتشخيص العوامل والمتغيرات الطبيعية المحيطة من تغيرات مناخية وطبيعية وبحار وتضاريس وجبال ، حيث المتوسط 2,67
- واسنادا الى أدبيات الادارة الاستراتيجية و الدراسات الاستراتيجية فان اهمال كل هذه المتغيرات الخارجية في بيئة الفنادق العامة سينعكس سلبا ويحد من قدراتها وامكاناتها التنافسية .

- 2- وجود علاقة تقترب من الحد المقبول ، لكنها تبقى ضعيفة بشكل عام بين عمليات التشخيص البيئي الخارجي الخاص وبين امكانية تعزيز القدرة التنافسية للمنشآت الفندقية المبحوثة ، حيث المتوسط 2,93 قريب من المستوى الحيادي 3 ، والأثر النسبي 58,6 يقترب من الحد المقبول 60 ، ولكنه يبقى سلبي الاتجاه ، تدني وضعف العلاقة بين اعتماد المنشآت محل الدراسة لنظام مراقبة لبيئتها الفندقية ، وبين فعالية اتخاذ القرار التسويقي فيها ، وكل ذلك يعود الى :
- وجود متابعة لحاجات ورغبات ومتطلبات الزبائن والسياح ، ولكنها تبقى في حدود المقبولة وليست الجيدة ، حيث المتوسط 3,14 .
 - يوجد خلل وضعف في دراسة وتشخيص الخدمات الجديدة للوسطاء حيث المتوسط 2,81.
 - يوجد مواضع خلل وضعف في متابعة وتشخيص نقاط القوة ونقاط الضعف للفنادق المنافسة حيث المتوسط 2,74.
 - يوجد متابعة للحصة السوقية للمنافسين ، ولكنها تبقى في حدود المقبولة وليست الجيدة حيث المتوسط 3,21 .
 - يوجد متابعة للسياسات التسعيرية للمنافسين في حدود المقبولة ، حيث المتوسط 3,07.
 - يوجد مواقع تدني وضعف في متابعة سياسات التسويق والترويج للمنافسين حيث المتوسط 2,65.

وكل هذه العوامل تضعف وتحد من الامكانيات والقدرات التنافسية للمنشآت الفندقية
المبحوثة .

المقترحات :

1- نقتراح على المنشآت الفندقية المبحوثة بان تقوم بمتابعة وتشخيص
العوامل والمتغيرات البيئية الخارجية العامة وبشكل دقيق ومتخصص
، وأن تسعى الى امتلاك كادر متخصص بالتشخيص والتحليل البيئي
الخارجي وفق الآتي :

- التعمق في دراسة وتشخيص العوامل الاقتصادية (مثل الدخل و القوة الشرائية واتجاهات التضخم والكساد والرواج والعرض والطلب السياحيين .
 - دراسة وتشخيص العوامل التكنولوجية والتقنية وآخر تطوراتها في مجال العمل الفندقي .
 - تشخيص العوامل الاجتماعية والثقافية والقيم والمعتقدات والعادات والتقاليد ، والتعرف عليها عن قرب سواء للسياح المحليين او الاجانب .
 - مواكبة العوامل الطبيعية وتغيراتها ، من طقس ومناخ وتضاريس وجبال وغابات .
- 2- ضرورة قيام المنشآت الفندقية المبحوثة بتشخيص و متابعة العوامل والمتغيرات البيئية الخارجية الخاصة ، لما للبيئة التنافسية من تأثير هام في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق الميزة التنافسية في المنشآت الفندقية ، وفق الآتي :
- دراسة وتشخيص المنافسين والتعرف على نقاط قوتهم ونقاط ضعفهم وسياساتهم التسويقية والترويجية والتنافسية ، ومدى جودة خدماتهم.
 - دراسة حاجات ورغبات السياح والزبائن واتجاهاتهم المستقبلية والعمل على تقديم خدمات فندقية تتسجم وهذه الاحتياجات والرغبات .
 - دراسة وتشخيص الوسطاء والوكلاء السياحيين والتعرف على قدراتهم ونقاط قوتهم وضعفهم ، ومدى نطاقهم الجغرافي .

المراجع

- 1- الخير، طارق، وآخرون. مبادئ الإدارة (2)، منشورات جامعة دمشق، 2004.
- 2- كوتلر، فيليب، و آخرون. التسويق، الجزء الخامس، دار علاء الدين، دمشق، 2006.
- 3- الناصر، منذر. جودة الخدمات السياحية، منشورات جامعة البعث، 2016.
- 4- البكري، ثامر ياسر. تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2005.
- 5- السكارنه، بلال خلف. التخطيط الاستراتيجي، دار المسيرة، عمان، 2010.
- 6- المغربي، عبد الحميد الفتاح. الإدارة الاستراتيجية بقياس الأداء المتوازن، المكتبة العصرية، المنصورة، 2006.
- 7-Johnson , S,K. exploring corporate strategy .4TH .Ed , prentice –Hall – Europe.1997.
- 8- سليطين، سوما علي. الإدارة الاستراتيجية وأثرها في رفع أداء منظمات الأعمال، رسالة ماجستير، جامعة تشرين، سوريا، 2007.
- 9- ماهر، أحمد، الادارة الاستراتيجية، الدار الجامعية، الطبعة الرابعة، الاسكندرية، 2007.
- 10-Daft, r l, organization theory ed ,west pub, san Francisco, 2001, p70
- 11- السيد، اسماعيل محمد. الإدارة الاستراتيجية: مفاهيم وحالات تطبيقية، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 2006.
- 12- ياسين، سعد غالب. الادارة الاستراتيجية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2010.

- 13- عبيدات، محمد. مبادئ التسويق: مدخل سلوكي، دار المقبل، عمان، 2002.
- 14- مشرقي، حسن. الادارة الاستراتيجية، منشورات جامعة البعث، 2010.
- 15- الغالبي، طاهر محسن -إدريس: وائل محمد صبحي. الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، عمان، 2009.
- 16- الحلبي، سوسن شاكر، أساسيات بناء الاختبارات والمقاييس التربوية، دار علاء الدين للطباعة، دمشق، 2005.
- 17- عطيفة، حمدي أبو الفتوح، منهجية البحث العلمي و تطبيقاتها، دار النشر للجامعات، القاهرة، 1996، ص260.
- 18- عبيدات، ذوقان، و آخرون. البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، 2001.

دور التشخيص البيئي الخارجي في تعزيز القدرات التنافسية للمنشآت الفندقية
دراسة ميدانية على فنادق ثلاثة وأربعة النجوم في محافظة طرطوس

دور المشاركة في الأداء المالي للمصارف الإسلامية

(دراسة مقارنة بين مصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي)

طالبة الماجستير: رميم البرماوي - كلية الاقتصاد - جامعة دمشق

الدكتور المشرف: مطيع الشلبي

المُلخَص

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور المشاركة في الأداء المالي للمصارف الإسلامية والمتمثلة بمصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لبيان هذا الدور، وذلك باستخدام عدة نماذج متحددة حسب طبيعة البيانات، حيث تتمثل عينة البحث بمصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي، وذلك من خلال سلسلة بيانات ربع سنوية ممتدة بين عامي 2011-2019، وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

أظهر اختبار أنجل-جرانجر (Engle=Granger) بالنسبة لمصرف دبي الإسلامي بوجود تكامل مشترك بين العائد على المشاركات و العائد على الموجودات، و بالنسبة لمصرف البركة - سورية لا يوجد تكامل مشترك بين العائد على المشاركات وبين نصيب السهم، كما بينت نتائج تحليل الانحدار وجود آثار إيجابية لارتفاع العائد على المشاركات على كل من العائد على الموجودات، ونصيب السهم بالنسبة لعينتي الدراسة. و أظهرت الاختبارات التشخيصية لسلسلة البواقي لجميع النماذج بأنه لا توجد مشاكل بها، من ارتباط ذاتي أو عدم ثبات التباين أو الشكل الدالي أو التوزيع الطبيعي . و أوصت الباحثة بناءً على النتائج التي أثبتت وجود أثر إيجابي للمشاركات في الأداء المالي لكل من مصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي بأنه يمكن لباقي المصارف الإسلامية في سورية الاستفادة من هذه

الأداة التمويلية في تطوير أدائها المالي و إلقاء الضوء و الاهتمام أكثر على المشاركة من خلال زيادة الحصة التمويلية لها نظراً لأهميتها في الاداء المالي كما بينت نتائج الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المشاركة - الأداء المالي - مصرف البركة - سورية - مصرف دبي

الإسلامي.

The Role of Participation in the Financial Performance of Islamic Banks

(A Comparative Study Between AL Baraka Bank Syria & Dubai Islamic Bank)

Abstract

The study aimed to demonstrate the role of participation in the financial performance of Islamic banks, and the researcher used the descriptive analytical approach to demonstrate this role, using several specific models according to the nature of the data, where the research sample is represented by the Al Baraka Bank- Syria and Dubai Islamic Bank, through a quarterly data series extended from 2011-2019, and the study reached the following results:

The Engle = Granger test for Dubai Islamic Bank showed that there is a common integration between return on participations and both return on assets, while there is no common integration between return on shares and per share.

The results of the regression analysis showed that there are positive effects of the high return on participations on both the return on assets, and per share for the two study samples.

The diagnostic tests of the residual series of all models showed that there are no problems with it, from self-correlation, instability of variance, or normal distribution , And the researcher recommended, based on the results that have shown that there is a positive effect for the participants on the financial performance of both Al Baraka Bank - Syria and Dubai Islamic Bank, that the rest of the Islamic banks in Syria can benefit from this financing tool in developing their financial performance and highlighting and paying more attention to participation from During the increase of its financing share due to its importance in financial performance, as the results of the study showed.

Key Words: participation, financial performance, AL Baraka Bank Syria, Dubai Islamic Bank

المقدمة:

يُعدّ الأداء المالي من الضمانات الأساسية واللازمة لنمو واستمرار الشركات في كل القطاعات سواء الإنتاجية منها أو الخدمية مثل المؤسسات المصرفية التقليدية والإسلامية، وحيث أكد الأساس النظري للمصارف الإسلامية على تفعيل مبدأ المشاركة، إلا أنه ما زالت نسب المشاركات في المصارف الإسلامية ضئيلة ولا تقارن بالمعاملات الأخرى كالمرايحات وغيرها، فالصيغة المشاركة المتبعة في المصارف الإسلامية هي صيغة مصرفية تقليدية وافدة، سعى بعض العلماء المختصون في الاقتصاد الإسلامي في تهذيبها ووضع ضوابطها لعلها تصلح بديلاً عن القروض الربوية.

يهدف البحث إلى بيان أثر المشاركة على أداء المصارف الإسلامية متمثلة بمصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي خلال الفترة من الربع الأول لعام 2011 ولغاية الربع الرابع لعام 2019، من خلال اختبار العلاقة بين حجم المشاركة ومؤشرات الأداء المالي متمثلة بـ (العائد على الموجودات، نصيب السهم من الأرباح)، وذلك بإجراء دراسة إحصائية تشتمل على اختبار استقرارية البيانات وإجراء اختبار التكامل المشترك ومن ثم إيجاد نموذج الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة والخروج بنتائج وتوصيات تسهم في إبراز دور المشاركة على أداء المصارف الإسلامية ومعرفة أثرها.

مشكلة البحث:

من المعروف أن المصارف الإسلامية تستخدم مجموعة من الطرق التمويلية التي تؤثر بشكل على تحديد الأرباح المحققة في ظل استخدامها، وعلى اعتبار أن المصارف الإسلامية مؤسسات مالية تستهدف تقوية مركزها المالي من خلال تعظيم الأرباح، فمن المسلمين من لا يتعامل مع المصارف التقليدية لاعتقادهم الديني بأن الفائدة محرمة في الشريعة الإسلامية وهي ربا حرمها أهلها ، مما يفقد الأمة الإسلامية سيولة (كتلة) نقدية كبيرة متداولة خارج الدائرة الاقتصادية، الشيء الذي يؤثر سلباً على الدور التنموي الهام والذي من المفروض أن تلعبه المصارف في الحياة الاقتصادية، وعليه فإن للمصارف الإسلامية دوراً فعالاً في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية وفي طرح صيغ تمويلية بديلة عن تلك التي تطرحها المصارف

التقليدية و التي بإمكانها توليد أقصى الأرباح الممكنة، وتجعل من الصيغ التمويلية التي تركز عليها هذه العلاقة هي الأساس في توظيف موارد المصارف الإسلامية حيث أن هذه المصارف تسعى إلى تحقيق عوائد مرضية لمساهميها ومودعيها من خلال أنشطتها الاستثمارية وصيغها التمويلية، حيث تتوسع في تطبيق بعض الصيغ على حساب البعض الآخر، غير إننا في الواقع نرى المشاركة بنموذجها الفقهي المعروف قليلة، إن لم نقل منعدمة، رغم ما نجد في نشرات المصارف من إبرازها ضمن صيغ التمويل التي تعتمد، حيث إن الأساس النظري للمصارف الإسلامية أكد على تفعيل مبدأ المشاركة، ولكن في الواقع العملي إن نسب المشاركات في المصارف الإسلامية ضئيلة ولا تقارن بالمعاملات الأخرى كالمراجحات وغيرها. و بما أن الأداء المالي يُعدّ من الضمانات الأساسية واللازمة لنمو واستمرار الشركات في كل القطاعات سواء الإنتاجية منها أو الخدمية مثل المؤسسات المصرفية التقليدية والإسلامية، كان لا بد من إبراز دور المشاركة على أداء المصارف الإسلامية و معرفة أثرها.

فإن مشكلة البحث تتلخص في :

ما هو أثر المشاركة في الأداء المالي للمصارف الإسلامية؟

وتتدرج تحت الإشكالية الرئيسية جملة من التساؤلات الفرعية:

1. ما هو أثر المشاركة على العائد على الأصول في مصرف البركة - سورية
2. ما هو أثر المشاركة على العائد على الأصول في مصرف دبي الإسلامي
3. ما هو أثر المشاركة على نصيب السهم من الأرباح في مصرف البركة - سورية
4. ما هو أثر المشاركة على نصيب السهم من الأرباح في مصرف دبي الإسلامي

أهمية البحث:

تعد صيغة المشاركة الإسلامية من أهم صيغ استثمار الأموال في الفقه وهي تلائم طبيعة المصارف الإسلامية، فيمكن استخدامها في تمويل الأنشطة الاقتصادية المختلفة، وتعد صيغة المشاركة من البدائل الإسلامية للتمويل بالفوائد وتوضح الدراسة أهمية دور صيغة المشاركة في أداء المصارف الإسلامية، وتتبع أيضاً أهمية الدراسة من قلة الدراسات التي تناولت صيغة المشاركة وأثرها على الأداء المالي للمصارف الإسلامية.

أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى ما يأتي:

1. التعرف على مفهوم المشاركة و شروطها و أنواعها.
2. التعرف على مفهوم الأداء المالي و بيان أهميته و التعرف على مؤشراتته.
3. بيان أثر المشاركة في الأداء المالي للمصارف الإسلامية.

فرضية البحث:

تتكون الدراسة من فرضية رئيسية مفادها: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية من التمويل بالمشاركة على الأداء المالي (العائد على الموجودات ، نصيب السهم من الأرباح) في المصارف الإسلامية.

وقد انبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم المشاركة و الأداء المالي (العائد على الموجودات ، نصيب السهم من الأرباح) في مصرف البركة - سورية.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم المشاركة و الأداء المالي (العائد على الموجودات ، نصيب السهم من الأرباح) في مصرف دبي الإسلامي.

حدود البحث:

الحدود المكانية: تتم هذه الدراسة على مصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي.
الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة في الفترة الممتدة بين عامي 2011-2019.

منهجية البحث:

تم الاعتماد على المنهج الإحصائي التحليلي الكمي، لدراسة وتحليل البيانات المتوفرة عن موضوع البحث، ثم تحليلها تفسيرها واستخلاص النتائج المتعلقة بمدى تأثير حجم المشاركة على الأداء المالي للمصارف الإسلامية متمثلاً بالعائد على الموجودات ونصيب السهم من الأرباح، وتم الحصول على البيانات اللازمة لاختبار الفرضيات من التقارير المالية التي نشرها مصرف البركة - سورية و مصرف دبي الإسلامي موضوعي الدراسة خلال الفترة من الربع الأول لعام 2011 ولغاية الربع الرابع لعام 2019، مستعيناً بالأساليب الإحصائية المناسبة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي E-views10 الذي يُستخدم لتحليل البيانات إحصائياً بصورة عامة، لكنه متخصص في الاقتصاد القياسي، بغية تحديد درجة تأثير المشاركة في الأداء المالي، كما تم استخدام برنامج Excel لإدخال البيانات وعرضها وتبويبها.

الدراسات السابقة:

1. خالد، جعفر عبد الله أحمد. (2000) كفاءة التمويل بالمشاركة، تجربة المصارف

السودانية ، "1991م - 1993م" رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا، السودان.[1]

تناولت الدراسة على أن مفهوم المشاركة لا يعد جديداً على مفاهيم التمويل المصرفي القديمة ولكن الفقه الإسلامي جعل صيغة التمويل بالمشاركة ضوابط جديدة وقد درجت المصارف

السودانية في نهاية القرن الماضي أن تتعامل بالصيغ الإسلامية، فكيف كانت توزع المصارف تمويلها بين الصيغ، و كيف كان أداء صيغة المشاركة كفاءة عند المصارف السودانية مقارنة ببقية الصيغ، وكم كانت نسبة ربحية المشاركة مقارنة ببقية الصيغ، وماهي المخاطر التي تواجه المصارف السودانية عند التمويل بالمشاركة وماهي المشاكل التي تواجه المصارف السودانية في التمويل بالمشاركة ؟ هذه الأسئلة و غيرها هي التي تناولتها الدراسة ومحاولة الإجابة عليها. اتبعت الدراسة المنهج التحليلي والمنهج الوصفي والمنهج الإحصائي والمنهج التاريخي . توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها المصرف الإسلامي هو مؤسسة مالية مصرفية لتجميع الأموال و توظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية، و المبادئ الجوهرية التي تعمل بها المصارف هي نفس المبادئ التي تحكم الاقتصاد الإسلامي و أن هنالك اختلاف كبير بين مفهوم الاستثمار في المصارف الإسلامية ومفهوم الاستثمار في المصارف التقليدية من حيث العائد والمشاركة والفوائد والضمانات. كما أوصت الدراسة بعدة توصيات من أهمها القيام بدراسة المشاريع جيداً و الاستعانة بالخبراء في مجالات دراسة الجدوى قبل الدخول في عمليات المشاركة و أن تهتم أقسام الاستثمار في المصارف السودانية بمتابعة عمليات المشاركة عبر خطواتها حتى لا يحدث الانفلات الزمني لها أو أن يعثر العميل في سداد التزاماته.

2. أبو الهيجاء، إلياس عبد الله سليمان. (2007) تطوير آليات التمويل بالمشاركة

في المصارف الإسلامية "دراسة حالة الأردن" أطروحة دكتوراه، جامعة اليرموك،

الأردن. [2]

ظهرت أهمية الدراسة من خلال إلقاء الضوء على تطوير آليات التمويل بالمشاركة في المصارف الإسلامية، من خلال المزج بين الواقع النظري والواقع العملي بهذه المصارف و التعرف على مواطن الخلل في تطبيق صيغ التمويل بالمشاركة القائمة وإثبات عدم ممارستها أو قلة استخدامها في الواقع المصرفي، و تهدف الدراسة إلى دراسة واقع صيغ التمويل بأسلوب المشاركة و إلى بيان مدى التزام المصارف الإسلامية في تطبيق هذا الأسلوب في

التمويل وذلك من خلال دراسة حجم المشكلة وأسبابها والمعوقات والمخاطر التي أدت إليها، و اقتراح تطوير آليات للتغلب على هذه المعوقات و المخاطر، وتساعد أدارات المصارف الإسلامية في زيادة الاعتماد على هذه الصيغة في التمويل. و استخدم الباحث لفهم الدراسة المنهج الوصفي، كما توصلت الدراسة لبعض النتائج منها التمويل بالمشاركة يعد من أهم التمويلات بالصيغ الأخرى، وذلك لأنه مبني على القاعدة الإسلامية (الغنم، الغرم) فهو بذلك يشارك في الربح والخسارة للمشروع الممول، كما يمكن توجيه التمويل بصيغة المشاركة إلى المشاريع ذات الأجل الطويل وكذلك إلى المشاريع التي تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة لتمويلها و أن التمويل بالمشاركة يتميز بارتفاع درجة المخاطرة فيه. كما خلصت الدراسة إلى عدة توصيات منها دعوة إدارات المصارف الإسلامية إلى تبني الآليات التي ذكرت في الدراسة والعمل بها من أجل زيادة التمويل بصيغ المشاركة، و الاهتمام بالتنمية البشرية للعاملين بالمصارف الإسلامية من حيث الأخلاق و السلوك و المعرفة والفهم السليم بالمقاصد المنشودة كرسالة و ليست كوظيفة.

3. جبريل، نجوى مختار. (2016). التمويل المصرفي بالمشاركة وأثره في الاستثمار

بالمصارف الإسلامية "دراسة تطبيقية على مصرف التضامن الإسلامي 2008م -

2014م" رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، السودان. [3]

هدف البحث إلى التعرف على طبيعة وكفاءة التمويل بالمشاركة في المصارف و تأثيرها على أرباح المصرف ، وأثر مخاطر تعثرها على المصرف ، نبعت أهمية الدراسة ببيان صيغة المشاركة الإسلامية في استثمار الأموال في الفقه وهل تلائم طبيعة المصارف ؟ فيمكن استخدامها في تمويل الأنشطة الاقتصادية المختلفة، وتعد من البدائل الإسلامية للتمويل بالفوائد وأهمية دورها الواضح في استثمارات المصارف و ربحها. اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي من خلال تناول الأدبيات التي اهتمت بهذا الموضوع - والمنهج الميداني التطبيقي على عينة من المصارف في السودان ، المنهج الوصفي التحليلي لاختبار صحة الفرضيات والتي تمثلت في أن التمويل المصرفي بالمشاركة يؤثر إيجابياً في حجم الاستثمار

بالمصارف، التمويل المصرفي بالمشاركة يزيد من مخاطر التعثر بالمصرف، التمويل المصرفي بالمشاركة يؤثر في أرباح المصرف، وإثبات صحة الفرضيات قامت الباحثة بتحليل البيانات والأرقام المأخوذة من ميزانيات ومنشورات مصرف المصارف الإسلامي للفترة من 2008م إلى 2014م ، وبناء على التحليل توصلت الباحثة لنتائج أهمها: نظام التمويل بصيغة المشاركة نظام كفاء يؤثر تأثير واضح في حجم الاستثمار في المصرف، نظام التمويل بصيغة المشاركة يؤثر في ربحية المصارف، يحتوي التمويل بالمشاركة على مخاطر متعددة منها ما هو متعلق بالعملية ومنها ما هو متعلق بنوع النشاط الاقتصادي ومنها ما هو متعلق بالظروف العامة وأخيراً ما هو متعلق بالعمل والمال ولكنها مخاطر بنسبة قليلة لا تذكر.

ما يميز هذه الدراسة :

بعد التعقيب على الدراسات السابقة التي تناولت تطبيقات صيغة المشاركة بأنواعها المختلفة بغرض تقييم مساهمة التمويل بالمشاركة في حجم التمويل المصرفي وأثره في تنمية القطاعات الاقتصادية وعلى المستوى الفردي، لم يتبين وجود دراسة تبين أثر المشاركة في الأداء المالي على الرغم من أن دراسة مؤشرات الأداء المالي تعد من أهم وأبرز مجالات العمل الرقابي في المصارف الإسلامية لتميز هذه المصارف بطبيعتها الإسلامية فهذا الموضوع ككل لم ينل حظه من العرض و التحليل بالكيفية التي تم إتباعها في هذا البحث بالإضافة إلى أن هذا البحث يعتبر محاولة جادة لتطوير آليات عمل جديدة قد تساعد المصارف الإسلامية في زيادة نشاطها التمويلي باستخدام صيغ المشاركة.

الإطار النظري :

المبحث الأول - المشاركة:

1. تعريف المشاركة: تعد المشاركة من أهم صيغ التمويل في المصارف الإسلامية بعد عمليات المرابحة حيث أنها تلائم طبيعة المصارف الإسلامية، فيمكن استخدامها في تمويل الأنشطة الاقتصادية المختلفة.

1-1. يوجد بأسلوب تمويل المشاركة طرفين مشاركين أو أكثر بنسب متساوية أو مختلفة، لإعداد مشروع مشترك، حيث يكون الربح والخسارة مرتباً بطريقة محددة سلفاً وفقاً لرأس مال كل منهما، وتستخدم المشاركة في الاستثمار طويل الأجل مثل المشاريع الصناعية والزراعية [4].

1-2. كما يمكننا تعريفها على أنها قيام أحد العملاء من التجار بالتقديم إلى المصرف الإسلامي طالبا منه أن يشاركه في صفقة تجارية محددة على أن يقوم الطرفان عند الانتهاء من هذه الصفقة بتقسيم الأرباح التي تتحقق فيما بينهم على أن يتم قبل ذلك حصول الطرف الذي يقوم بإدارة الصفقة أو المشاركة: هي علاقة لتقاسم الأرباح والخسائر في الشركة المصرف. إلى جانب ذلك، هي عقد الأموال من كلا الطرفين (المصرف و العميل) لأداء أنشطة تجارية محددة في مجالات مختلفة مثل مشاريع في الإنتاج الصناعي والتجارة وما إلى ذلك. النسبة متفق عليها في بداية العقد حيث يتم تقسيم الربح بين الشركاء، في حين أن الخسارة تقابل مساهماتهم الرأسمالية. وهذا يعني أن الخسارة يتم تخصيصها وفقاً لنسبة الاستثمار، ولكن يجب تقسيم الربح وفقاً لاتفاق الطرفين. [5]

2. شروط صحة المشاركة : [6]

- 2-1. أن يكون رأس مال المشاركة من النقود المحددة والمعروفة ومن العملات المتداولة. وإذا كانت حصة بعض الشركاء عينية فيجب تقييمها بدقة مراعاة للعدل في تقدير وتقييم حصص الشركاء، إذ ستخذ كأساس لتوزيع الأرباح والخسائر بعد ذلك.
- 2-2. يجوز عدم تساوي حصة الشركاء في رأس مال المشاركة، وكل شريك غير مجبر على إدخال جميع نقوده وأمواله في رأس المال.
- 2-3. يجوز أن تكون السمعة التجارية - الشهرة والصورة الذهنية الطيبة - والثقة الفنية حصة في الشركة، مثل شركات الوجوه والصناعات.
- 2-4. أن يكون رأس المال معلوماً وموجوداً ويمكن التصرف فيه ولا يكون ديناً .
- 2-5. أن يكون الربح نسبة شائعة ومعلومة وليس محددًا بمقدار معين من المال، وكل ما يؤدي إلى الجهالة في الربح أو قطع الشركة فيه يفسد المشاركة.
- 2-6. يجوز أن ينفرد أحد الشركاء بالعمل و يتم الاتفاق على تقاسم الربح بنسب متساوية، كما يجوز أن يختلفوا في الربح برغم تساويهم في المال.
- 2-7. في حالة عمل جميع الشركاء في إدارة الشركة، يجوز أن يكون حصص بعضهم في الربح أكبر من نسبة حصصهم في رأس المال، نظراً لأنّ الربح هو عائد رأس المال والعمل، والعمل مما يجوز التفاوت فيه، فقد يكون أحد الشركاء أبصر بالتجارة من غيره.
- 2-8. أن تكون الخسارة بقدر حصة كل شريك أو رأس المال، أي أنّ تحمل الخسارة تكون بقدر حصة كل شريك في رأس المال في جميع الأحوال وليس على ما اشترطوا عليه.
- 2-9. أن يكون كل شريك أهلاً للتوكيل والتوكّل، بمعنى أن يكون متمتعاً بالأهلية التي تمكنه من أن يكون أصيلاً في عمله للشركة ووكيلاً في آن واحد، فهو أصيل باحتسابه أنّه يعمل في ماله، ووكيل باحتساب أنّه لا يعمل في ماله فحسب بل مخلوطاً بمال غيره.

2-10. أن تكون يد كل شريك في كل ما يتعلق بأموال وأعمال الشركة يد أمانة، فلا يضمن ما أتلف إلا حيث قصر أو تجاوز حدود الأمانة، وإذا لم يُقصر يلزم به كل الشركاء.

2-11. أن عقد الشركة غير لازم في حق الطرفين، فلكل شريك أن يفسخ العقد متى شاء بشرط أن يكون ذلك بحضور الطرف أو الأطراف الأخرى. وإن لم يتم ذلك الحضور فلا يتحقق الفسخ ولا تصبح له أهمية، وجواز الفسخ هنا مقيد بما إذا لم يترتب عليه ضرر، فإن ترتب عليه ضرر مُنع من الفسخ حتى يزول المانع.

3. أنواع المشاركة:

3-1. **المشاركة الدائمة (الثابتة):** وهي التي يدخل فيها المصرف شريكاً مع المتعامل في رأسمال عملية تجارية أو صناعية محددة يقترحها هذا الأخير على المصرف، فيصبح الطرفان شريكين في تسييرها والرقابة عليها وتحمل التزاماتها و خسائرها و اقتسام أرباحها و المقصود بالدائمة هو أن كل طرف يحتفظ بحصة ثابتة في رأسمال المشروع حيث يتم انجازه وتصفى الشراكة، والمشاركة الدائمة تكون مقررة لأجل طويل. [7]

تأخذ المشاركة شكلين:

أ. **مشاركة في رأسمال المشروع:** تأخذ شكل التمويل المباشر، مما يؤهل المصارف الإسلامية أن ترقى إلى مصارف بنوك الأعمال، ويتم تنفيذ هذا الشكل عن طريق إنشاء مشروعات جديدة، أو المساهمة في رأسمال مشروعات قديمة.

ب. **المشاركة بحسب الصفقة الواحدة:** فهي التي يمول فيها المصرف العملية الواحدة من عمليات المشروع، كدخول مع مؤسسة سياحية في عملية شراء أسطول نقل بري.

3-2. المشاركة في صفقة معينة: [8]

- أ - وهذا النوع من المشاركة يدخل فيه المصرف الإسلامي شريكاً في عملية تجارية أو استثمارية واحدة ومستقلة عن غيرها من عمليات التجارة أو الصناعة أو الزراعة في أي مشروع ، وتختص بعدد محدد من السلع أو وسائل الإنتاج.
- ب - ويتضمن اتفاق الشراكة مساهمة كل من المصرف والطرف الآخر بنسبة معينة من رأس مال الصفقة.
- ج - يتضمن اتفاق الشراكة حصة كل من المصرف والشريك الآخر في الأرباح والخسائر.
- د - يتم تخصيص جزء من الأرباح للشريك مقابل قيامه بإدارة عملية المتاجرة أو الإنتاج والتسويق.
- هـ - تنتهي المشاركة بنقل ملكية الصفقة عن طريق البيع أو أي تصرف ناقل للملكية.
- و - أنها تجعل دورة رأس المال أكثر سرعة، نتيجة لسرعة تصفية هذا النوع من العمليات، وحيث يعيد المصرف استخدام رأس المال مرة ثانية.
- ز - توزيع المخاطر بين المصرف والمشاركين وتقليل المخاطر بسبب تنوع وتوزيع العمليات .
- ح - تمكين المصرف من مراقبة أعمال المشاركة مع العميل المشارك والتأكد منها.
- ط - مقارنة نتائج المشاركات في القطاعات المتنوعة واختيار الربح قليل المخاطر.
- 3-3. المشاركة المتناقصة أو المنتهية بالتمليك:** فهي التي يعطى فيها أحد الشركاء الحق للآخر في شراء حصته تدريجياً بحيث تتناقص حصته و تزيد حصة الآخر إلى أن ينفرد بملكية كامل رأس مال المشروع ، و من صور المشاركة المتناقصة المنتهية بالتمليك بالمصارف الإسلامية: [9]

الصورة الأولى: أن يتفق المصرف مع الشريك على أن يكون إحلال هذا الشريك محل المصرف بعقد مستقل يتم بعد إتمام التعاقد الخاص بعملية المشاركة، بحيث يكون للشريكين حرية كاملة في التصرف ببيع حصته لشريكه أو غيره

الصورة الثانية: أن يتفق المصرف مع الشريك على المشاركة في التمويل الكلي أو الجزئي لمشروع ذي دخل متوقع وذلك على أساس اتفاق المصرف مع الشريك الآخر لحصول المصرف على حصة نسبية من صافي الدخل المحقق فعلاً مع حقه بالاحتفاظ بالجزء المتبقي من الإيراد أو أي قدر ما يُتفق عليه ليكون ذلك الجزء مخصصاً لتسديد أصل ما قدمه المصرف من تمويل، وعندما يقوم الشريك بتسديد ذلك التمويل تؤول الملكية له وحده.

الصورة الثالثة: يحدد نصيب كل شريك حصص أو أسهم يكون له منها قيمة معينة و يمثل مجموعها إجمالي قيمة معينة و يمثل مجموعها إجمالي قيمة المشروع أو العملية و للشريك إذا شاء أن يقتني من هذه الاسهم المملوكة للمصرف عدداً معيناً كنسبة بحيث تتناقص أسهم المصرف بمقدار ما تزيد أسهم الشريك إلى أن يمتلك كامل الأسهم فتصبح ملكيته كاملة.

المبحث الثاني: الأداء المالي في المصارف الإسلامية

1. مفهوم الأداء المالي

- يعد مفهوم الأداء المالي مفهوماً ضيقاً لأداء العمل، حيث أنه يركز على استخدام نسب بسيطة بالاستناد إلى مؤشرات مالية يفترض أنها تعكس إنجاز الأهداف الاقتصادية للمصرف، كما الأداء المالي يشير إلى العملية التي يتم من خلالها اشتقاق مجموعة من المعايير أو المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يسهم في تحديد أهمية الأنشطة التشغيلية والمالية للمشروع، وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية ومصادر أخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم أداء المالي للمنشآت. [10]

أما مفهوم الأداء المالي للمصارف فهو استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى إنجاز الأهداف، والمساهمة في إتاحة الموارد المالية وتزويد المصرف بفرص الاستثمار، ويتأثر الأداء المالي للمصارف بالعوامل الاقتصادية، وهيكل الصناعة والقدرات التنظيمية والإدارية. ويعبر الأداء المالي للمصرف عن أدائه من خلال تحقيق معدلات نمو مرتفعة وعوائد متحققة بعد خصم كلفة رأس المال من الأرباح بعد الضرائب، ومواجهة المخاطر المالية الناجمة عن استخدام الديون وأموال الغير في تمويل استخدامات المصرف. ويتطلب القياس المالي في المصارف النظر إلى بعدين أساسيين هما: الربحية، والمخاطرة. [11]

يعد موضوع الأداء المالي في المصارف الإسلامية من الأهمية بمكان للكشف عن مدى ملائمة النظام المصرفي وفعاليتيه في ظل الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية، حيث يعد الأداء المالي وصفاً لوضع المصرف القائم من خلال دراسة الإيرادات، الموجودات، المطلوبات، وصافي الثروة، ويوضح أثر هيكل التمويل على ربحية المصرف ويعكس كفاءة السياسة التمويلية للمصرف، وقدرة العاملين في المصرف، وبالتالي يساعد في إقناع المساهمين بشراء أسهم هذه المصارف، مما يزيد استقرارها وزيادة قوتها الاقتصادية، وسيؤدي بشكل غير مباشر إلى التخطيط الجيد للاستثمار، وتسعيه بالشكل الذي يؤدي إلى تعظيم العائد على حقوق المساهمين، وتحقيق العائد المطلوب من قبل المودعين. [12]

كما يتمثل الأداء المالي في المصارف بالربحية والتي تشكل النتيجة النهائية لعدد من السياسات والقرارات التي تتخذها المصارف باعتبارها الغاية الأساسية التي يسعى المصرف إلى تحقيقها.

2. أهمية الأداء المالي:

2-1. يبين تقييم الأداء المالي للبنوك قدرة البنك على تنفيذ الأهداف المخططة، من خلال مقارنة النتائج المتحققة مع المستهدف منها، والكشف عن الانحرافات واقتراح المعالجات اللازمة لها، مما يعزز أداء البنك بمواصلة البقاء والاستمرار في العمل.

2-2. يساعد تقييم الأداء المالي في الكشف عن التطور الذي حققه البنك في مسيرته وذلك من خلال متابعة نتائج الأداء الفعلي زمنياً من مدة إلى أخرى، ومكانياً بالمقارنة مع البنوك المماثلة الأخرى.

2-3. يظهر تقييم الأداء المركز الاستراتيجي للبنك ضمن إطار البيئة القطاعية التي يعمل فيها، ومن ثم تحديد الأولويات وحالات التغيير المطلوبة لتحسين مركزه الاستراتيجي.

2-4. تساعد عملية تقييم الأداء في الإفصاح عن درجة المواءمة والانسجام بين الأهداف والاستراتيجيات المعتمدة وعلاقتها بالبيئة التنافسية للبنك.

3. مؤشرات الأداء المالي:

وعادة ما تقاس قدرة المصارف على تحقيق أرباح بمجموعة من النسب والتي يعتبر من أهمها **EPS،ROA** والتي سنوضحها كآلاتي:

تكشف نسب الربحية عن قدرة المصرف على تحقيق ربح و عائد مرضيين و النسب هي مؤشر على صحة مالية جيدة و توضح عن فعالية المصرف في إدارة أصولها.

3-1. العائد على الموجودات (ROA) Return On Assets

العائد على إجمالي الأصول يمثل نسبة صافي الدخل إلى إجمالي الأصول و هو يقيس العائد على إجمالي الأصول بعد الفوائد والضرائب. تشير النسبة إلى الكفاءة التي استخدمت بها الإدارة مواردها للحصول على الدخل، وكلما ارتفعت هذه النسبة دل ذلك على أن أداء

المصرف أفضل في توليد الأرباح من أصوله، وهذا يعني أداء إداري أفضل وتوظيف كفو في استخدام أصول المصرف [13]

$$\text{العائد على الأصول} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضرائب}}{\text{إجمالي الأصول}} \times 100$$

3-2. نصيب السهم من الأرباح (العائد على السهم) (EPS) Earnings Per Share :

وتقيس هذه النسبة كمية الأرباح التي تخص كل سهم في نهاية الفترة المالية. وكلما ارتفعت هذه النسبة دل ذلك على أن أداء المصرف أفضل في توليد الأرباح، وهذا من شأنه ارتفاع قيمة السهم في المستقبل [14]

$$\text{حصة السهم من الأرباح} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{عدد الأسهم المكتتب بها}}$$

المبحث الثالث: الدراسة التطبيقية:

أولاً: مصرف البركة- سورية: إن المصرف شركة مساهمة مغلقة عامة سورية تأسس بتاريخ 2007 / 6 / 28، تم تسجيل المصرف في سجل المصارف لدى مصرف سورية المركزي تحت الرقم 21 وقد تأسس المصرف برأس مال قدره 5 مليار ليرة سورية، و تم إدراجه في سوق دمشق للأوراق المالية بتاريخ 2014 / 11 / 3 ، وصلت الحصة السوقية للمصرف على أساس حجم الموجودات % 43 من سوق الصيرفة الإسلامية وتقريباً % 18 من إجمالي السوق المصرفية السورية الخاصة، حيث بلغت القيمة السوقية للسهم 1422 ل.س بينما القيمة الدفترية 639 ل.س بنهاية عام 2018 حاز على جائزتي أفضل مصرف إسلامي وأفضل مؤسسة مالية ملتزمة في المسؤولية المجتمعية للمصارف الإسلامية لعام 2018 في سورية، وجائزة المصرف الإسلامي الأكثر إبداعاً في سورية لعام 2018 ويقدم المصرف الخدمات والأنشطة المصرفية من خلال مركزه الرئيسي الكائن في دمشق ساحة الشهبندر وفروعه ومكاتبه والتي بلغ عددها 11 فرعاً ومكتبين [15].

ثانياً: مصرف دبي الإسلامي: تأسس مصرف دبي الإسلامي (شركة مساهمة عامة) بموجب المرسوم الأميري الصادر عن حاكم دبي بتاريخ 29 صفر لعام 1395 هجري الموافق ل 12 مارس 1975 م بغرض تقديم الخدمات المصرفية والخدمات المتعلقة بها وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية. تم لاحقاً تسجيله شركة مساهمة عامة بموجب قانون الشركات التجارية رقم 8 لعام 1984 وتعديلاته. ولمصرف دبي الإسلامي شركات تابعة له يشار إليها معاً بالمجموعة، حيث تقوم هذه المجموعة بتقديم الخدمات المصرفية للشركات والأفراد والخدمات المصرفية الاستثمارية وتقوم بتنفيذ عملياتها من خلال فروعها المحلية وشركاتها التابعة الخارجية. هذا وقد فتح مصرف دبي الإسلامي أبوابه للتعامل مع الجمهور منذ عام 1975 م مقدماً لهم الخدمات المصرفية والاستثمارية دون أن يتعامل بالربا، وحقق خلال مسيرته تطوراً مشهوداً ونتائج طيبة عكستها البيانات والإحصاءات والقوائم المالية له، والتي كانت بمثابة برهان على حجم المكانة التي يشغلها المصرف في السوق المصرفية من جهة ولدى الجماهير من جهة أخرى. [16]

ثالثاً: نموذج الدراسة:

حيث ستستخدم الدراسة النموذج الآتي:

$$Y_t = \alpha_0 + \beta_1 X_t + \varepsilon_t$$

حيث:

Y_t : المتغير التابع (العائد على الموجودات ROA ، العائد على نصيب السهم من الأرباح EPS).

X_t : المتغير المستقل العائد على المشاركات ROP .

α_0 : معلمة الحد الثابت.

β_1 : معلمة الانحدار.

ε_t : حدود الخطأ العشوائي: يمثل الجزء من محددات الأداء المالي الذي يتغير بشكل عشوائي نتيجة عوامل أخرى لا يتضمنها النموذج.

وسيتم الاعتماد في القسم التطبيقي و عند القيام بالتحليل الإحصائي البرنامج الإحصائي (Eviews 10).

الإحصاءات الوصفية:

يعد التحليل الوصفي للبيانات (Descriptive Analysis) أول مراحل التحليل الإحصائي، حيث يهدف هذا التحليل لمعرفة مقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت، تم حساب الخصائص الإحصائية لمتغيرات الدراسة باستخدام برنامج Eviews 10 وإدراج النتائج في الجدول رقم (1):

جدول رقم (1) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة

	BANK	ROA العائد على الموجودات	EPS نصيب السهم من الأرباح	ROP المشاركة
Mean	BARKA	0.006472	20.61722	0.685306
Median		0.004500	20.48500	0.592500
Maximum		0.052000	93.29000	4.426000
Minimum		-0.01700	-50.20000	-3.066000
Std. Dev.		0.011495	27.15673	1.257210
Observations		36	36	36
		ROA	EPS	ROP
Mean	DUBI	0.004250	0.148417	0.111083
Median		0.004000	0.159500	0.127000
Maximum		0.006000	0.235000	0.192000
Minimum		0.002000	0.041000	0.024000
Std. Dev.		0.001204	0.056970	0.051947
Observations		36	36	36

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي Eviews 10.

نلاحظ من الجدول ما يلي:

1- مصرف البركة - سورية:

بلغ أعلى عائد على الموجودات حوالي 5.2% في الربع الثاني من عام 2013، وبلغ - 0.017% كأدنى قيمة له في الربع الرابع من عام 2013، بمتوسط عائد على الموجودات في مصرف البركة خلال فترة الدراسة حوالي 1%، وانحراف معياري قدره 1%، كما بلغ أعلى نصيب للسهم حوالي 93.3 ليرة سورية في الربع الأول من عام 2016، محققاً خسارة حوالي 50.2 ليرة سورية كأدنى نصيب للسهم في الربع الرابع من عام 2017، بمتوسط نصيب للسهم في مصرف البركة خلال فترة الدراسة حوالي 20.62 ليرة سورية، وانحراف معياري قدره 27.16 ليرة سورية، كما بلغ أعلى عائد على المشاركات حوالي 443% في الربع الثاني من عام 2013، وبلغ -307% كأدنى قيمة له في الربع الرابع من عام 2017، بمتوسط عائد على المشاركات في مصرف البركة خلال فترة الدراسة حوالي 69%، وانحراف معياري قدره 126%.

2- مصرف دبي الإسلامي:

بلغ أعلى عائد على الموجودات حوالي 1% في الربع الثاني من عام 2015، وبلغ 0.2% كأدنى قيمة له في الربع الرابع من عام 2011، بمتوسط عائد على الموجودات في مصرف دبي خلال فترة الدراسة حوالي 0.4%، وانحراف معياري قدره 0.1%، كما بلغ أعلى نصيب للسهم حوالي 0.24 درهم في الربع الثاني من عام 2016، وأدنى نصيب للسهم حوالي 0.04 درهم في الربع الرابع من عام 2011، بمتوسط نصيب للسهم في مصرف دبي خلال فترة الدراسة حوالي 0.15 درهم، وانحراف معياري قدره 0.06 درهم، كما بلغ أعلى عائد على المشاركات حوالي 19% في الربع الثاني من عام 2019، وبلغ 0.24% كأدنى قيمة له في الربع الأول من عام 2011، بمتوسط عائد على المشاركات في مصرف دبي خلال فترة الدراسة حوالي 11%، وانحراف معياري قدره 5%.

اختبارات قبل استنتاج النماذج:

أجرت الباحثة عدداً من الاختبارات على سلاسل الدراسة قبل استنتاج النموذج المستهدف بغية عدم الوقوع ببعض المشاكل والتي بدورها تؤثر على النموذج المستنتج مثل التوزيع الطبيعي للسلاسل المدروسة كل على حدا، واستقرارية السلاسل.

1- Normality test

يوضح الجدول رقم (2) أهم خصائص توزيع بيانات المتغير محل الدراسة باستخدام اختبار Jarque-Bera:

جدول رقم (2) يبين اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات المدروسة

	BANK	ROA	EPS	ROP
Skewness	BARKA	1.675888	0.203131	-0.056312
Kurtosis		8.428268	4.061687	5.683282
Jarque-Bera		61.05075	1.938341	10.81903
Probability		0.000000	0.379398	0.004474
		ROA	EPS	ROP

Skewness	DUBI	-0.19293	-0.243210	-0.313821
Kurtosis		2.14490	1.782793	1.661812
Jarque-Bera		1.32013	2.577297	3.277023
Probability		0.51682	0.275643	0.194269

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ من الجدول رقم (2) ما يلي:

1- مصرف البركة - سورية:

المتغيرات الخاضعة للتوزيع الطبيعي هي متغير نصيب السهم فقط حيث أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية Jarque-Bera أكبر من 5% ومنه نقبل فرضية عدم القائلة بخضوع المتغير للتوزيع الطبيعي، أما المتغيرات الباقية فهي لا تخضع للتوزيع الطبيعي وهذا أمر طبيعي ومتوقع كون سلاسلها تتبع السير العشوائي، كما نلاحظ أن

معامل الالتواء لهذه المتغيرات لا يساوي القيمة المعيارية لمعامل الالتواء (المساوية للصفر) كي يتبع المتغير للتوزيع الطبيعي وهذا يعني عدم تماثل البيانات حول وسطها الحسابي¹، كذلك معامل التفلطح لهذه المتغيرات لا يساوي القيمة المعيارية لمعامل التفلطح (المساوية للعدد ثلاثة) كي يتبع المتغير للتوزيع الطبيعي المعتدل بقيمته أكبر من 3 وهذا يعني أن توزيع سلسلة البيانات مدببة ولها ذروة².

2- مصرف دبي الإسلامي:

جميع المتغيرات المدروسة خاضعة للتوزيع الطبيعي حيث أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية Jarque-Bera أكبر من 5% ومنه نقبل فرضية العدم القائلة بخضوع جميع المتغيرات للتوزيع الطبيعي، وهذا ما يؤكد كل من معاملي الالتواء والتفلطح، حيث معامل الالتواء لهذه المتغيرات يساوي تقريباً القيمة المعيارية لمعامل الالتواء (المساوية للصفر) كي يتبع المتغير للتوزيع الطبيعي وهذا يعني تماثل البيانات حول وسطها الحسابي، كذلك معامل التفلطح لهذه المتغيرات يساوي تقريباً القيمة المعيارية لمعامل التفلطح (المساوية للعدد ثلاثة) كي يتبع المتغير للتوزيع الطبيعي.

2- Stationary:

تُعدّ استقرارية المتغيرات كل منها على حدا شرط لازم من أجل إجراء الدراسة القياسية، حيث أن استخدام سلاسل زمنية غير مستقرة في معادلات الانحدار تعطينا نتائج مضللة وغير حقيقية، تم إجراء اختبار جذر الوحدة (Unit root tests) باستخدام اختبار ديكي فولر الموسع ADF على سلاسل متغيرات الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي (Eviews 10)، حيث حصلنا على الجدول رقم (3):

تدل قيمة الالتواء الموجبة على ميل توزيع السلسلة نحو اليمين، وتدل القيمة السالبة على ميل توزيع السلسلة نحو اليسار.¹

تدل قيمة التفلطح الأكبر من 3 على أن توزيع السلسلة له ذروة، وتدل القيمة الأصغر من 3 على أن توزيع السلسلة منبسط.²

جدول رقم (3) يبين نتائج اختبار الاستقرار لمتغيرات الدراسة

Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test						
Null Hypothesis: ROA has a unit root						
Exogenous: Constant						
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=9)						
	BANK		BARKA		DUBI	
Test ror:	Level		Level		1 st difference	
Series	Statistic	Prob.*	Statistic	Prob.*	Statistic	Prob.*
ROA	-5.34035	0.0001	-1.67050	0.4367	-16.2254	0.0000
EPS	-4.63941	0.0007	-1.37905	0.5808	-17.0960	0.0001
ROP	-5.88338	0.0000	-1.24585	0.6424	-15.0495	0.0000

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

المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يوضح الجدول رقم (3) أن بيانات سلاسل جميع المتغيرات المتعلقة بمصرف البركة مستقرة عند المستوى وبمستوى معنوية 5%، في حين لم تستقر بيانات سلاسل جميع المتغيرات المتعلقة بمصرف دبي عند المستوى وبمستوى معنوية 5%، بينما استقرت بعد أخذ الفرق الأول وبمستوى معنوية 5% أي أنها متكاملة من الرتبة الأولى (1). نستنتج أنه يمكننا تطبيق طريقة المربعات الصغرى التقليدية (OLS) على المتغيرات المتعلقة بمصرف بركة كون بيانات سلاسلها الزمنية استقرت عند المستوى، بينما لا يمكننا تطبيق طريقة المربعات الصغرى التقليدية (OLS) على المتغيرات المتعلقة بمصرف دبي كون بيانات سلاسلها الزمنية لم تستقر عند المستوى وتطبيقها يقود لنتائج زائفة ومضللة، لذلك سيتم اللجوء إلى استخدام منهجية أخرى بالنسبة لمصرف دبي لتحديد بإجراء عدة خطوات.

1- مصرف البركة - سورية:

تقدير نموذج الانحدار بطريقة المربعات الصغرى التقليدية (OLS):

بما أننا وجدنا أن بيانات سلاسل المتغيرات قد استقرت عند المستوى فيمكننا تطبيق طريقة المربعات الصغرى التقليدية، حيث ستستخدم النموذج التالي:

$$Y_t = \alpha_0 + \beta_1 ROP_t + \varepsilon_t$$

حيث:

Y : المتغير التابع (العائد على الموجودات ROA ، العائد على نصيب السهم من الأرباح EPS).

يوضح الجدول الآتي نتائج نموذج OLS على متغيرات النموذج الأول، باستخدام البرنامج الإحصائي (Eviews 10):

جدول رقم (4) يبين نتائج نموذج OLS لمتغيرات النماذج الثلاثة

Coefficient t-Statistic Probability	ROA	EPS
C	0.001486 1.104533 0.2771	9.009231 2.766766 0.0091
ROP	0.007277 7.663139 0.0000	16.93842 7.368129 0.0000
R-squared	0.633319	0.614902
Adjusted R-squared	0.622534	0.603576
S.E. of regression	0.007063	17.09848
Sum squared resid	0.001696	9940.17
Log likelihood	128.2534	-152.2566
F-statistic	58.72369	54.28933
Prob(F-statistic)	0.0000	0.0000
Mean dependent var	0.006472	20.61722
S.D. dependent var	0.011495	27.15673
Akaike info criterion	-7.014079	8.569809
Schwarz criterion	-6.926106	8.657782

Hannan-Quinn criter.	-6.983374	8.600514
Durbin-Watson stat	1.9	1.7

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews)

(10)

من الجدول السابق يمكن أن نعبّر عن علاقة الارتباط في الأجل الطويل (مرونات الأجل الطويل) بين متغيري الدراسة، بالصيغة الآتية:

$$\widehat{ROA} = 0.0015 + 0.0073 * ROP.$$

$$\widehat{EPS} = 9.01 + 16.94 * ROP.$$

النموذج الأول:

تبين النتائج في الجدول رقم (4) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=63\%$) تقريباً، أي أن متغير العائد على المشاركات يساهم في تفسير التغيرات الزمنية الحاصلة في العائد على الموجودات بمعدل 63% من مجموع التغيرات الكلية وأن 37% من التغيرات تفسرها متغيرات أخرى لم يتم إدخالها بالنموذج، وتشير قيمة فيشر ($F=58.72$) إلى معنوية النموذج إذ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لها أقل من 5% ، أي أنه توجد علاقة طويلة الأجل بين العائد على المشاركات والعائد على الموجودات، كما تشير قيمة دورين واطسون ($DW=1.9$) تقريباً إلى عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين البواقي.

كما تبين النتائج معنوية إحصائية (t) لمتغير العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 5% ، أي أنه يوجد أثر إيجابي لارتفاع نسبة العائد على المشاركات على العائد على الموجودات في الأجل الطويل، حيث أن ارتفاع نسبة العائد على المشاركات بمقدار 1% سيؤدي إلى ارتفاع العائد على الموجودات بمقدار 0.07% في الأجل الطويل، وبهذه النتيجة نكون قد اعتمدنا على فرضيتنا الأولى حيث تبين أنه يوجد أثر معنوي لنسبة العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 5% في العائد على الموجودات.

النموذج الثاني:

تبين النتائج في الجدول رقم (4) أن قيمة معامل التحديد ($R^2=61\%$) تقريباً، أي أن متغير العائد على المشاركات يساهم في تفسير التغيرات الزمنية الحاصلة في نصيب السهم بمعدل 61% من مجموع التغيرات الكلية وأن 39% من التغيرات تفسرها متغيرات أخرى لم يتم إدخالها بالنموذج، وتشير قيمة فيشر ($F=54.29$) إلى معنوية النموذج إذ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لها أقل من 5% ، أي أنه توجد علاقة طويلة الأجل بين العائد على المشاركات ونصيب السهم، كما تشير قيمة دورين واطسون ($DW=1.7$) تقريباً إلى على عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين البواقي.

كما تبين النتائج معنوية إحصائية (t) لمتغير العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 5% ، أي أنه يوجد أثر إيجابي لارتفاع نسبة العائد على المشاركات على نصيب السهم في الأجل الطويل، حيث أن ارتفاع نسبة العائد على المشاركات بمقدار 1% سيؤدي إلى ارتفاع نصيب السهم بمقدار 16.94 ليرة سورية في الأجل الطويل، وبهذه النتيجة نكون قد اعتمدنا على فرضيتنا الثانية حيث تبين أنه يوجد أثر معنوي لنسبة العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 5% في نصيب السهم.

الاختبارات التشخيصية للنماذج المقدرة:

1- اختبار الارتباط التسلسلي للبواقي:

يشير إلى وجود ارتباط بين سلسلة حد الخطأ الحالية و سلسلة حد الخطأ بفترات زمنية مختلفة.

يبين الجدول رقم (5) نتائج اختبار الارتباط التسلسلي لبواقي النماذج:

جدول رقم (5) يبين نتائج اختبار الارتباط التسلسلي للبواقي

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test				
النموذج الأول	F-statistic	0.173707	Prob. F(1,33)	0.6795
	Obs*R-squared	0.188507	Prob. Chi-Square(1)	0.6642
	Obs*R-squared	1.791344	Prob. Chi-Square(1)	0.1808
النموذج الثاني	F-statistic	3.760779	Prob. F(1,33)	0.0611
	Obs*R-squared	3.682948	Prob. Chi-Square(1)	0.055

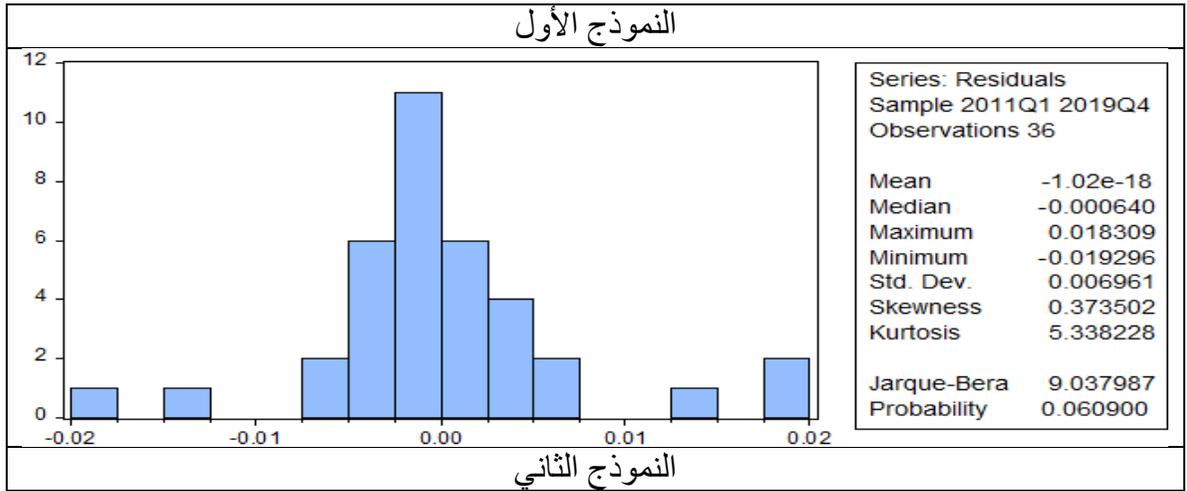
المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

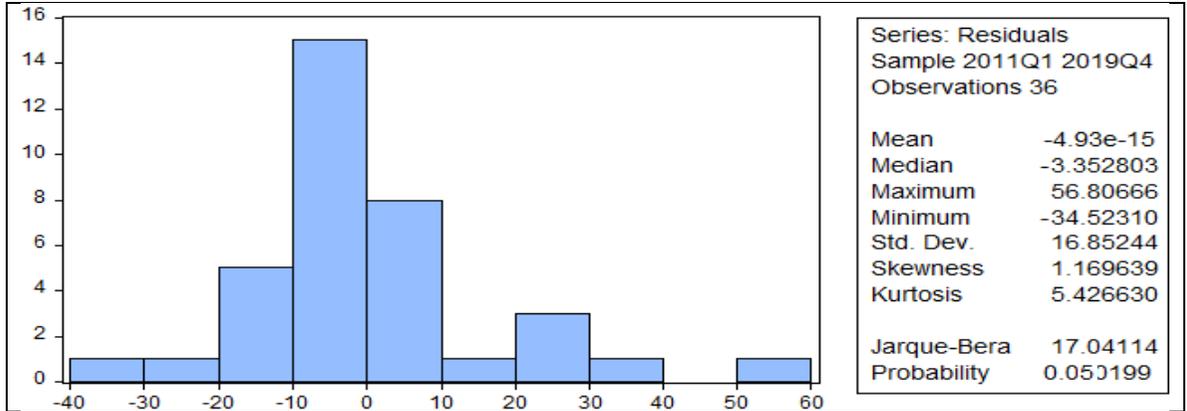
نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار chi-square ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائلة بعدم وجود ارتباط تسلسلي بين الأخطاء العشوائية للنماذج المقدره.

2- اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي:

يتم إجراء اختبار التوزيع الطبيعي كون معظم الظواهر الحياتية تتبع هذا التوزيع و يستخدم للتحقق من بعض الشروط النظامية في الاختبارات المعلمية. يبين الشكل رقم (1) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبواقي النماذج:

الشكل رقم (1) يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي





المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار Jarque Bera ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية العدم القائلة بأن بواقي النماذج المقدره تتوزع طبيعياً.

3- اختبار ثبات التباين:

يشير إلى تغير تباين حد الخطأ مع تغير قيم المتغير التفسيري.

يبين الجدول رقم (6) نتائج اختبار ثبات التباين لبواقي النماذج:

جدول رقم (6) يبين نتائج اختبار ثبات التباين للبواقي

Heteroskedasticity Test				
النموذج الأول	F-statistic	1.966366	Prob. F(1,33)	0.1702
	Obs*R-squared	1.968257	Prob. Chi-Square(1)	0.1606
	Obs*R-squared	3.059828	Prob. Chi-Square(1)	0.0803
النموذج الثاني	F-statistic	0.495815	Prob. F(1,33)	0.4863
	Obs*R-squared	0.518080	Prob. Chi-Square(1)	0.4717

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار chi-square ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائله بثبات تباين الأخطاء العشوائية للنماذج المقدره.

4- اختبار ملائمة الشكل الدالي للنموذج:

يهدف إلى معرفة مدى ملائمة النموذج في تمثيل العلاقة بين المتغير التابع و المتغير المستقل و إن كان هذا التمثيل جيداً أم لا؟

يبين الجدول رقم (7) نتائج اختبار ملائمة الشكل الدالي للنماذج:

جدول رقم (7) يبين نتائج اختبار ملائمة الشكل الدالي للنماذج

Ramsey RESET Test			
Equation: UNTITLED			
Omitted Variables: Powers of fitted values from 2 to 3			
Specification: ROA C ROP			
	Value	df	Probability
F-statistic	2.461886	(2, 32)	0.1013
Likelihood ratio	5.152308	2	0.0761
Specification: EPS C ROP			
	Value	df	Probability
F-statistic	1.069228	(2, 32)	0.3552
Likelihood ratio	2.328788	2	0.3121

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار F-statistic ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائله بملائمة الشكل الدالي للنماذج المقدره.

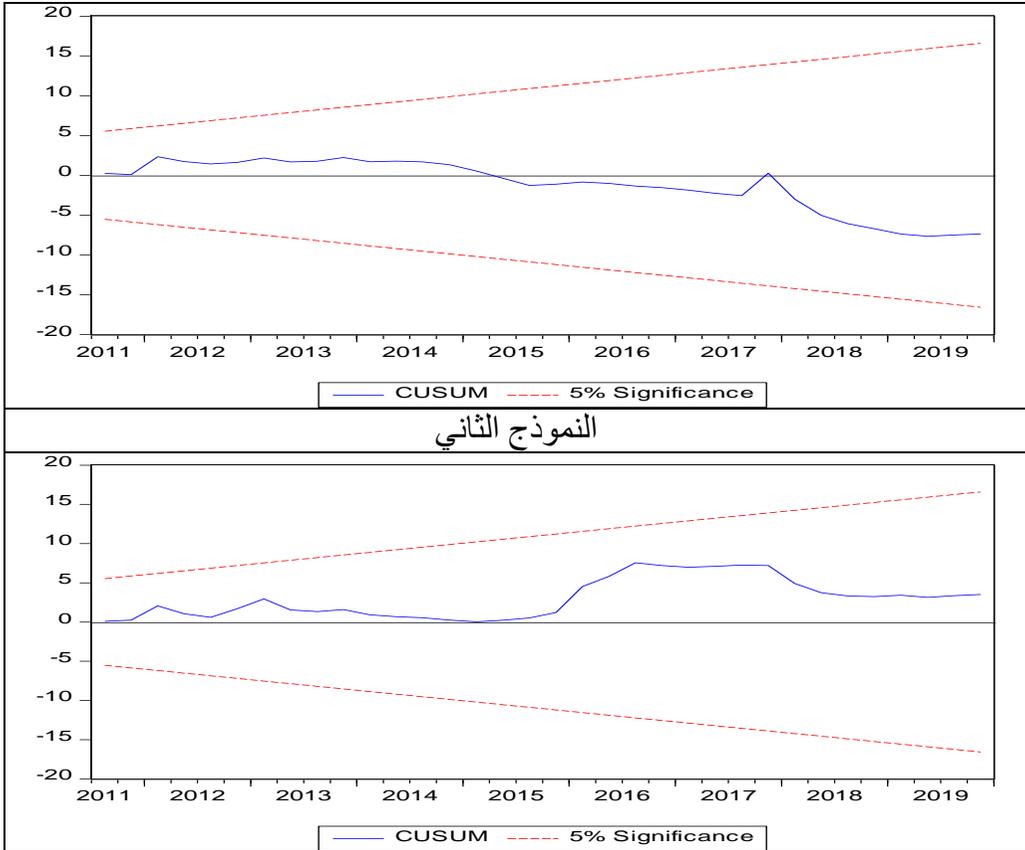
5- الاستقرار الهيكلي للنموذج:

يستخدم للتأكد من خلو البيانات المستخدمة من وجود أي تغيرات هيكلية عبر الزمن و مدى استقرار و انسجام المعلمات طويلة الأجل مع المعلمات قصيرة الأجل.

يبين الشكل رقم (2) الاستقرار الهيكلي للمعلمات المقدره في النماذج المدروسة:

شكل رقم (2) يوضح رسماً بيانياً للاستقرار الهيكلي للمعلمات المقدره في النموذج

النموذج الأول



المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

ونظراً لوقوع هذا الشكل ضمن الحدود الحرجة، فهذا يعني استقرار المعلمات المقدرة في النماذج المدروسة.

2- مصرف دبي الإسلامي:

بما أننا وجدنا أن بيانات سلاسل المتغيرات لم تستقر عند المستوى بينما استقرت عند الفرق الأول فلا يمكننا تطبيق طريقة المربعات الصغرى التقليدية، وسيتم اللجوء إلى استخدام منهجية أخرى تتحدد بإجراء عدة خطوات موضحة بالترتيب الآتي:

1- اختبار فترة الإبطاء Lag Intervals:

يشير أنه توجد متغيرات تفسيرية تمتد آثارها عبر عدد من الفترات الزمنية.

يوضح الجدول رقم (8) نتائج اختبار فترة الإبطاء المثلى لمتغيرات النموذج، باستخدام البرنامج الإحصائي (Eviews 10):

جدول رقم (8) معايير اختيار فترة الإبطاء المثلى باستخدام نموذج VAR

VAR Lag Order Selection Criteria						
Exogenous variables: C						
Sample: 2011Q1 2019Q4						
Included observations: 33						
Endogenous variables: ROA ROP						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	260.6768	NA	5.33e-10	-15.67738	-15.58668	-15.64686
1	283.0713	40.71730	1.75e-10	-16.79220	-16.52011	-16.70065
2	294.2767	19.01518*	1.13e-10*	-17.22889*	-16.77540*	-17.07631*
3	296.8238	4.013683	1.25e-10	-17.14084	-16.50596	-16.92722
Endogenous variables: EPS ROP						
0	163.8530	46.95941	2.40e-07	-9.566849	-9.294757	-9.475298
1	179.3294	26.26297*	1.20e-07*	-10.26239*	-9.808901*	-10.10980*
2	180.6967	2.154578	1.42e-07	-10.10283	-9.467950	-9.889214

* indicates lag order selected by the criterion

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

يتبين من الجدول رقم (5) أن فترة الإبطاء المثلى هي فترتي إبطاء (Lag=2) للنموذجين الأول والثاني، وفترة إبطاء واحدة (Lag=1) بالنسبة للنموذج الثالث، كونها معنوية حسب معايير المفاضلة (AIC, SC, H-Q) ..

2- التحقق من وجود علاقة تكامل مشترك (Co Integration) باستخدام طريقة

انجل-جرانجر (Engle-Granger)

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة وجود علاقة توازنية على الأمد الطويل بين المتغيرات المدروسة.

يوضح الجدول الآتي نتائج استخدام طريقة انجل-جرانجر في إطار فترتي إبطاء طبقاً
لبرنامج Eviews 10:

جدول رقم (9) يبين نتائج اختبار التكامل المشترك باستخدام طريقة انجل-جرانجر

Sample: 2011Q1 2019Q4			
Included observations: 36			
Null hypothesis: Series are not cointegrated			
Cointegrating equation deterministics: C			
Automatic lags specification based on Schwarz criterion (maxlag=2)			
ROA ROP		EPS ROP	
z-statistic	Prob.*	z-statistic	Prob.*
-42.8169	0.0000	-5.744489	0.6466

*MacKinnon (1996) p-values.

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)
نلاحظ من الجدول رقم (9) أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار بالنسبة
للمنموذج الأول ، أصغر من مستوى المعنوية %5، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل
الفرضية البديلة القائلة بوجود تكامل مشترك بين متغيري الدراسة لكل نموذج، بينما
القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار بالنسبة للمنموذج الثاني، أكبر من مستوى
المعنوية %5، لذا نقبل فرضية العدم القائلة بعدم وجود تكامل مشترك بين متغيري
الدراسة للمنموذج.

نستنتج أن النموذج الأفضل للتقدير للمنموذج الأول هو نموذج تصحيح الخطأ
(ECM)، وأن النموذج الأفضل للتقدير للمنموذج الثاني هو نموذج الانحدار
الذاتي (VAR).

3- تقدير نموذج تصحيح الخطأ Error Correction Model (ECM) للمنموذج
الأول:

باعتتماد نتائج قيم معايير تحديد عدد فترات التباطؤ الزمني نختار فجوتين زمنيتين عند تقدير نموذج (ECM) وفق المعادلة الآتية:

$$\widehat{\Delta y}_t = c + \alpha_1 y_{t-1} + \alpha_2 y_{t-2} + \alpha_3 ROP_{t-1} + \alpha_4 ROP_{t-2} + \phi_1 \Delta y_{t-1} + \phi_2 \Delta y_{t-2} + \phi_3 \Delta ROP_{t-1} + \phi_4 \Delta ROP_{t-2} + \varepsilon_t.$$

حيث:

Y: المتغير التابع (العائد على الموجودات ROA، نصيب السهم من الأرباح EPS).

Δ: الفروق الأولى.

ε_t: حد الخطأ العشوائي.

يوضح الجدول التالي نتائج نموجي ECM و VAR على متغيرات النموذج:

جدول رقم (10) يبين نتائج نماذج الدراسة

Vector Error Correction Estimates		Vector Autoregression Estimates	
Sample (adjusted): 2011Q4 2019Q4		Sample (adjusted): 2011Q2 2019Q4	
Included observations: 33 after adjustments		Included observations: 35 after adjustments	
Standard errors in () & t-statistics in []		Standard errors in () & t-statistics in []	
	ROA		EPS
Cointegrating Eq:	CointEq1	EPS(-1)	0.054677 (0.36996) [0.14779]
ROA(-1)	1		
ROP(-1)	-0.01916 (0.00205) [-9.36337]	ROP(-1)	0.73726 (0.41139) [1.79213]
C	-0.002149		0.062331 (0.01946) [3.20355]
Error Correction:	D(ROA)	C	
	-1.059431 (0.48988) [-2.16262]	R-squared	0.54491
CointEq1		Adj. R-squared	0.516467
	-0.160418 (0.39805) [-0.40301]	Sum sq. resids	0.047869
D(ROA(-1))		S.E. equation	0.038677
		F-statistic	19.15789

D(ROA(-2))	-0.320948	Log likelihood	65.74324
	(0.26587)	Akaike AIC	-3.585328
	[-1.20718]	Schwarz SC	-3.452012
D(ROP(-1))	-0.011429	Mean dependent	0.151
	(0.0106)	S.D. dependent	0.055621
	[-1.07798]	Determinant resid covariance (dof adj.)	0.000000
D(ROP(-2))	0.01702	Determinant resid covariance	0.000000
	(0.00969)	Log likelihood	175.189
	[1.75710]	Akaike information criterion	-9.66796
C	0.00006	Schwarz criterion	-9.401324
	(0.00012)		
	[0.51643]		
R-squared	0.776541		
Adj. R-squared	0.735159		
Sum sq. resids	0.000010		
S.E. equation	0.000616		
F-statistic	18.76547		
Log likelihood	200.4200		
Akaike AIC	-11.78303		
Schwarz SC	-11.51094		
Mean dependent	0.000061		
S.D. dependent	0.001197		
Determinant resid covariance (dof adj.)	0.000000		
Determinant resid covariance	0.000000		
Log likelihood	296.0967		
Akaike information criterion	-17.09677		
Schwarz criterion	-16.46189		

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

النموذج الأول:

من الجدول السابق يمكن أن نعبّر عن علاقة الارتباط على الأجل الطويل (مرونات الأجل الطويل) بين متغير العائد على الموجودات والعائد على المشاركات، بالصيغة الآتية:

$$\widehat{ROA} = 0.002 + 0.02 * ROP$$

كما يظهر الجدول رقم (10) علاقة الارتباط على الأجل القصير (مرونات الأجل القصير) بين العائد على الموجودات والعائد على المشاركات، حيث تشير قيم (t) إلى معنوية متغير العائد على المشاركات على الأجل الطويل عند مستوى معنوية 5%، ومعنويته بعد ربعين على الأجل القصير عند مستوى معنوية 10%، كما بلغت قيمة معامل التحديد 78% تقريباً، أي أن التغيرات في متغيرات النموذج من المحتمل أن تفسر 78% من التغيرات في العائد على الموجودات، كما تشير قيمة فيشر (F=18.77) تقريباً إلى معنوية النموذج، أي أنه توجد علاقة طويلة الأجل بين العائد على الموجودات والعائد على المشاركات، وهذا ما تؤكدته قيمة معامل تصحيح الخطأ في الأجل القصير حيث بلغت (-1.06) وقد أخذت إشارة سالبة وتعني التراجع إلى القيمة التوازنية، وقيمتها تعني أن الانحراف الفعلي للعائد على الموجودات عن التوازن في الأجل الطويل يصحح بشكل ربعي بشكل كامل إثر حدوث صدمة تطراً على متغيرات النموذج.

ونستدل من نتائج التقدير ما يلي:

وجود أثر إيجابي للعائد على المشاركات على العائد على الموجودات في الأجل القصير يظهر تأثيره بعد ربعين عند مستوى معنوية 10%، فقد بلغت المرونة الجزئية للعائد على المشاركات بالنسبة للعائد على الموجودات 0.02 وهذا يعني أن ارتفاع العائد على المشاركات بنسبة 10% سيؤدي إلى ارتفاع العائد على الموجودات بنسبة 0.2% في الأجل القصير، ليحافظ على هذا الأثر في الأجل الطويل وعند مستوى معنوية 5%، وبهذه النتيجة نكون قد أجبنا على فرضيتنا الأولى حيث تبين أنه يوجد أثر معنوي لنسبة العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 5% في العائد على الموجودات.

النموذج الثاني:

من الجدول رقم (10) يمكن أن نعبّر عن علاقة الارتباط في الأجل الطويل (مرونات الأجل الطويل) بين متغير نصيب السهم والعائد على المشاركات، بالصيغة التالية:

$$\widehat{EPS}_t = 0.06 + 0.055 * EPS_{t-1} + 0.74 * ROP_{t-1}$$

تشير قيمة (t) في الجدول رقم (10) إلى معنوية متغير العائد على المشاركات عند مستوى دلالة إحصائية 10%، كما بلغت قيمة معامل التحديد 54% تقريباً، أي أن التغيرات في متغيرات النموذج من المحتمل أن تفسر 54% من التغيرات في نصيب السهم، كما تشير قيمة فيشر (F=19.16) تقريباً إلى معنوية النموذج، أي أنه توجد علاقة طويلة الأجل بين نصيب السهم والعائد على المشاركات.

ونستدل من نتائج التقدير ما يلي:

وجود أثر إيجابي للعائد على المشاركات على نصيب السهم في الأجل الطويل عند مستوى معنوية 10%، فقد بلغت المرونة الجزئية للعائد على المشاركات بالنسبة لنصيب السهم 0.74 وهذا يعني أن ارتفاع العائد على المشاركات بنسبة 10% سيؤدي إلى ارتفاع نصيب السهم بمقدار 7.4 درهم في الأجل الطويل، وبهذه النتيجة نكون قد أجبنا على فرضيتنا الثانية حيث تبين أنه يوجد أثر معنوي لنسبة العائد على المشاركات عند مستوى معنوية 10% في نصيب السهم.

الاختبارات التشخيصية للنماذج المقدرة:

1- اختبار الارتباط الذاتي للبواقي:

يشير إلى وجود ارتباط بين القيم المتتالية للحد العشوائي (الحد الخطأ).

يبين الجدول رقم (11) نتائج اختبار الارتباط التسلسلي لبواقي النماذج:

جدول رقم (11) يبين نتائج اختبار الارتباط الذاتي للبواقي

Null Hypothesis: no residual autocorrelations up to lag h					
ROA ROP					
Lags	Q-Stat	Prob.	Adj Q-Stat	Prob.	Df
1	0.255305	---	0.263284	---	---
2	2.114597	---	2.24253	---	---
3	2.548198	0.863	2.719491	0.8431	6
4	7.370992	0.69	8.207498	0.6086	10
5	15.56602	0.3406	17.86592	0.213	14
6	18.13309	0.4469	21.00346	0.2792	18
7	19.4534	0.6172	22.67923	0.42	22
8	21.67148	0.7065	25.6071	0.4849	26
EPS ROP					
Lags	Q-Stat	Prob.	Adj Q-Stat	Prob.	Df

1	1.118784	0.2367	1.152686	---	---
2	3.264318	0.2367	3.432316	---	---
3	4.670811	0.2367	4.974922	0.2899	4
4	10.51359	0.2367	11.59674	0.1701	8
5	12.44754	0.2367	13.86412	0.3095	12
6	18.38973	0.2367	21.07964	0.1755	16
7	24.68801	0.2367	29.01081	0.0875	20
8	28.57015	0.2367	34.08745	0.0831	24

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية العدم القائلة بعدم وجود ارتباط ذاتي بين بواقي النماذج المقدره.

2- اختبار الارتباط التسلسلي للبواقي:

يشير إلى وجود ارتباط بين سلسلة حد الخطأ الحالية و سلسلة حد الخطأ بفترات زمنية مختلفة.

يبين الجدول رقم (12) نتائج اختبار الارتباط التسلسلي لبواقي النماذج:

جدول رقم (12) يبين نتائج اختبار الارتباط التسلسلي للبواقي

Null Hypothesis: No serial correlation at lags 1 to h			
ROA ROP			
Lag	LRE* Stat	Prob.	Df
1	3.405102	0.4925	4
2	8.451686	0.3906	8
3	15.04579	0.2389	12
4	17.71376	0.3409	16
5	21.29191	0.3801	20
6	27.3645	0.2878	24
7	27.80532	0.4748	28
8	34.29952	0.358	32
EPS ROP			
Lags	Q-Stat	Prob.	Df
1	2.479316	0.6483	4
2	7.041199	0.5322	8
3	14.42473	0.2744	12
4	15.25241	0.5062	16
5	16.84668	0.6629	20
6	20.99074	0.6393	24
7	36.80433	0.1232	28
8	44.8658	0.0651	32

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

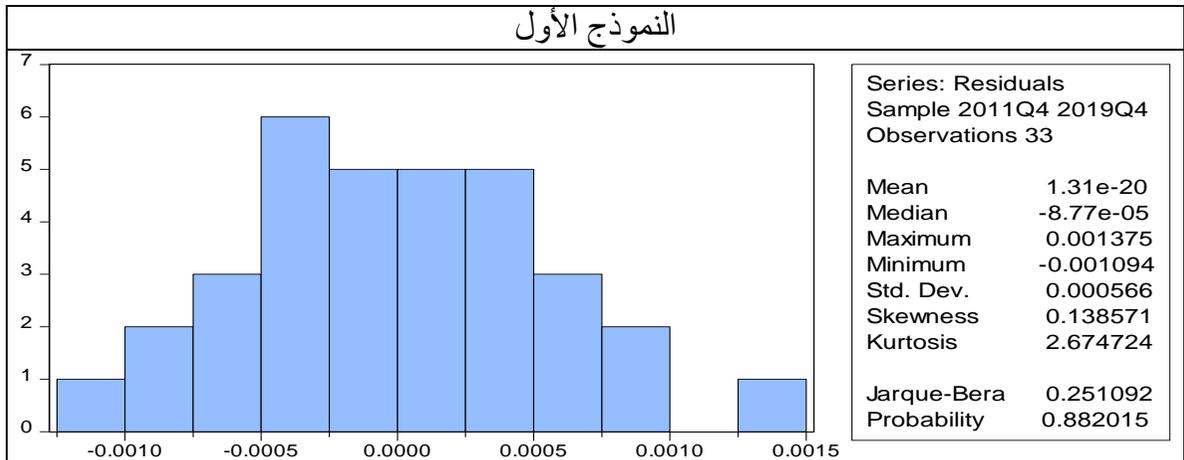
نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائلة بعدم وجود ارتباط تسلسلي بين الأخطاء العشوائية للنماذج المقدره.

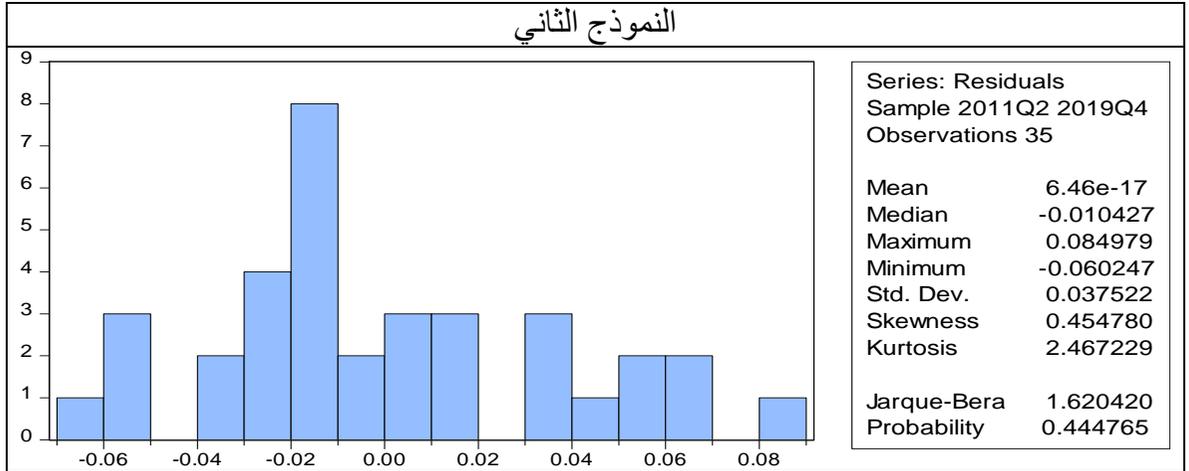
3- اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي:

يتم إجراء التوزيع الطبيعي كون معظم الظواهر الحياتية تتبع هذا التوزيع و يستخدم للتحقق من بعض الشروط النظامية في الاختبارات المعلمية.

يبين الشكل رقم (3) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لبواقي النماذج:

الشكل رقم (3) يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي





المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 1010)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار Jarque Bera ولجميع النماذج

أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائلة بأن بواقي النماذج المقدره تتوزع طبيعياً.

4- اختبار ثبات التباين:

يشير إلى تغير تباين حد الخطأ مع تغير قيم المتغير التفسيري.

يبين الجدول رقم (13) نتائج اختبار ثبات التباين لبواقي النماذج:

جدول رقم (13) يبين نتائج اختبار ثبات التباين للبواقي

Heteroskedasticity Tests		
	Chi-sq	Prob.
النموذج الأول	25.76019	0.6873
النموذج الثاني	22.95137	0.5227

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews)

(1010)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار chi-square ولجميع النماذج

أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم القائلة بثبات تباين الأخطاء العشوائية للنماذج

المقدرة.

5- اختبار ملائمة الشكل الدالي للنموذج:

يهدف إلى معرفة مدى ملائمة النموذج في تمثيل العلاقة بين المتغير التابع و المتغير المستقل و عن كان هذا التمثيل جيداً أم لا؟

يبين الجدول رقم (14) نتائج اختبار ملائمة الشكل الدالي للنماذج:

جدول رقم (14) يبين نتائج اختبار ملائمة الشكل الدالي للنماذج

Ramsey RESET Test			
Equation: UNTITLED			
Omitted Variables: Squares of fitted values			
ROA ROP			
	Value	df	Probability
t-statistic	0.772428	26	0.4468
F-statistic	0.596646	(1, 26)	0.4468
Likelihood ratio	0.748723	1	0.3869
EPS ROP			
	Value	df	Probability
t-statistic	0.782841	31	0.4403
F-statistic	0.612839	(1, 31)	0.4403
Likelihood ratio	0.736135	1	0.3909

المصدر: من إعداد الباحثة باستعمال البرنامج الإحصائي (Eviews 10)

نلاحظ أن القيمة الاحتمالية المقابلة لإحصائية الاختبار F-statistic ولجميع النماذج أكبر من 5% أي نقبل فرضية عدم الفائلة بملائمة الشكل الدالي للنماذج المقدر.

النتائج

1- بينت نتائج اختبار الاستقرارية بالنسبة لمصرف البركة على عدم احتواء جميع السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة على جذر الوحدة، لذا يمكن استخدام طريقة OLS في التقدير، بينما تحتوي السلاسل الزمنية لمتغيرات دراسة مصرف دبي الإسلامي على جذر الوحدة،

و من ثم لا يمكن استخدام طريقة OLS كونها تعطي نتائج مضللة ، حيث اعتمدنا في التقدير نمذجي ECM و VAR.

2- بين اختبار فترة الإبطاء أن فترة الإبطاء المثلى لنماذج دراسة مصرف دبي الإسلامي هي فترتي إبطاء للنموذج المتعلق بالعائد على الموجودات وفترة إبطاء واحدة بالنسبة للنموذج المتعلق بنصيب السهم، كما بين اختبار أنجل-جرانجر (Engle=Granger) بالنسبة لمصرف دبي الإسلامي بوجود تكامل مشترك بين العائد على المشاركات وبين العائد على الموجودات ، وبالتالي يمكن استخدام نموذج تصحيح الخطأ ECM، بينما لا يوجد تكامل مشترك بين العائد على المشاركات وبين نصيب السهم، لذا يمكن استخدام نموذج الانحدار الذاتي VAR.

3- بينت نتائج تحليل الانحدار وجود آثار إيجابية لارتفاع العائد على المشاركات على العائد على الموجودات، ونصيب السهم بالنسبة لعينتي الدراسة، وهي على النمو الآتي:

1- مصرف البركة - سورية:

a- إن ارتفاع نسبة العائد على المشاركات بمقدار 1% سيؤدي إلى ارتفاع العائد على الموجودات بمقدار 0.07% في الأجل الطويل، عند مستوى معنوية 5%.

b- إن ارتفاع نسبة العائد على المشاركات بمقدار 1% سيؤدي إلى ارتفاع نصيب السهم بمقدار 16.94 ليرة سورية في الأجل الطويل، عند مستوى معنوية 5%.

2- مصرف دبي الإسلامي:

a- إن ارتفاع العائد على المشاركات بنسبة 1% سيؤدي إلى ارتفاع العائد على الموجودات بنسبة 0.02% في الأجل الطويل، وعند مستوى معنوية 5%.

b- إن ارتفاع العائد على المشاركات بنسبة 1% سيؤدي إلى ارتفاع نصيب السهم بمقدار 0.74 درهم في الأجل الطويل، عند مستوى معنوية 10%.

أظهرت الاختبارات التشخيصية لسلسلة البواقي لجميع النماذج وبالنسبة للعينتين بأنه لا توجد مشاكل بها، من ارتباط ذاتي أو عدم ثبات التباين أو الشكل الدالي أو التوزيع الطبيعي ...

المقترحات:

1. أثبتت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي للمشاركات في الأداء المالي لكل من مصرف البركة و مصرف دبي الإسلامي لذا يمكن لباقي المصارف الإسلامية في سورية الاستفادة من هذه الأداة التمويلية في تطوير أدائها المالي.

2. يمكن لكل من مصرف البركة و مصرف دبي الإسلامي إلقاء الضوء و الاهتمام أكثر على المشاركة من خلال زيادة الحصة التمويلية لها نظراً لأهميتها في الاداء المالي كما بينت نتائج الدراسة.

3. تُعدّ المشاركة الأداة التمويلية الشرعية البديلة عن الفائدة ذلك لأنها قائمة على مبدأ الغنم بالغرم والتي تجعلها أكثر مرونة من الفائدة في التعامل مع التقلبات الاقتصادية و معالجة جميع المشاكل الاقتصادية الأخرى، لذلك كان على جميع المستويات و الفعاليات الاقتصادية و خاصة المصارف إعطاء أولوية الاهتمام لهذه الأداة مما ينعكس إيجابياً على الاقتصاد بتطوره و تطور المصارف معه.

المصادر و المراجع:

References at English:

5. HAMEDIAN, Bahmanyar .2013_ – Financial Performance of Islamic Banks vs. Conventional Banks: The Case of Malaysia. Submitted to the Institute of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of science in Banking and Finance ,Eastern Mediterranean University Gazimağusa, North Cyprus ، P12
13. LESÁKOVÁ, Ľubica .(2007) Uses and Limitations of Profitability Ratio Analysis in Managerial Practice, International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking Budapest, Hungary ،P 259
14. OMAR et.al (2010). Islamic Pricing Benchmark, International Shar'a Research Academy for Islamic Finance, 16(1)P 36

– References at Arabic:

1. KHALED, Ja`far Abdullah Ahmad. (2000) Efficiency of Participatory Financing , The Experience of Sudanese Banks, "1991 – 1993" Master Thesis, Sudan University of Science and Technology, Sudan.
2. ABU AL-HAIJA, Elias Abdullah Suleiman. (2007) Developing Funding Mechanisms with Participation in Islamic Banks “A Case Study of Jordan” Thesis Dr., Yarmouk University, Jordan.
3. GABRIEL, Najwa Mukhtar. (2016). Banking participation and its impact on investment in Islamic banks "An applied study on

the Islamic Solidarity Bank 2008–2014" Master Thesis, Sudan University of Science and Technology, Sudan.

4. Bushnaq, Zahir Subhi(2011) Assess the Financial Performance of Islamic and Conventional Banks Using Financial Indicators (A Comparative Study), Islamic University, Gaza, p 55

6 .AHMAD, Qutayba ali(2019) The effect of investment Sukuk in financing the investment activities of Islamic banks. (Applied study on Dubai Islamic Bank and how to benefit from it in Syria) Master Thesis, Faculty of Economics, Damascus University, Syria, p. 38

7. MANSOUR Khaira – KAHIL Fayza(2018) Evaluation of financing formulas in Islamic banks, "A case study of Al Baraka Bank Chlef Agency 2013–" 2017, Master Thesis, Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences, Ibn Khaldun University – Tiaret – Algeria, pp. 28–29

8. MOHAMED, Abdel-Raouf (2007) Participation in Islamic Sharia, Pre-Research for Masters Degree in Economics and Islamic Banking, Department of Islamic Economics, University of St. Clements, p. 10

9. ALASRAG, Hussien(2010) Islamic financial instruments and small and medium enterprises ,Journal of Islamic studies, Issue 8,P7

10. ABU HAMMOUR, Marwan Muhammad (2013). The effect of determinants of capital structure on the financial performance of

Jordanian Islamic banks, PhD thesis, International Islamic Science University, Amman, Jordan. P. 58

11. AL-HUNAITY, Hana Muhammad, Malahim, Sari Suleiman (2016) The effect of the murabaha price on the financial performance of Islamic banks operating in Jordan (2000–2013), Jordanian Journal of Business Administration, Volume 12, No. 4, p. 772

12. OMAR Abu Jame'a, Al-Tayyeb, Boulahia (2016) Evaluation of the financial performance of Islamic banks “An applied study on a group of Islamic banks for the period 2009–2013” North African Economics Journal – 14th Issue, p. 3

15. Annual reports of Baraka Bank of Syria(2018)

16. Dubai Islamic Bank annual reports(2017)

Annual reports:

Annual reports of Baraka Bank of Syria

Dubai Islamic Bank annual reports

websites

Damascus Securities Exchange website www.dse.sy

Dubai Stock Exchange website www.dfm.ae/ ar

